

Андрей Великанов. Фото автора



ВОДНО- МОТОРНЫЕ ОТКРОВЕНИЯ СЕВЕРНОЙ АМЕРИКИ

По данным NMMA (Ассоциация производителей катеров, двигателей и дополнительного оборудования Северной Америки), посещаемость тематических выставок на континенте в 2006 г. выросла на 23%.

Столь серьезный прорыв был обусловлен не только заманчивыми маркетинговыми ходами прозорливых «акул капитализма», но и серьезным отношением со стороны государства к рекреационной индустрии в целом.

Не секрет, что за последнее десятилетие средний возраст водномоторника, равно как и любителя погарцевать на снегоходе и даже обычного рыболова со спиннингом, далеко перевалил «через холм» (таким шутивным выражением в США обозначают сороковой день рождения). К этому печальному явлению причастны не только виртуальные последствия студенческих фантазий Билла Гейтса и Стива Джоббса (оба, кстати, так и не получили диплома о высшем образовании), но и внезапная конкуренция со стороны новоявленных досочно-колесных развлекаловок.

Пожалуй, главную роль в оттоке молодежи от водномоторных увлечений и спортивного рыболовства сыграли два фактора: уменьшение количества рыбы и повсеместное увеличение бюрократическо-фискальной составляющей присутствия Существа разумного на воде. А поскольку 80% зарегистрированных в США плавательных средств используется в рыболовных целях (доход страны от спортивной охоты и рыбалки, по данным Федеральной службы рыбы и дичи, только в прошлом году составил 70 млрд. долл., опосредованный же экономический эффект и того более – 116



Английский залив в Ванкувере

млрд.), старение водномоторника не может не волновать не только владельца крупной верфи, но даже и министра обороны.

«Бензинчика на догорающие угли» подбросила и убийственная статья в ноябрьском за 2006 г. номере журнала «Science», где было на пальцах показано, почему к 2048 г. на планете Земля вовсе не останется рыбных запасов.

Именно поэтому, посещая последние выставки за океаном, отчетливо ощущаешь не только отчаянную конкуренцию производителей и маркетинговые трюки высшей категории, но и внимание к существующей экологической проблеме со стороны государственных служб и природоохранных организаций всех калибров.

Теперь на выставках увидишь не один десяток красочных стендов, где официальные лица от лесного, рыбного, охотничьего и полицейского ведомств (ГИМС в США не существует и за порядком на воде, впрочем как и за соблюдением правил охоты и рыболовства, следят обычные «менты») в доступной форме разъясняют всяческие бюрократические недомолвки и азартно увещивают вас отправиться на рыбалку, а значит, купить катер или спиннинг.



пытаться, наконец, ответить, что же все-таки лучше – алюминий или пластик?

Лозунги композитщиков известны давно: у нас лучше дизайн, шумоизоляция, отсутствуют коррозионные явления. Да и сам материал «дышит» теплотой и уютом.

Алюминщики противопоставляют надежность, прочность, легкость корпуса и, как следствие, солидную экономию на горючем. Но главное – алюминиевые корпуса пригодны для высадки практически на любой берег, не так боятся они и случайных столкновений с подводными объектами.

Разъяснить ситуацию я попросил давнего знакомого, президента «Stevens Marine» Пола Мейера. Он в данном бизнесе – уже почти три десятка лет, и подконтрольная Полу контора торгует не только разнообразными чисто рыболовными «железками» – «Sylvan», «Smokercraft», «Alumaweld», но и композитными рыболовно-прогулочными катерами длиной от 6 до 8 м «Blue Water». Также Мейер является крупным дилером «Mercury» и, конечно же, стремится комплектовать продаваемые борта двигателями исключительно под этой благозвучной «фамилией».

– Пластик или алюминий? – хитро улыбается в седеющие усы американец. – Да какая собственно разница! Мне надо следить за тем, чтобы клиент ушел довольный, а после вернулся именно ко мне за следующей покупкой.

