

➤ *Артур Гроховский. Фото автора*



# ЗАМЕТКИ

## С ДВУХ МОСКОВСКИХ ВЫСТАВОК

**В**ыставочная осень Москвы в этом году грозила выдаться жаркой – в сентябре ожидалось сразу две яхтенные выставки: «осенняя» MIBS («Moscow International Boat Show»), проводимая фирмой «ITE», и очередная, уже третья по счету, экспозиция «Московский салон яхт и катеров», организуемая компанией «IFA». Трудно объяснить, какой логикой руководствовались организаторы и организаторы, пытались собрать экспонентов в одном и том же месте (выставочном центре «Крокус-сити» и яхт-клубе «Shore House») с интервалом менее чем в один месяц. Во всяком случае, как хорошей деловой практикой, так и просто здравым смыслом в обоих случаях и не пахло: понятно, что финансовые ресурсы фирм-

экспонентов ограничены, участвовать сразу в двух выставках подряд смогут далеко не все, что неизбежно приведет к сокращению количества участников каждой выставки и к падению интереса посетителей. Короче, ни себе – ни людям...

Начнем по порядку – с MIBS. Первый опыт ее проведения осенью оказался комом. Да еще каким! Если бы какие-то зловредные люди старались специально подорвать репутацию выставки, то они вряд ли смогли бы действовать более эффективно. Время проведения экспозиции в точности совпало с проведением крупного автосалона в том же «Крокус-сити», на задворках которого и располагалась экспозиция MIBS: яхт-клуб (точнее, ресторан с причальным

комплексом) «Shore House», на территории которого размещались экспоненты, находится позади собственно выставочного комплекса. При полном отсутствии наружной рекламы и визуальных указателей догадаться, где проходит MIBS, было непросто.

Но это еще полбеда. Беда была в том, что огромный, яркий и красочный автосалон полностью затмил собой MIBS (оказавшуюся своего рода «довеском») – люди, приехавшие на яхтенную выставку, до экспозиции попросту не доходили, задерживаясь в залах, где сверкали полированные четырехколесные красавцы. И не мудрено! А те, кто все же добрался до более чем скромной (как выяснилось в итоге) яхтенной выставки, оказались озадачены





торый к исходу второго дня превратился в хлюпающее под ногами болото.

Еще одним неприятным сюрпризом стало несоответствие обещаний организаторов реальности. Услышав на пресс-конференции, посвященной открытию выставки, что здесь состоится «мировая премьера» новой яхты «Dufour 525», я, естественно, не поверил своим ушам и тут же побежал на стенд геленджикской компании «МаринТехСервис» – российского дилера яхт «Dufour» – за разъяснениями. Выяснилось, «что никакого Абдуллы не будет» (в чем я не особенно и сомневался): нет не только яхты «живьем», но даже ее фотографий, поскольку постройка головного образца еще не закончена. А реальная премьера «525-й», как и было обещано ранее, состоится на одной из европейских осенних выставок. Трудно понять, для чего организаторам потребовалось столь откровенно передергивать факты, но даже если этот ляп неумышленный, он красноречиво говорит о качестве подготовки данной выставки.

Каких-либо реальных новинок или особо интересных экспонатов здесь

роль взяла на себя фирма «Юниверсал Марин»), и начать реальные продажи.

«Московский салон яхт и катеров» был представлен более помпезно, но, увы, до прошлогодней выставки того же организатора экспозиция не дотянула. Часть ее размещалась под крышей, а часть на воде (у причалов «Shore House»). Наземная ее доля занимала лишь небольшой выставочный зал, что вызывало у многих посетителей определенное недоумение: «А где же основная часть экспозиции?». Увы, это она и была – все малочисленные экспонаты свободно разместились в одном весьма скромном зале. А если из их общего числа отнять «непрофильные стенды» (мотоциклов, джакузи и автодомов «Нутег»), то кроме десятка моделей катеров, журнальных изданий да нескольких дилеров известных яхтенных фирм больше ничего и не наблюдалось. Не было ни надувных лодок или РИБов, ни подвесных или стационарных двигателей, ни гребных лодок или швертботов, ни снастей или дельных вещей, ни лаков и красок или материалов по уходу за судном, ни страховщиков или



непропорциональностью затраченных усилий: МКАД в районе «Крокус-сити» превратился в одну гигантскую пробку, и доехать до комплекса даже от ближайшей станции метро менее чем за полтора часа было попросту невозможно.

Сама же выставка разочаровала всех. Организаторы, решившие провести ее под открытым небом и сравнивавшие свою экспозицию с Каннами (это не шутка!), видимо, забыли географическую широту, на которой находится Москва. В итоге первые два дня стоявшие на открытой площадке катера даже не расчехляли – шел проливной дождь. Редкие посетители тоже не баловали экспозицию своим вниманием, и хуже всех было стендистам, скучавшим в душных застекленных павильонах-«аквариумах» с насквозь промокшим ковролином, ко-

практически не было. Из общего ряда выбивались лишь американская открытая лодка на воздушной подушке (увы, попробовать на ходу ее не получилось), буер Федора Конюхова для путешествия по Антарктиде да мини-вертолет (имеющий, впрочем, к яхтам весьма отдаленное отношение). Это практически все, чем запомнилась нынешняя версия MIBS. Стоило ли ради этого огород городить...

