



Петрозаводский «Варяг» впервые поступил на европейский рынок ради отечественного. Клинкерная шлюпка построена по всем канонам классики.

Артур Гроховский и Алексей Даняев. Фото авторов



Проданный образ жизни. Заметки о московской выставке...

Пожалуй, сейчас еще рано говорить о том, сколько времени продолжится наступивший экономический кризис и когда и чем именно он закончится. Очевидно, однако, то, что существующий сектор товаров для отдыха (в том числе на воде) претерпит заметные изменения. Несомненно и то, что эти изменения не смогут не отразиться и на отечественном рынке. В этом отношении прошедшая в начале февраля в московском комплексе «Крокус» международная выставка в области прогулочного флота «Московское Боут Шоу» могла стать первым индикатором начинающихся перемен...

Итак, что же мы увидели на выставке? В ее парусной части были представлены практически все основные игроки рынка, к которым мы уже привыкли. Центральное место занимал, естественно, огромный стенд российского дилера «Bavaria Yachtsbau», где мы и взяли интервью у Александра Маркарова, фактического автора самой идеи этой экспозиции, которую проводит Национальная ассоциация морской индустрии в этом году уже во второй раз.

Разумеется, нас в первую очередь интересовало, насколько оправданно проведение подобной выставки в разгар кризиса. И вот что мы услышали от пред-

ставителя одного из крупнейших яхтенных дилеров России:

– Выставка сегодня целесообразна и востребована. Количество компаний, представленных на ней, практически удвоилось по сравнению с прошлым годом – с 80 до примерно 150. Думаю, это более чем ясный ответ на заданный вопрос: выставка в таком формате нужна, несмотря на существующее положение в экономике. Также могу сказать, что реальных контактов с посетителями здесь состоялось тоже немало.

Да, даже на глаз, число экспонентов заметно выросло по сравнению с прошлым, премьерным, годом. Правда, стенды их

несколько измельчали. Существенно поредели экспозиции наиболее массовых лодок для «среднего класса», поскольку экономические проблемы коснулись прежде всего этой категории покупателей. Впрочем, Москва всегда проявляла наибольший интерес к продукции в верхнем сегменте малотоннажного рынка.

– Конечно, в области торговли крупными судами мы ощущаем некоторый спад, – продолжил А. Маркаров. – Но хотел бы заметить, что мы продаем не просто суда, а образ жизни, а это – совсем другое дело. Отказаться от привычного образа жизни очень трудно, особенно

нашим согражданам в силу некоторой национальной специфики. Поэтому я ожидаю заметного всплеска спроса на наши лодки примерно в начале осени – в качестве своеобразной компенсации за упущенный летний сезон, ведь заказывать более или менее крупные яхты к текущей навигации скоро будет уже попросту поздно.

В подтверждение своей мысли о том, что развитие индустрии отдыха, несмотря на кризис, будет продолжаться, могу привести следующие данные: за последние месяцы продажи снегоходов, яхтенной одежды и аксессуаров в нашей торговой сети выросли примерно на 15% по сравнению с таким же периодом прошлого года. Думаю, когда первоначальный психологический шок, вызванный самим фактом вторжения экономического кризиса в нашу жизнь, пройдет, стабилизируются и продажи судов.

Что ж, как бы парадоксально это мнение не прозвучало, исключать саму вероятность такого развития событий, видимо, не стоит. Неумолимая статистика показывает, что экономить наши соотечественники так и не научились, более того, достаточно часто они «готовы обходиться без самого необходимого, но не могут отказаться от излишеств». Наши личные наблюдения подтверждают, что сограждане скорее предпочтут экономить на еде или обновлении гардероба, но не откажутся от запланированных дорогих «статусных» покупок

(порой заметно более дорогих, чем делают на Западе люди сравнимого положения и уровня доходов). Вполне возможно, кстати, что стремление россиян к «красивой» жизни может оказаться тем самым спасительным локомотивом, который вытянет обсуждаемый сектор рынка из кризиса.

Интересно было также узнать о готовящихся переменах в стане баварцев. В ближайших планах компании – постепенный пересмотр всей фирменной линейки парусных яхт в свете завершения сотрудничества с конструкторским бюро «J&J» и перехода под знамена Б. Фарра. «Самодвижущийся» сегмент компании тоже ждут большие изменения – теперь проекты моторных судов фирмы будут разрабатываться совместно со специалистами «BMW». Скорее всего, в ближайшие несколько лет мы станем свидетелями полного обновления производственной программы крупнейшей массовой верфи мира в купе со сменой ее привычного стиля.