– *Постой, дорогой, так разве ты не рекомендуешь покупателю что-нибудь конкретное?*

– Американцы отменно разбираются в водно-моторной тематике и практически всегда приходят за покупкой с

В отличие от европейского и, тем более, российского чиновника, их американский коллега вынужден выдавать на-гора конкретные результаты улучшения состояния окружающей среды: увеличивать поголовье диких оленей, воспроизводить лососевых в угоду спиннингисту или нахлыстовику, проектировать парковки и лодочные боны. В противном случае любой из них, даже самого высокого полета, может в одночасье лишиться работы.

Вот поэтому сегодня практически на любой бот-шоу детям дадут бесплатно поудить радужную форель или запустить парусные кораблики в надувном бассейне.

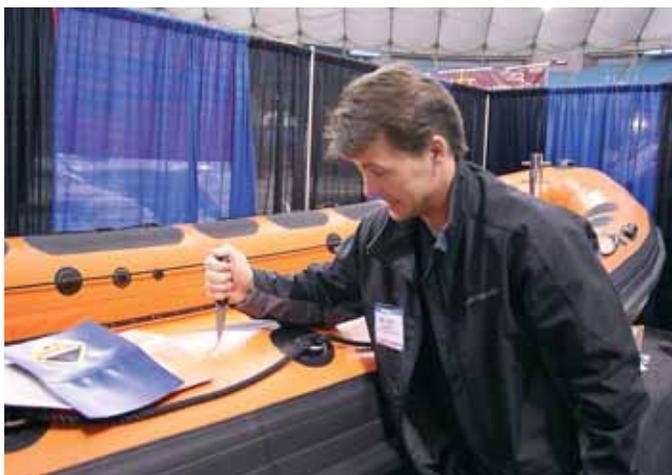
Кстати, в 2006 г. Служба рыбы и дичи США выделила около 12 млн. долл. в виде грантов только на ремонт и улучшение лодочных слипов в восьми западных штатах.

Портленд, или Философия «страны победившего идиотизма»

Почему же выставки на Тихоокеанском побережье северо-запада Америки столь интересны и поучительны для российского путешественника? Отгадка довольно проста – именно здесь можно сблизить две непересекающиеся прямые и по-



В Северной Америке прямо на выставке можно научиться строить классический каяк или каноэ



Баллоны РИБа «Mercury» из «Akron-Tre» не протыкались даже ножом



Таких рыболовных алюминиевых катеров в Европе пока не строят

какой-то определенной идеей в голове. Тут залетевшего голубя можно подвинуть только внутри модельного ряда или посоветовать изменить количество лошадей на транце, но приверженца алюминия сговорить в одночасье на пластик практически невозможно, – уверенно рассуждает Пол.

– Расскажи, пожалуйста, поподробнее, на какую категорию граждан ты ориентируешься и есть ли какие-то маркетинговые секреты у президента с 30-летним стажем работы на одном месте?

– Так я тебе и сказал про секреты! – Мейер тут же скомкал бумажку, где, было, принялся чертить шариковой ручкой мудреные бизнес-схемы со стрелочками. – Знаю я вашу братию! Ладно, запоминай, если сможешь. Американский рынок ориентирован на пакетные продажи – это когда приехал к нам, подцепил к фаркопу трейлер с катером и дунул прямо на рыбалку. Надо, конечно, учитывать и то, что более 50% покупателей оплачивает сделку через банк.

– Да, знаю, – согласно закивал я, – говорят, что в США всего менее 10% жителей имеют автомобили в личной собственности, а все остальное колесное хозяйство – либо в лизинге, либо куплено в кредит. Просто идиотизм какой-то – вся страна платит проценты неизвестному дяде, и все довольны и счастливы! Наверное, поэтому у вас сегодня самая сильная и прогнозируемая экономика в мире.