Впрочем, удалось найти на выставке и счастливого человека: им оказался наш давний знакомый, директор голландского яхтенного агентства «Just Nautic» Мишель Шууринг, которому после полутора лет работы удалось все же найти в России компанию, готовую стать официальным партнером Ассоциации голландских судостроителей (эту

чартерных компаний. Практически отсутствовали и суда отечественных производителей. Наглядно подтвердился факт оторванности московских выставок от практической яхтенной жизни: мало того, сегодня (если судить по выставке) покупателю предлагается моторная или парусная яхта «сама по себе», в отрыве от всего того комплекса товаров и услуг, который безотрывно сопровождает цивилизованную эксплуатацию дорогой (да и не только дорогой) лодки. Неудивительно, что нарекания даже обеспеченных посетителей выставки на качество работы отечественных «сервисменов» звучали постоянно. Собственно говоря, способствует подобному представлению яхт на выставках и сложившаяся «московская практика» их эксплуатации: когда большие, стоящие



многие миллионы суда используются исключительно как покачивающиеся у причалов переговорные комнаты.

Ну, а говорить о том, что московские выставки ориентированы почти исключительно на зарубежные лодки премиум-класса (и соответственно, на людей, которые могут себе их позволить), стало уже общим местом. Среднего россиянина, человека, готового выложить за комплект «лодка+мотор» сумму, не превышающую цену нового автомобиля малого класса, здесь не ждут. Однако нельзя не сказать вот о чем: рынок меняется, причем сильно. Сегмент «здоровых дур» (моторных яхт длиной от 50 футов и выше) практически насыщен, появился уже их вторичный рынок. Наивысший же рост продаж сегодня демонстрирует сектор лодок длиной от 30 до 40 футов, увели-

чиваются и продажи лодок длиной от 24 до 30 футов. Экстраполируя эти тенденции, наблюдаемые нами в течение последних нескольких лет (и сравнивая их с развитием автомобильного рынка), можно сделать вывод об ожидаемом в ближайшие несколько лет буквально взрывном росте спроса на сравнительно недорогие суда одновременно с повышением требовательности и разборчивости потребителя. Однако столичный рынок явно не готов к этому: последние несколько экспозиций сопровождались почти маниакальным вытеснением из них подобных лодок.

Еще одной тенденцией рынка, подмеченной нами недавно в Дюссельдорфе и подтвердившейся в Москве, стало повышение внимания россиян к крупным парусным судам. Рост заказов на «большие» лодки от «Nautor's

Swan» и «Oyster» дополнился неожиданным для многих всплеском интереса к яхтам «Shipman» – причем вовсе не к сравнительно хорошо раскрученному «Shipman 50» («КиЯ» № 191), а к гораздо более крупным и дорогим «Shipman 63» и «-72». Еще одним свидетельством роста востребованности парусных яхт на наших водоемах стали сразу четыре парусные лодки, «вживую» присутствовавшие у причалов «Shore House»: две «Bavaria» и две «Jeanneau». Наряду с этим в России, кажется, готов появиться и дилер «HanseYachts». В особенностях эксплуатации парусных яхт наш потребитель теперь начал разбираться: в Россию завозятся лодки длиной не более 32–35 футов (как мы и писали в серии статей о массовых парусных яхтах), более крупные суда базируются на европейские стоянки. Появились и свидетельства того, что российский заказчик (во всех сегментах рынка парусных яхт) определился в своих вкусах, отдавая предпочтение качеству.

На фоне всех этих обнадеживающих для рынка тенденций, увы, выставочная политика московских фирм, мягко говоря, вызывает глубокое удивление. Наша столица, безусловно, один из наиболее дорогих городов мира, но даже в самом «крутом» из них никому не приходит в голову проводить сразу две яхтенные выставки в год, а тем более в один месяц.

*Р.С. Когда эта статья уже была написана, появилась информация о том, что обе фирмы – «IFA» и «ITE» – планируют провести в Москве и две весенние яхтенные выставки. Причем – в одни и те же дни...*



*Любопытно, что мнения самих экспонентов о прошедших экспозициях разделились на два диаметрально противоположных. Одни (а это, среди прочих, например, российские дилеры яхт «Shipman») считают, что обе выставки провалились. Особенно негодование у них вызывает первая, проведенная в начале сентября, на которую из-за господствующего по соседству автосалона посетители вообще не шли.*

*Другие (это российский дилер яхт «Jeanneau»), напротив, отзываются о выставках весьма оптимистично. Сергей Безрук, например, подтвердил свое прошлогоднее мнение о том,*

*что сроки проведения осенней выставки «IFA» очень удобны для достаточно подготовленного посетителя – того, кто идет не просто смотреть на блестящие игрушки, а заказывать яхту (в первую очередь – крупную) к новому сезону. Именно здесь он может окончательно определиться с ее выбором и комплектацией.*

*Возможно, организаторам выставок стоит прислушаться к этому мнению, чтобы должным образом формировать и рекламировать экспозицию и соответственно ориентировать будущих посетителей.*