

## Масква

### Нарынэ

### БАГМАНЯН:

# «Для нашага наведвальніка з Аўстраліі мы знайшлі кантакты мінскага прадпрыемства па выпуску зотаваараў»

Выставачная кампанія з Масквы «Асці Груп» адносіцца да ліку тых, дзе міжнароднае дзелавое супрацоўніцтва разглядаецца як найважнейшы элемент развіцця і дасягнення поспеху. Пра тое, як у сённяшніх няпростых умовах развіцця дзелавога ўзаемадзеяння з беларускімі партнёрамі, газеце «Звезда» распавяла кіраўнік кампаніі Нарынэ БАГМАНЯН.



— Кампанія «Асці Груп» працуе ў прамысловым, харчовым сектары і ў галіне сельскай гаспадаркі. Якая дынаміка прыцягнення на гэтыя выставы замежных удзельнікаў? І якія тэндэнцыі ў гэтых выставах прадпрыемстваў, арганізацый і фірмаў з Рэспублікі Беларусь?

— Усе выставы, што праводзяцца нашай кампаніяй, з'яўляюцца міжнароднымі. І колькасць замежных кампаній-удзельніц у залежнасці ад тэматыкі вагаецца ад 30 да 70 працэнтаў. Статус «міжнароднай» выставы накладвае на арганізатара пэўную адказнасць. Гэта, у нашым разуменні, стварэнне ўсіх неабходных умоў для таго, каб як расійскія, так і іншыя замежныя кампаніі на нашых выставах адчувалі сябе так, як на любой такой жа выставе ў любой краіне свету. Такі ж сэрвіс і паслугі мы абавязаны аказаць у Расіі. Пераканаць якую-небудзь кампанію ўзяць удзел у выставе, забяспечыць сэрвіс на найвышэйшым узроўні і прывесці наведвальніка-спецыялістаў, прывесці пісьменную PR і рэкламную кампанію не толькі выстаўкі, але і тавараў і паслуг, якія прадстаўляюць на ёй кампаніі-удзельніцы, і, самае галоўнае, не расчароваць удзельніка, а зрабіць так, каб ён яшчэ не раз захацеў удзельнічаць у гэтай выставе — вось галоўны крытэрыі ацэнкі працы нашай выставачнай кампаніі.

Што датычыцца ўдзельнікаў з Рэспублікі Беларусь, то ўсе залежыць ад выставачнай тэматыкі. Напрыклад, міжнародная выстава «Мясная прамысловасць. Курыны Кароль / VIV Russia», якую мы праводзім сумесна з галандскімі партнёрамі — кампаніяй VNU Exhibition Ecore, найбольш цікавая для беларускіх прадпрыемстваў. У нас тут ёсць пастаянны партнёры, якія

прапануююць на наш рынак сваю птушкагадоўчую і жывёлагадоўчую прадукцыю.

На выстаўках алкагольнай тэматыкі такіх кампаній няшмат, а на выставах тавараў і паслуг для жывёл — «Зоа Расія» — беларускія кампаніі практычна не прадстаўлены на нашым рынку. І вельмі шкада, таму што да нас прывязваюць замежныя спецыялісты, якія цікавацца таварамі менавіта кампаній з Рэспублікі Беларусь. На адной з выстаў «Зоа Расія» для нашага наведвальніка з Аўстраліі мы спешна шукалі і знайшлі кантакты аднаго з мінскіх прадпрыемстваў па вытворчасці зотаваараў і напраму спрабавалі злучыць нашага госьця з вытворцам. Менавіта таму цяпер мы праводзім так званыя бізнэс-сустрэчы «сам-насам», якія рыхтуем загодзя, па заяўках ад нашых удзельнікаў. Інакш кажучы, запрашаем на выставу тых кампаній, у якіх нашы удзельнікі напраму зацікаўлены. І гэта таксама павышае эфектыўнасць працы на выставе.

— Якую стратэгію дзейнасці мяркуюць ажыццявіць у кампаніі, каб супрацоўніцтва з беларускімі партнёрамі адпавядала ўзроўню патрабаванняў па стварэнні адзінай эканамічнай прасторы як у рамках Саюзнай дзяржавы Расіі і Беларусі, так і нядаўна створанага М'яснага Саюза Расіі, Беларусі і Казахстана?