– Учти, что ныне уехать из салона на новом автомобиле ты можешь, не только не заплатив ни копейки, но еще и получив в долг несколько тысяч долларов наличными. Но это уже чистый маркетинг – ничего более. В водно-моторной индустрии мы пока до этого не докатились, но за банковскими кредитами внимательно следить все же приходится. Немаловажный элемент этой сферы – так называемый «трейдинг», когда клиент в счет нового борта вносит свою старую лодку. На «Stevens» так поступает не менее четверти всех покупателей. Вот тут и кроются наши маленькие хитрости, основанные на большом опыте. Я ведь уже хорошо знаю, что последующий катер обязательно должен быть больше, лучше и мощнее предыдущего – так говорит статистика. Правда, есть опросные данные, свидетельствующие о том, что клиенты в возрасте 18–24 лет обновляют плавсредство уже через один–четыре года, в возрасте 26–32 лет наслаждаются покупкой всего два-три года, в категории 32–45 лет дружат с одним и тем же катером уже в течение трех–шести

лет, ну а после 45 водно-моторные привязанности делятся до шести–десяти лет.

– И где же тут хитрости? – я искренне дивился странной логике американского менеджера.

– Эх ты, Эдисон! – Пол уже беззастенчиво смеется в голос. – Задача хорошего сэйлзмана – попытаться передвинуть любого человека в следующую ценовую категорию, что автоматически принесет дополнительные прибыли в будущем.

– Так какой катер ты все-таки посоветуешь российскому рыбаку среднего достатка? – тут я рассказал удивленному американцу и про ГИМС, и про полное отсутствие благоустроенных марин и причалов, и про лютую таможенную, и про хулиганов, и про топливные и ставные сети на железных тросах прямо по судовому ходу.

– И что, оборудованных государством бонов и подъездов к воде совсем нет? – недоумевал Мейер. – Вы, наверное, налогов не платите. И сети разрешают

свободно ставить? Так за счет чего тогда у вас развивается водно-моторный сегмент рынка?

– Отставь свои философствования, лучше дело говори, – я уже несколько горячился и даже размахивал руками прямо перед носом господина Мейера.

– Тогда, конечно, алюминий, с запирающимися каютами и рундуками в совершенно простейшей комплектации и 4–6-метровой модельной линейке. В нашем случае это «Smokercraft», производящий более 25 тысяч надежнейших корпусов ежегодно.

Здесь можно было бы, как стало модно в последнее время, красочно расписать про морской алюминий и невероятное качество корпусов или продольные реданы, разработанные по спецпрограмме министерства обороны. Но уж раз мы начали методично анализировать «ундервудское» мышление американского современника, то и продолжим разговор исключительно в этом русле. Ведь сказать по правде, продавая в постиндустриальном обществе около 200 тыс. алюминиевых корпусов ежегодно, выдумать нечто конструктивно необычное уже невероятно сложно, да, в общем-то, и надо ли?

Для любого местного знатока главный показатель в сделке при покупке «пакета» – это соотношение цены и качества. США – пожалуй, последняя страна на планете, где и тот и другой критерии еще хоть как-то поддаются разумным объ-



Американец Пол Мейер насковзь видит каждого клиента



Ковбойскими спиннингами "Emtrod" в первую очередь заинтересовались дети



Президент «Zebes» Рон Викариус лично демонстрирует опционные возможности своих надувнушек

яснениям. Тем более что китайской карты в американской водно-моторной пьесе не увидишь даже среди надувнушек. И среднестатистический рыбак или охотник всегда уверен, что по вине производителя никогда ничего не произойдет. Так вот, по этому магическому соотношению «Smokercraft» сегодня трудно найти равных. Например, в одной из самых популярных рыболовных серий компании – «Alaskan» – все цены корпусов длиной от 4 до 5 м (всего четыре модели) находятся в диапазоне от 1500 до 2950 долл., а если в пакетном варианте, т. е. с четырехтактным двигателем, трейлером, эхолотом и еще 15 опционными причиндалами, тот же ценовой зазор будет уже от 4500 до 7695 «зеленых».

Все катера можно оборудовать складным ходовым тентом, натягивающимся на разборный каркас и плотно закрывающийся на мощный zipper таким образом, что получается самая настоящая каюта.

