



Помню в юности, было это в начале 60-х, мы с приятелем, отстояв трехчасовую очередь, с трудом попали на выставку «Туризм и отдых в США». Увиденное тогда нас настолько поразило, что полностью перевернуло наши представления об отдыхе на воде, а приуроченный к выставке американский фильм «Праздник на воде», стал для моих сверстников культовым на многие годы.

Сегодня выставки в наших крупных городах идут бесконечной чередой. И чем больше их становится, тем все меньший интерес они вызывают у посетителя. Коммерция задушила острогу события. Посещаемость разных бот-шоу упала до неприличных цифр: например, в таком мегаполисе, как 12-миллионная Москва, подобные выставки собирают 7, 10, ну от силы 20 тысяч человек. В то время как в 5-миллионной Финляндии на ежегодную «Vene» собирается более

70 тысяч человек. В том же Лондоне или Гамбурге счет идет уже на сотни тысяч, а Дюссельдорф в лучшие годы собирал более 400 тысяч человек.

Устроители наших бот-шоу ограниченный интерес посетителей в 90-е объясняли экономическими трудностями – мол, не до развлечений на воде. Но вот в стране – бум интереса к отдыху на воде, и теперь все чаще можно слышать другое объяснение: элитное увлечение богатых не может быть массовым.

Когда я лет пятнадцать назад впервые попал на крупнейшую в мире лодочную выставку в Дюссельдорфе, первым и самым ярким впечатлением оказалось то, что любой человек, который проявляет хоть какой-то интерес к жизни на воде, может гарантированно найти здесь полезное для своего увлечения. Школьники целыми классами приходят получать первые навыки хождения под парусом (в бассейне) или управления моторной лодкой, пожилые капитаны собираются у стендов классических и раритетных судов, любители самостоятельной постройки получают наглядные уроки постройки лодки «вживую». Здесь награждают национальных победителей в парусе и моторе, устраивают вернисажи. Словом, старый или молодой, бедный или богатый, опытный или только начинающий капитан, спортсмен или «чайник», здоровый или инвалид – любой посетитель

обязательно найдет интересное для себя. Причем за весьма доступные деньги. Выставка – это главное место, где встречаются продавец или производитель со своим покупателем. В некоторых павильонах, где, например, выставлены принадлежности для виндсерфинга, рыболовства, судовое оборудование – в буквальном смысле не протолкнуться.

Пресса – самый уважаемый и желанный посетитель на выставке. Для профессиональных журналистов созданы все условия для эффективной работы: свой пресс-центр, современная оргтехника, любая информация и даже своя кухня по очень льготным ценам. И постоянная работа руководи-





# Катера и моторные яхты в новом салоне



**PRESTIGE**  
**YACHTS**  
www.p-y.ru

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РФ

г. Санкт-Петербург, Лахтинский пр-т, д. 2, к. 1, ТЦ "Драйвпарк" (812) 334-40-87



тва выставки на будущее, на перспективу, может быть даже далекою.

Многие наши компании, наверное, не знают, что в начале 90-х гг., например, организаторы «Messe Dusseldorf» совместно с Немецким союзом судостроителей гарантированно возмещали российским участникам бот-шоу часть затрат на участие в выставке, и это даже при довольно демократических расценках на площадь. Только развивайтесь!

Для сегодняшней нашей реальности, согласитесь, это звучит несколько диковинно. Как у раннего М.Жванецкого: «В Париж по делу, баночное пиво... Непонятно». Когда в Москве в прошедшем апреле в одни и те же сроки на одну и ту же тему были организованы две разные выставки (причем то же самое анонсировано и на будущий год), у многих участников и посетителей

возникло предчувствие: не все ладно в нашем выставочном королевстве.

И вот теперь мы узнали, что одна из крупнейших московских компаний выступила инициатором создания Национальной ассоциации морской индустрии (nmia.ru), а ее одним из первых шагов стала организация новой выставки «Московская бот-шоу 2008», которая должна пройти с 9 по 17 февраля будущего года. Соорганизатором ее согласилось быть и руководство ведущего выставочного центра страны – комплекса «Крокус-Экспо».

Под будущую выставку планируется новый павильон, где будет предоставлена площадь в 36000 м<sup>2</sup>, что более чем в два раза превышает площади уже существующих в Москве выставок. Но главное – стоимость участия уменьшена более чем в два раза по сравнению с другими подобными выставками, а время работы увеличено до девяти дней, как на большинстве мировых бот-шоу. Задача организаторов – привлечь как можно больше любых фирм на доступных условиях, причем в самые удобные для морской индустрии сроки.

Многие компании уже подтвердили свое участие. По словам организаторов, поддержали это начинание и многие национальные ассоциации западных стран.

Важно же то, что инициативу проявили сами участники выставки, без посредников, а это ситуация – почти революционная, «когда верхи не могут, а низы не хотят». Перемены назрели, это подтверждает и публикуемая в номере статья о Петербургской бот-шоу. Все это может иметь очень большое значение для разви-

тия отрасли прогулочного флота, но каким образом будут складываться события, сейчас сказать сложно. Есть объективные трудности. Например, в напряженный график мировых выставок, где уже все давно расписано, втиснуться очень трудно. Так, в близкие сроки проходят популярная и у нас, и на Западе выставка «Vene» в Хельсинки (9–17 февраля), массовая рыболовная выставка «Охота и рыболовство на Руси» (22–26 февраля 2008 г.), завоевавшая признание.

Организаторы уже существующих выставок ITE и IFA за годы работы приобрели богатый опыт, без которого подобное мероприятие провести на должном уровне трудно. Ведь это не только выставка, но и шоу. Привлечь сегодня массового посетителя очень и очень трудно.

Важно не впасть в крайность. Оптимальное решение, как любая истина, лежит где-то посередине. Поэтому, на наш взгляд, для достижения общих интересов необходимо объединить совместные усилия организаторов выставок, прежних и будущих. И не дать раскататься тяжелому маятнику взаимных разногласий, который, как известно, с наибольшей скоростью как раз и проходит положение равновесия.