— Для нас, як і для ўдзельнікаў нашых выставак, стварэнне адзінай эканамічнай прасторы лічыцца вельмі перспектывным. Спадзяёмся, што стане менш абмежаваным для ўвозу і вывазу тавараў, у тым ліку і харчовых, а таксама для новых тэхналогій і абсталявання. Дастаткова цікавым і бліжнім нам па тэме з'яўляецца сумесны праект навукова-тэхнічнай праграмы Саюзнай дзяржавы Расіі і Беларусі «Павышэнне эфектыўнасці

харчовага вытворчасці за кошт перапрацоўкі іх адходаў на аснове прагрэсіўных тэхналогій і тэхнікі» на 2010—2012 гады. Нам бы хацелася, каб вынікі гэтай працы, хоць бы папярэдня, былі прадстаўлены на нашай выставе «Мясная прамысловасць. Курыны Кароль / VIV Russia», якая адбудзецца 17—19 мая 2011 года ў Маскве. І распрацоўкі былі б прадстаўлены на конкурс інавацыйных праектаў «Найноўшыя тэхналогіі і паслугі для птушкагадоўлі і жывёлагадоўлі», які праводзіцца ў рамках выставы.

— Якія канкрэтныя выгады могуць атрымаць беларускія удзельнікі на выставах, што праводзіцца «Асці Груп»?

— На любую з нашых выстаў удзельнікі едуць з вызначанымі мэтамі і ў залежнасці ад пастаўленых мэтаў дасягаюць адпаведных вынікаў. Гэта можа быць пашырэнне межэй гандлёва-эканамічнага ўзаемадзеяння паміж апэратарамі рынку; магчымасці шырокага абмену досведам і ўзаемавыгаднага супрацоўніцтва; вывад на рынак новай прадукцыі, паслуг або тэхналогій; павелічэнне аб'ёму продажаў; фарміраванне сеткі дилераў або дыстрыб'ютараў, даследаванне рынку і гэтак далей. І калі кампанія-удзельнік загодзя сфармулюе нам мэту сваёму удзелу, то мы зможам яшчэ да выставы сумесна прадумаць і рэалізаваць найбольш эфектыўныя метады дасягнення гэтых мэтаў. У нашай практыцы важна працаваць з кліентамі не толькі падчас выставы, але і на працягу ўсяго года аж да наступнага мерапрыемства.

Варта ўлічваць і той факт, што ўдзел у нашых выставах пашырае гарызонты супрацоўніцтва не толькі з расійскімі, але і з іншымі замежнымі кампаніямі, якія прыязджаюць да нас. Напрыклад, на адной з апошніх выстаў мінскага прадпрыемства з Германіі. І выгаднае спалучэнне якасці і цэны яе тавараў вельмі зацікавіла нямецкіх бізнесменаў. Другім момантам з'яўляецца ўдзел у міжнародных конкурсах, якія праводзяцца ў рамках нашых мерапрыемстваў. Гэта, як я ўжо згадала, конкурс інавацыйных праектаў, дэгустацыйны конкурс на «Лепшы традыцыйны прадукт» і «Лепшая навінка года». Пераможцамі гэтых конкурсаў у нас дастаткова часта становяцца кампаніі з Рэспублікі Беларусь. Гэта — 1-я Мінская птушкафабрыка, Смаленская бройлерная птушкафабрыка, птушкафабрыка «Салігорская», птушкафабрыка «Га-

радок». У 2009 годзе на выставе «Мясная прамысловасць. Курыны Кароль / VIV 2009» яны заваявалі гран-пры за высокую якасць сваёй прадукцыі, а таксама атрымалі медалі ў розных намінацыях.

На маючай адбыцца ў лістапада гэтага года выставе «Індустрыя Напоўў/Russian Wine Fair» у нас таксама пройдзе ўзнагароджанне пераможцаў XIV Міжнароднага прафесійнага конкурсу вінаў і спіртных напоўў, які будзе праведзены ва Усерасійскім навукова-даследчым інстытуце пиваварнай, безалкагольнай і вінаробнай прамысловасці пад высокім патранажам Міжнароднай арганізацыі вінаградарства і віна (OIV). Запрашаем нашых беларускіх вытворцаў прыняць удзел у гэтым конкурсе, паколькі яго пераможцы маюць больш шанцаў пашырыць межэй збыту сваёй прадукцыі як у Расіі, так і за яе межамі.