Другие верфи также довольно широко были представлены на выставке. Российский дилер известной французской компании «Chantier Jeanneau» – фирма «UltraSail» – показала живую симпатичную малышку «Jeanneau 30i», яхту, уже лишенную всех «детских болезней» и заслуженно ставшую популярной в Европе, а также трейлерную лодку «Sprinto» пока еще малоизвестной у нас фирмы «Archambault».

Эта яхточка (самая маленькая в линейке верфи) длиной всего 6.6 м может выпускаться и с внутренним балластом, как швертбот, и с подъемным балластным килем с бульбом. Благодаря легкости спуска на воду и ее высоким ходовым качествам лодка хорошо зарекомендовала себя. Нельзя не отметить, что посетители выставки довольно внимательно присматривались к этой лодке, ставшей ее своеобразным «открытием».

Но, несмотря на то, что стенд «UltraSail» ни минуты не оставался без внимания посетителей, число реальных контактов с потенциальными заказчиками, по мнению представителей компании, упало в разы по сравнению с 2008 г.

Парусные яхты от «Beneteau» тоже вызывали интерес посетителей. Разумеется, факт признания модели «Oceanis 31» (а именно она и была продемонстрирована в Москве) «Яхтой года» в Дюссельдорфе не мог оставить их равнодушными. Нарядный темно-синий крейсер, выставленный на стенде компании «Expert Marine», притягивал к себе, хотя, как нам кажется, яхта еще требует некоторой «шлифовки и доводки» (что, впрочем, совершенно естественно для новых лодок массового сегмента).

Стенд яхт «Hanse» в этом году выглядел заметно скромнее, чем в прошлом – «живых» судов на нем не было. Продажи этих яхт на российском рынке пока идут несколько хуже, чем планирова-



Александр Маркаров



1. «Jeanneau 30i»: изящный малыш, особенно подходящий для московских акваторий



2. «Archambault Sprinto»: легкая трейлерная яхточка с высоким скоростным потенциалом



3



4

3. Туристический швертбот «Haber 660»: премьера на российском рынке

4. Спортивный швертбот «ЭМ-Ка»: станет ли он новой реинкарнацией старого доброго М?

5. Торговцам мелким морским товаром найдется работа в любые времена

лось. В качестве некоторой «антикризисной меры» «HanseYachts» предлагает своим покупателям снижение цены на 5% вкпе с расширением как базовой комплектации, так и перечня опций. К сожалению, не вызвал никакого интереса у российской публики катер «Fjord» («КиЯ» № 206), видимо, излишне радикальный «рубленный» дизайн не по вкусу нашим соотечественникам. Странно, что родительская компания так и не определилась с маркетинговой политикой относительно своей новой марки «Moody» – по словам дилера, до сих пор неясно, кто и как будет реализовывать эти неординарные лодки: то ли бывшие дилеры «старой» «Moody», то ли дилеры «HanseYachts», то ли будет создаваться новая дилерская структура.

Зато дилеры компании «Shipman», судя по всему, были довольны результатами бот-



5

шоу. Российские клиенты, по их утверждению, стабильно составляют большинство среди владельцев и перспективных заказчиков этих конструктивно неординарных, исключительно быстрых и очень-очень дорогих лодок. Да здравствует новая русская «народная» марка? Похоже, что людей, выбирающих «Shipman», кризис не касается.

Впрочем, как сказать. На выставке стало известно, что если бы не экономические осложнения, затронувшие и нашу «тихую гавань», то и над таким неординарным парусным судном, как «Maltese Falcon», мог бы взвиться российский флаг! (Это, конечно, выражение чисто фигуральное – флаг бы взвился, скорее всего, какой-нибудь «удобный», но вот владельцем судна и вправду должен был стать наш соотечественник.)

На выставке присутствовал и дилер известной шведской верфи «Najad». Первый заказ из России на яхты этого типа, сделанный на прошлогодней Дюссельдорфской выставке, едва ли не в присутствии одного из авторов этих строк, привел к официальному оформлению отношений между этой компанией и российским продавцом. Это лишний раз говорит о появившемся тренде приобретения все более качественных и дорогих яхт.

Не могли не посетить мы российскую премьеру польских швертботов «Haber», о которых

наш журнал рассказывали в прошлом номере. Фирма нашла у нас своего дилера, что не может не радовать. Правда, цены на эти лодки достаточно высоки – заметно выше цен, скажем, маленьких «Баварий», что потребует от продавцов очень четкого позиционирования на рынке этих неординарных и очень уютных лодочек, поскольку, несомненно, у многих недостаточно информированных людей подобная ценовая политика вызовет определенное недоумение.