Года два назад на пятиметровом «Смокере» я нечаянно попал в хорошую болтанку на Белом море, что не будь такого тента, вряд ли бы вы сегодня читали эти строчки.

Выпускает эта фирма и сварные катера, но ценник там

уже более впечатляющий, например, 16-футовый «пакетик» с трейлером и 50-сильным «Мерком» тянет на 17 тысяч! Поучительно, что на все сварные швы «Smokercraft» дает пожизненную гарантию.

В Америке нельзя расслабляться, ведь, казалось бы, еще совсем недавно я делал репортаж об орегонском заводе «Jetcraft». И вот на тебе – он вылетел из бизнеса! Все му-ной – стратегические ошибки в маркетинговой политике.

Но ежегодно появляются новые алюминиевые мануфактуры. Вот и ныне на себя обратили внимания надежные, уверенные в себе корпуса верфи «Idahoboats». Данное предприятие существует всего три года и специализируется на производстве восьми моделей катеров от 5.5 до 9.5 м по индивидуальным заказам, которых в год бывает от 60 до 100 шт.

Особые дизайнерские изыски на алюминиевую тему продемонстрировали в этом году новозеландцы. Они при-ташили в Портленд несколько понтонных катеров довольно оригинальной конструкции. Представьте себе заостренную спереди лошадиную подкову. У компании «Stabi-Craft» та-



На Ванкуверской выставке треть экспозиции занимали надувные лодки



Запутаться в электропроводке «Сатрион» невозможно



Канадская «Legend» уверяет, что алюминий на их корпусах на 73% толще, чем на корпусах других производителей



Канадские рекреационные корпуса внушают искреннее уважение

кая подкова сделана из запаянных алюминиевых прямоугольников, приваренных в свою очередь к мощнейшему днищу. Смотрится, конечно, несколько грубовато, зато, по уверениям разработчиков, их катера обладают 100%-ной положительной плавучестью, даже будучи полностью наполненные водой.

Кого никогда не было на Портлендской выставке, так это каякостроителей и спиннингистов. Но начну с переносного моторчика «Torqeedo», разработанного в Германии. Эта малютка весом 9.1 кг выдает пропульсивную мощность, равную 336 Вт, что равнозначно 2 л.с. в бензиновом эквиваленте (см. № 206).

Замечательно, что у двигателя складывается нога (длина – 59 или 71 см), а батарейный элемент, рассчитанный на шесть часов работы, совершенно не боится воды. Стоимость изобретения, правда, больно кусачая – 999 евро. И вспоминая хорошо известную притчу о цене и качестве, не шибко верится, что с такими заоблачными цифирками немцы с разгону достучатся до заокеанского потребителя.

Американцы же из ванкуверской фирмы «Foldlite» придумали складной каяк весом всего 9 кг. Здесь было найдено довольно оригинальное решение проблемы устойчивости, плавучести и безопасности. Оказывается, достаточно на складной полипропиленовый каркас довольно необычной формы натянуть матерчатую обшивку из плетеного полиэстера – и каяк готов!

Учитывая скромную цену и компактность данной греб-

ной развлекаловки, можно не сомневаться в ее повсеместной востребованности.

Спиннинг же «Emmrod» был придуман обычными ковбоями и издаലെка выглядит, как спираль самогонного аппарата. На деле же это – хитро изогнутый стальной стержень длиной 50–70 см (в зависимости от модели), вставляемый в привычную спиннинговую или нахлыстовую ручку. Зато не ломается, свободно крепится к седлу и при случае подсекает самую настоящую матушку-форель.