Асобна хочацца спыніцца на выставе тавараў і паслуг для хатніх жывёл — «Зоа Расія», якая адбудзецца 18—20 лютага 2011 года, і міжнароднай канферэнцыі для практыкуючых ветэрынарных урачоў «Практыквет», якая праходзіць у рамках выставы. Раю звярнуць увагу нашых беларускіх калегаў на гэтыя мерапрыемствы. Рынак тавараў і паслуг для жывёл развіваецца

даволі высокімі тэмпамі, нягледзячы на крызісы. Уладальнікі жывёл будучы эканоміцы хутэй на сабе, але не на сваіх гадаванцах, таму будзем рады бачыць тавары і паслугі з Беларусі на выставе «Зоа Расія». А павысць свой прафесійны аналіз ветэрынарным урачам, якія практыкуюць, у нас дапамагюць вельмі вядомыя ветурачы і хірургі з сусветнымі імёнамі, што чытаюць курсы лекцый на выставе. Сярод іх хірург-артапед Хаміша Дэні (Вялікабрытанія), аўтар кніг па ветэрынарнай хірургіі, якія сталі падручнікамі практычна для ўсіх хірургаў свету; доктар Джон Лапіш (Вялікабрытанія), прызнаны аўтар не толькі арыгінальных хірургічных метады і галіне артапедыі, але і таленавіты распрацоўшчык хірургічных інструментаў; доктар Мервін Левін (ЗША), вядомы спецыяліст-алерголаг і іншыя.

— Якія спецыялізаваныя мерапрыемствы ў рамках намечаных на 2010—2011 гады выстаў могуць быць асабліва карыснымі дзелавым ісімям з Рэспублікі Беларусь?

— Гэта, у першую чаргу, дзелавая праграма нашых мерапрыемстваў. На выставе «Індустрыя Напоўў/Russian Wine Fair» адбудзецца Форум прафесіяналаў, прызначаны для

спецыялістаў, якія працуюць у сферы вытворчасці, прасоўвання і продажу напоўў. Ён будзе складацца з карпаратыўных сустрэч і дыскусій па актуальных пытаннях развіцця расійскага і міжнароднага рынку напоўў.

На VIV Russia гэта — Міжнародны кангрэс ветэрынарным урачам, якія практыкуюць, перапрацоўшчыкаў і пастаўшчыкоў мяса, які дазваляе ў рэжыме рэальнага часу абгаварыць стратэгію паводзінаў усіх галюўў рынку мяса і патрэбнасці па сьраванне, мясапрадуктах і кармах. Самую дакладную інфармацыю пра стан і перспектывы развіцця рынку мяса прадстаўляюць на Міжнародным мясным кангрэсе вядучыя міжнародныя эксперты, а таксама прадстаўнікі органаў выканаўчай і заканадаўчай улады Расіі, асацыяцый, саюзы і ўдзельнікі рынку.

Карацей, вельмі спадзяюся на тое, што выставы, якія праводзіцца кампаніяй «Асці Груп», будучы спрыяюць устанавленню доўгатэрміновых дзелавых кантактаў паміж расійскімі і беларускімі прадпрыемствамі.

**Падрабязную інфармацыю пра выставы, якія праводзіцца кампаніяй «Асці Груп», можна прачытаць на сайце газеты «Звезда» (www.zviazda.by) у раздзеле «Нашы замежныя партнёры».**



Стэнд РА «Белптушкапрам» на выставе «Мясная прамысловасць. Курыны Кароль» у Маскве выклікаў павышаную цікавасць наведвальнікаў.

## Санкт-Пецярбург

### «Фарэкспа»:

# «Беларускія прадпрыемствы актыўна выходзяць на расійскі рынак праз нашы выставы»

Міжнародныя выставы, якія праводзяцца ў Санкт-Пецярбургу выставачным аб'яднаннем «Фарэкспа», маюць адну цікавую асаблівасць: нават у самыя крызісныя і посткрызісныя перыяды беларускія прадпрыемствы толькі пашырылі на іх сваю прысутнасць і, як следства, павялічылі аб'ёмы прадукцыі, якая пастаўляецца ў Паўночна-Заходнім рэгіёне Расіі. Няўжо крызісныя з'явы ніяк не адбіліся на дзейнасці гэтага выставачнага аб'яднання і яго міжнародным дзелавым супрацоўніцтвам? На гэтак і шэраг іншых пытанняў газеты «Звезда» адказваюць генеральны дырэктар «Фарэкспа» Алег ШОСЦЬ і дырэктар міжнароднай выставы тэкстыльнай і лёгкай прамысловасці «Індустрыя моды» Таццяна НЕСЦЕРАВА.