Порадовало нас присутствие нового российского швертбота «ЭМ-Ка», претенциозное название которого отсылает нас к старому и незаслуженно забытому национальному классу швертботов «М». Этот новый швертбот, о создании которого мы уже писали, представляет собой результат доработки отечественного проекта Александра Филиппова и КБ «Mobile Group» в дизайн-бюро «Bernaskoni», при ближайшем рассмотрении оказался весьма «гламурненьким» продуктом. Впрочем, ни цена швертбота, ни ожидаемые объемы его серийного выпуска, ни заявленная «целевая аудитория» пока никак не соответствуют изначальной заявке по созданию нового национального класса гоночных яхт. Ведь понятие «национальный» в обязательном порядке подразумевает демократичность и массовость класса – тех же «эмков» было построено



без малого 3000 выпелов. То же, что получилось в итоге в данном случае, можно назвать только московским классом. Впрочем, радует, что производится новая лодка будет в России. А там, глядишь, лет за 50–60 и удастся довести численность флота нового класса до численности доброй старой «эмки»...

Продолжая разговор о швертботах, нельзя не сказать о компании «Фордевинд-Регата», уже привычно демонстрировавшей широкий ассортимент разнообразных швертботов семейства «Laser», включая новейшую лодочку типа «Bug». Не исключено, что именно подобные мини-яхточки станут своеобразным «антикризисным вызовом».

Востребованными, как представляется, оказались отечественные парусные школы. Об этом свидетельствует целый ряд мероприятий, проведенных Национальной ассоциацией шкиперов, в частности, теоретиче-

ский тур олимпиады «Яхтенный капитан». (С удовольствием отмечаем, что один из наших постоянных авторов Александр Долинин получил на нем приз за свои литературные труды.) По-видимому, уже можно говорить об определенной кристаллизации парусного рынка России. Хочется надеяться на его дальнейшее расширение, а некоторый оптимизм вызывает тот факт, что кризис затронул парусный сектор яхтостроительной индустрии в несколько меньшей степени, чем ее моторную часть.

В целом же выставка пока больше задала вопросов, чем ответов. И один из вопросов таков: где в действительности проходит граница между обоснованным оптимизмом и хорошей миной при плохой игре?

Оптимистическая интермедия

Финансовые трудности конца прошлого года внесли сумя-

тицу в ряды участников рынка моторной малотоннажки. Внезапно выяснилось, что покупатель все-таки не ест «что дадут и побольше», что лодки – это товар далеко не первой необходимости и что просто расширять предложение без анализа его эффективности крайне рискованно. «Кризис доверия», как назвали эту черную полосу жизни головастые экономисты, поделил хозяйствующих субъектов-маломерщиков на оптимистов и пессимистов, и на московской бот-шоу лучшая из этих черт характера проявилась, что называется, по полной программе. Зал заполнили в основном те, кого, видимо, можно причислить к недоверчивым оптимистам.

В их число попали большей частью дилеры раскрученных мировых брендов, и это неудивительно. Начало сезона, товар застоялся на складских площадках, и для скорейшего его сбыта все средства хороши – поневоле

6. Катера «Trident» впервые в Москве. И премьера не осталась незамеченной.

7. Производственная компания из Новоуральска «Виза-Яхт» – еще одно открытие сезона.

8. Интерес к крупным моторным яхтам держится относительно стабильным. Скандинавы «Marhex» – мощные мореходные суда.

9. «Swift Trawler 42» от «Beneteau» вызвал немалый интерес у московской публики



10



10. Мода на «ретро» набирает обороты. Этот американский буксирчик, привезенный компанией «Трейд-Марин», покорило немало сердец.

будешь оптимистом, тем более в пору быстро легчающего рубля. Как отметили представители компании «Техномарин», банкротство которой точно не грозит, потому что дельные вещи и судовое оборудование будут востребованы в любом случае, начало сезона уже ощущается, несмотря на резкий рост курсов валют, но предстоит работа по реорганизации дилерской сети.

Но нам были интереснее оптимисты-производственники, чья экспозиция изрядно погрела по сравнению с 2008 г. Больше других в связи с финансовыми проблемами снизили темп и «ушли в подполье» мощные серийные производства с выпуском в сотни и тысячи корпусов в год. Другие решили коренным образом поменять стратегию публичной деятельности и сменить выставочную площадку на более целевую либо сделали ставку на СМИ и интернет. Такую политику вряд ли можно считать дальновидной, но, как бы то ни было, лишних денег на имиджевую рекламу в «Крокусе» у большей части серийного производителя к началу сезона не нашлось.