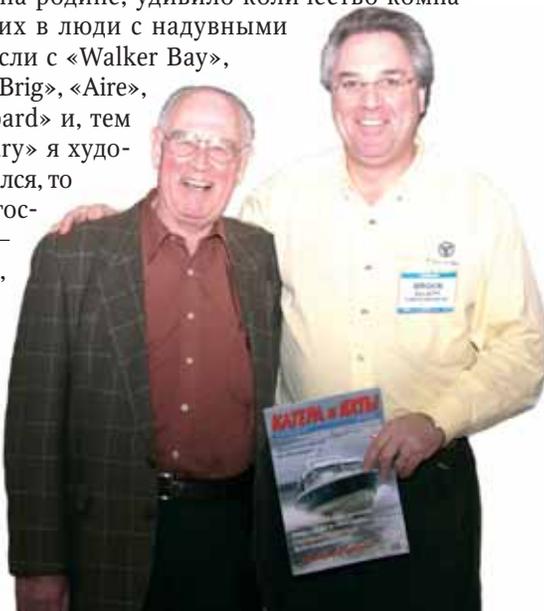
Самое удивительное, что эдакой рыболовной несурзацией можно запулить блесну метров на тридцать.

Путешествие в «Америку-лайт»

Именно так иронично называют Канаду многие коренные американцы. Говоря по-русски, «драйва» в самой малонаселенной гигантской стране мира (второй после России по площади), где проживает всего 25 млн. жителей, действительно значительно меньше, чем в пестрых вотчинах дяди Сэма. Ощущается это и на международной бот-шоу, которую можно, не торопясь, обойти раза три-четыре кряду всего за один день. И это при том, что еще 75 круизных и парусных яхт пришвартовались совсем неподалеку от выставки, у набережной Английского залива.

Почти как на родине, удивило количество компаний, вышедших в люди с надувными бортами, но если с «Walker Bay», «Nuvorania», «Brig», «Aire», «IAB», «Bombard» и, тем более, «Mercury» я худо-бедно пересекался, то вот что это за господа хорошие – «Aqua star», «Bullfrog»,

Основатель «Сатрион» Росс Эллиот (76 лет) и его сын Брок, нынешний владелец фирмы



«Endurance», «Zebec», «Titan», «Delta», «Genesis», «Polaris» и др. – приходилось только догадываться. Тем не менее выше обозначенные канадцы умудряются производить вполне зрелые надувнушки, самые взрослые из которых можно было приобрести не менее чем за 250 тыс. долл.

Общая тенденция в этой надувной канадской компашке – опционное дооборудование модельного ряда. Каких только консолей и выгнутых рыболовных приамбасов я здесь насмотрелся, просто на зависть фирме «Посейдон».

Откровенно порадовал старина «Mercury», выставивший на всеобщее обозрение ладно скроенные при помощи изящной термосварки РИБы из самого современного и прочного на сегодняшний день материала «Акрон-Тре», что, по мнению экспертов, как минимум раз в пять износостойчивее хайпалона. Милтон Барнес – канадский дистрибьютор компании, на потеху удивленной публики что есть мочи пырлял надувные борта острейшим ножом. Эффект достигался правильный, хотя немногие канадцы догадывались, что перед ними краснел пухлыми бортами обыкновенный португальский «Valiant», уже несколько лет втихаря выпускающий подобные конфетки на нужды британских и американских погранцев и морпехов. Но, поскольку в Северной Америке это имя ровно ничего не значит, а обе компании до последнего цента принадлежат могучему «Brunswick», то станет ясно, как и почему родились новые РИБы по имени «Mercury».

Ерунда конечно, но все же приятно, что рано или поздно нужды военных приносят пользу и гражданскому населению.

Подавляющее большинство канадского алюминиевого парка походило на хорошо знакомый нам угловатый «МРТ», правда, в несколько более современной упаковке.

Из всех прочих имен можно все-таки выделить две чисто канадские фирмы: «Legend» и «Harbercraft». Первых – за ценовую доступность, невычурность форм и превосходную опционную насыщенность (за исключением того, что при пакетных продажах все «Легенды» комплектуются двигателями только от «Mercury»).