Алег Шосць: Я б не стаў гаварыць пра нейкія ўнікальныя меры, прынятыя ў сувязі з крызісам, — мы рабілі стандартныя хады, якія ажыццявіла б любая іншая кампанія: прымянілі яшчэ больш гнуткі падыход да цэнаўтварэння, увялі бонусныя праграмы для нашых удзельнікаў, узмацнілі праграмы па прыцягненні на нашы выставы прафесійных наведвальнікаў.

У крызіс кампанія павінна паставіць сабе адну генеральную мэту — не страціць аб'ёмы вытворчасці, захаваць свае пазіцыі на рынку.

Магу вельмі дакладна сказаць адно: мы атрымалі сур'ёзны вольт працы ва ўмовах, калі рынак ужо не разгэў на большасць старых схем і прыёмаў. Праца ў няпростых эканамічных умовах дапамагла выявіць нам моцныя і слабыя бакі сваёй дзейнасці.

— Кампанія «Фарэкспа» ажыццяўляе сваю выставачную дзейнасць у доволі шырокім тэматычным дыяпазоне, у кожным сегменце якога назіраецца дастаткова жорстка канкурэнтная барацьба. Якімі інавацыйнымі падыходамі «Фарэкспа» адказвае на гэтыя выклікі канкурэнцыі?

Алег Шосць: Я б не стаў гаварыць пра нейкую жорсткую канкурэнцыю паміж выставачнымі кампаніямі: яшчэ да крызісу, у 2008 годзе, сітуацыя па тэматычным падзеле выставачных праектаў паміж вядучымі кампаніямі Санкт-Пецярбурга выраўнялася.

Барацьба спынілася яшчэ тады і, магчыма, засталася толькі ў тых тэматыках, якія так і не атрымаліся ні ў воднай з фірмаў. Уласна кажучы, пасля крызісу гэтыя праекты зніклі як нежыццяздольныя. Як прыклад можна разглядаць выставы па тэматыках «Хімія», «Мэбля» і шэрагу іншых.

Інавацыйны падыход тут можа быць для ўсіх адзін — прыцягненне на выставы як мага большай колькасці мэтавых прафесійных наведвальнікаў, забяспечэнне максімальна камфортнай працы ўдзельнікаў на выставах.

— Як Вы ацэньваеце ўдзел у выставах, якія праводзіцца «Фарэкспа», замежных кампаній у цэлым і прадпрыемстваў, арганізацый і фірмаў з Рэспублікі Беларусь у прыватнасці?

Алег Шосць: Адзначу, што з кожным годам у нашых выставах удзельнічае ўсё больш замежных кампаній. Нават у крызіс мы адзначалі станоўчую дынаміку па ўдзеле у выставах кампаній «Фарэкспа» замежных фірмаў.

Але ў нашым разуменні, стварэнне ўсіх неабходных умоў для таго, каб як расійскія, так і іншыя замежныя кампаніі на нашых выставах адчувалі сябе так, як на любой такой жа выставе ў любой краіне свету. Такі ж сэрвіс і паслугі мы абавязаны аказаць у Расіі. Пераканаць якую-небудзь кампанію ўзяць удзел у выставе, забяспечыць сэрвіс на найвышэйшым узроўні і прывесці наведвальніка-спецыялістаў, прывесці пісьменную PR і рэкламную кампанію не толькі выстаўкі, але і тавараў і паслуг, якія прадстаўляюць на ёй кампаніі-удзельніцы, і, самае галоўнае, не расчароваць удзельніка, а зрабіць так, каб ён яшчэ не раз захацеў удзельнічаць у гэтай выставе — вось галоўны крытэрыі ацэнкі працы нашай выставачнай кампаніі.

Што датычыцца ўдзельнікаў з Рэспублікі Беларусь, то ўсе залежыць ад выставачнай тэматыкі. Напрыклад, міжнародная выстава «Мясная прамысловасць. Курыны Кароль / VIV Russia», якую мы праводзім сумесна з галандскімі партнёрамі — кампаніяй VNU Exhibition Ecore, найбольш цікавая для беларускіх прадпрыемстваў. У нас тут ёсць пастаянны партнёры, якія

прапануюць на наш рынак сваю птушкагадоўчую і жывёлагадоўчую прадукцыю.

На выстаўках алкагольнай тэматыкі такіх кампаній няшмат, а на выставах тавараў і паслуг для жывёл — «Зоа Расія» — беларускія кампаніі практычна не прадстаўлены на нашым рынку. І вельмі шкада, таму што да нас прывязваюць замежныя спецыялісты, якія цікавацца таварамі менавіта кампаній з Рэспублікі Беларусь. На адной з выстаў «Зоа Расія» для нашага наведвальніка з Аўстраліі мы спешна шукалі і знайшлі кантакты аднаго з мінскіх прадпрыемстваў па вытворчасці зотаваараў і напраму спрабавалі злучыць нашага госьця з вытворцам. Менавіта таму цяпер мы праводзім так званыя бізнэс-сустрэчы «сам-насам», якія рыхтуем загодзя, па заяўках ад нашых удзельнікаў. Інакш кажучы, запрашаем на выставу тых кампаній, у якіх нашы удзельнікі напраму зацікаўлены. І гэта таксама павышае эфектыўнасць працы на выставе.

— Якую стратэгію дзейнасці мяркуюць ажыццявіць у кампаніі, каб супрацоўніцтва з беларускімі партнёрамі адпавядала ўзроўню патрабаванняў па стварэнні адзінай эканамічнай прасторы як у рамках Саюзнай дзяржавы Расіі і Беларусі, так і нядаўна створанага М'яснага Саюза Расіі, Беларусі і Казахстана?

— Для нас, як і для ўдзельнікаў нашых выставак, стварэнне адзінай эканамічнай прасторы лічыцца вельмі перспектывым. Спадзяёмся, што стане менш абмежаваным для ўвозу і вывазу тавараў, у тым ліку і харчовых, а таксама для новых тэхналогій і абсталявання. Дастаткова цікавым і бліжнім нам па тэме з'яўляецца сумесны праект навукова-тэхнічнай праграмы Саюзнай дзяржавы Расіі і Беларусі «Павышэнне эфектыўнасці

харчовага вытворчасці за кошт перапрацоўкі іх адходаў на аснове прагрэсіўных тэхналогій і тэхнікі» на 2010—2012 гады. Нам бы хацелася, каб вынікі гэтай працы, хоць бы папярэдня, былі прадстаўлены на нашай выставе «Мясная прамысловасць. Курыны Кароль / VIV Russia», якая адбудзецца 17—19 мая 2011 года ў Маскве. І распрацоўкі былі б прадстаўлены на конкурс інавацыйных праектаў «Найноўшыя тэхналогіі і паслугі для птушкагадоўлі і жывёлагадоўлі», які праводзіцца ў рамках выставы.

— Якія канкрэтныя выгады могуць атрымаць беларускія удзельнікі на выставах, што праводзіцца «Асці Груп»?

— На любую з нашых выстаў удзельнікі едуць з вызначанымі мэтамі і ў залежнасці ад пастаўленых мэтаў дасягаюць адпаведных вынікаў. Гэта можа быць пашырэнне межэй гандлёва-эканамічнага ўзаемадзеяння паміж апэратарамі рынку; магчымасці шырокага абмену досведам і ўзаемавыгаднага супрацоўніцтва; вывад на рынак новай прадукцыі, паслуг або тэхналогій; павелічэнне аб'ёму продажаў; фарміраванне сеткі дилераў або дыстрыб'ютараў, даследаванне рынку і гэтак далей. І калі кампанія-удзельнік загодзя сфармулюе нам мэту сваёму удзелу, то мы зможам яшчэ да выставы сумесна прадумаць і рэалізаваць найбольш эфектыўныя метады дасягнення гэтых мэтаў. У нашай практыцы важна працаваць з кліентамі не толькі падчас выставы, але і на працягу ўсяго года аж да наступнага мерапрыемства.