Харберкрафтовцы же, наоборот, иронично-надменные в своих дизайнерских изысках, им вроде нипочем и говорливая порожистая речка, и даже ревущий океан. Этой компании уже почти пятьдесят лет (выпущено более 110 тыс. катеров), но и сегодня канадцы все еще производят корпуса длиной от 5.5 до 10 м. Полноразмерные модели «Harbercraft» весом под 4 т с вольвовским дизельным стационаром и здоровенной каютой, модно отделанной африканским махагоном, назы-

вать катерами даже как-то не особенно удобно. Из технологических примочек фирмы обращает на себя внимание то, что корпус судна вначале полностью штампуются из цельного алюминиевого листа и только после этого начинается процесс сварки.

При пакетных продажах эта компания ориентируется исключительно на японцев из «Yamaha».

И все-таки в Ванкувере – столице Олимпийских игр 2010 г. – почему-то солировали вовсе не алюминиевые борта, а композитные проекты и даже просто деревянные корпуса. Любители поплотничать орудовали рубанками и шкурками прямо в залах выставки и пригласили всех желающих принять участие в соревнованиях яхт и гребнушек, которые пройдут здесь же 23–26 августа 2007 г.

Из пластика мое внимание привлекли модели местного происхождения по имени «Champion». По внешнему виду и начинке катера этой фирмы были почти как «Cobalt», «Grady-White» или, на худой конец, «Chapparral», по качеству – точно «Boston Whaler», но по цене тянули как «Bayliner». Оказалось, что этой семейной фирмой из Британской Колумбии руководит ныне 52-летний Брок Эллиот. В течение календарного года канадцы выпускают около 1200 корпусов длиной от 4.5 до 10 м, из которых 25% идет в США, 25% – в другие страны. Начали поставки они и в Россию, куда в 2007 г. планируют отправить около 20 катеров. В первую очередь мне приглянулся продуманный и благородный стиль кают «Champion» – такие соль-мажорные в отделке, а кожаные каннапе для загадочной любви, пожалуй, можно увидеть лишь на яхте Абрамовича.

Козырнул Брок Эллиот и своеобразным композитным изошрением: оказывается, для своих катеров он использует только «3 TEX» – материал, применяемый исключительно в космонавтике и военной промышленности. Если спуститься на землю, то эта ткань имеет плетение из трех нитей, в то время как прочие водно-моторные мануфактуры используют «на край» только двухнитевую стеклоткань. Благодаря этому «Champion» беззаботно дает 10-летнюю гарантию на всю свою продукцию. Также у «Champion» одна из лучших в индустрии электропроводок. Ну вот, скажите честно, где вы еще увидите пучок разноцветных проводов, на которых через каждые 10 см будет написано, какому «барину» он принадлежит!

С рыбалкой в Канаде проблем нет, но если большой «белый вождь» из Вашингтона попросит подписать какой-нибудь меморандум по рыболовству, будьте уверены, «кленовые листья» в стороне не останутся.



Производим и продаем:
 Катера алюминиевые "Корвет-600WA" (New! 2006 год), "Корвет-500HT" (New! 2005 год),
 и катер "Корвет-500" (New! 2005 год).
 Стеклопластиковые катера "Стрелка" и "Новая Ладога-М" (New! 2005 год).
 Высылаем каталог новых моделей (2006 года). Работаем с дилерами.

Продаем и даем гарантию на:
 Лодочные моторы:
 Yamaha, Honda, Mercury, Suzuki, Johnson
 Мало б/у и новых, от 2 до 250 л. с.,
 Надувные лодки: "Мнев",
 катера б/у, прицепы для катеров,
 комплекующие по каталогу "Маритим",
 тросы, винты, навигаторы и эхолоты.
 Тюнинг катеров, продажа в кредит,
 предпродажная подготовка и установка двигателя,
 обкатка техники,
 ремонт, сервисное обслуживание двигателей,
 изготовление "релингов" для катеров.

С-Пб ул. Бабушкина, 119 Тел.: (812)973-25-91, (812)715-17-57,
 для оптовых покупателей (812)715-35-08
 www.astron-marine.ru, Alexashi@hotmail.ru Info@astron-marine.ru