Варта ўлічваць і той факт, што ўдзел у нашых выставах пашырае гарызонты супрацоўніцтва не толькі з расійскімі, але і з іншымі замежнымі кампаніямі, якія прыязджаюць да нас. Напрыклад, на адной з апошніх выстаў мінскага прадпрыемства з Германіі. І выгаднае спалучэнне якасці і цэны яе тавараў вельмі зацікавіла нямецкіх бізнесменаў. Другім момантам з'яўляецца ўдзел у міжнародных конкурсах, якія праводзяцца ў рамках нашых мерапрыемстваў. Гэта, як я ўжо згадала, конкурс інавацыйных праектаў, дэгустацыйны конкурс на «Лепшы традыцыйны прадукт» і «Лепшая навінка года». Пераможцамі гэтых конкурсаў у нас дастаткова часта становяцца кампаніі з Рэспублікі Беларусь. Гэта — 1-я Мінская птушкафабрыка, Смаленская бройлерная птушкафабрыка, птушкафабрыка «Салігорская», птушкафабрыка «Га-

### «Біржа субкантрактаў»:

# «Біржа субкантрактаў» запрашае партнёраў з Беларусі

30 верасня ў выставачным комплексе «Ленэкспа» Санкт-Пецярбурга пройдзе міжрэгіянальная «Біржа субкантрактаў», арганізатарам якой выступаюць расійскі Міжрэгіянальны Цэнтр прамысловай субкантрактацыі і партнёрства і Санкт-Пецярбургскі Фонд падтрымкі прамысловасці. Што ўяўляе з сябе гэты дзелавы форум, на які арганізатары запрашаюць дзелавых партнёраў з Беларусі?

— «Біржа субкантрактаў» — гэта серыя падрыхтаваных дзелавых перамоў прадпрыемстваў-заказчыкаў з патэнцыйнымі пастаўшчыкамі вырабаў, вузлоў, камплектуючых па тэхнічным заданні заказчыка, — патлумачыла карэспандэнту «Звядзі» галоўны спецыяліст групы маркетынгу і даследаванняў расійскага Міжрэгіянальнага Цэнтра прамысловай субкантрактацыі і партнёрства Таццяна ГУСЯТНІКАВА. — Волонт прывядзення падобных дзелавых форуму паказвае, што ўдзел у «Біржы субкантрактаў» дазваляе заказчыкам значна знізіць затраты на пошук і адбор пастаўшчыкоў і знайсці прывабныя прапановы па кошце. Вельмі красамоўная такая лічба: аб'ёму заказаў, атрыманых на падобных біржах у мінулыя і сёлётныя гады іх удзельнікамі, ужо перавысіў тры мільярды расійскіх рублёў.

— Па якіх тэматычных кірунках будзе працаваць «Біржа субкантрактаў» у Санкт-Пецярбургу?

— Гэта такарная, фрэзерная апрацоўка металічных вырабаў, кардынатна-расточныя работы, выбар нестандартнага абсталявання, ліццё чорных і каляровых металаў, халодная ліставая штампавак, лазерная і плазменная рэзка і раскрой ліставага метала, распрацоўка і выраб тэхналагічнай аснасткі, выраб электронных кампанентаў, вузлы і блокі, электратэхніка, ліццё пластамас, нанясенне пакрыццёў. Гэты пералік паказвае, што, улічваючы ўзровень развіцця беларускай прамысловасці, пастаўшчыкі з Беларусі могуць атрымаць на «Біржы субкантрактаў» новыя буйныя заказы з Расіі для дазагрузкі сваёй вытворчасці.

Да сказанага можна дадаць, што «Біржа субкантрактаў» стане цэнтральным мерапрыемствам «Дня прамысловага субкантрактынг» у рамках дзелавой праграмы Міжнароднага форуму «Расійскі прамысловец», у праграму якога ўвойдзе яшчэ і «Біржа тэхналогій», паўдзельнічаючы ў якой арганізатары таксама запрашаюць зацікаўленых суб'ектаў гаспадарання з Беларусі.

**Падрабязную інфармацыю пра «Біржу субкантрактаў» і іншыя, звязаныя з гэтым, дзелавыя форуму ў Санкт-Пецярбургу можна прачытаць на сайце газеты «Звезда» (www.zviazda.by) у раздзеле «Нашы замежныя партнёры».**



Адкрыццё «Біржы субкантрактаў» 27 мая гэтага года ў маскоўскім «Экспацэнтры».