Зато нашлись необходимые

средства у некоторых мелкосерийных и «заказных» строителей, а также у молодых, только что вышедших на рынок компаний. Ведь именно во «времена перемен» легче всего стартовать новым и малоизвестным игрокам. Наиболее представительно среди заводских, пожалуй, выглядела петербургская компания «Трайидент» с двумя своими вариациями на тему 6-метрового алюминиевого корпуса – открытой и каютной (обе мы тестировали прошлой осенью). Судостроители из Ораниенбаума по результатам теста значительно доработали конструкцию лодок, улучшили мореходность и обитаемость, кроме того, задействовали новые производственные мощности и технологические процессы. Корпуса и дельные вещи теперь окрашиваются порошковой краской и выглядят наряднее. Как уверили нас на стенде, стандартная комплектация «Трайидентов» – самая обширная среди лодок «одноклассников». Достойный ответ трудным временам.

Другой новичок – небольшое предприятие из Новоуральска «Виза-Яхт» с неплохим по охвату ассортиментом мотор-

ных, гребных, и – удивительно! – парусных лодок из стеклопластика оригинальной разработки. О дизайне отдельных моделей можно спорить, но согласимся, немногие наши верфи сейчас рискуют заниматься малоприбыльной гребной «мелочевкой», тем более с уклоном в парус. Частное предприятие существует с 1995 г. Сейчас немногим более десятка работников производит около 250 корпусов в год, обеспечивая продукцией ближайшие регионы, а с недавнего времени благодаря интернет-торговле – уже и всю страну. Тем не менее одна из главных задач новоуральцев, ради которой они вошли в состав участников бот-шоу, – найти дилеров в новых регионах-потребителях.

Не менее достойно и разнообразно были представлены пластиковые лодки ООО «Саитов», они же всем известные сосновские «Нептун» и «Посейдоны», пополнившиеся новой моделью «Посейдон 570» с интересной для рыболовов компоновкой типа walkaround.

Выискивать отечественного производителя среди дилерского столичного безбрежья – наша сверхзадача как технически ориентированного судостроительного издания. Но признаем, что на российских бот-шоу бал правит все-таки продавец-посредник, и уровень представительности того или иного события поневоле задает уровень подачи себя наиболее сильными дилерами мировых брендов. С «великими» в «Крокус-центре» в основном все было в порядке – присутствовали и «Bavaria», и «Larson», и «Stingray». Не вернулись под его своды легендарные «Grand Banks», которые в прошлом году вызвали сенсацию. Зато в центре зала доминировали сразу два однотипных катера-конкурента активно набирающей популярность «траулерной» архитектуры: снискавший уже заслуженную мировую славу 12-метровый «Swift Trawler 42» от французов «Beneteau» и близ-

кая по размерам «Selene 40» производства китайской компании «Jet-Tern Marine».

При в общем-то сопоставимой цене (с некоторым конкретным набором опций) оба траулера являют два различных маркетинговых подхода. «Swift Trawler 42» – это судно для переходного к глиссированию режима движения, с достаточно легким корпусом и мощными двигателями «Volvo Penta D4», строящееся на поточном производстве, поэтому возможности выбора опций для него ограничены типовым прайс-листом. Прочная репутация одной из крупнейших верфей Европы делает его выгодным долгосрочным вложением «зависших» финансовых средств, сколь бы ни одиозно это звучало – в трудные времена царят свои приоритеты. «Китаец», напротив, сконструирован более основательно и предназначен для сугубо водоизмещающего режима плавания, в его консервативной тиковой отделке палуб и кают прослеживаются явные тайваньско-американские мотивы. Очевидная заслуга дилера «Selene 40» – в готовности обсуждать мельчайшие подробности комплектации поставки, что позволяет варьировать стоимость в очень широких пределах. При этом

судно спроектировано в традициях хорошей морской практики, оборудуется надежным дизелем «Cummins», а значит, на нем можно не только комфортно проводить время в маринах, но и совершать длительные морские переходы – ему присвоена проектная категория «В» (открытое море) при автономности по топливу более 1000 миль.

Можно долго расстраиваться по поводу «нравов», мол кому-то купить надувную стало несбыточной мечтой, а эти толстосумы на траулеры заглядываются... Однако это установленный факт: в стране значительно упал спрос на качественные лодки «среднего класса»; на самые большие моторные яхты длиной от 15 м он держится стабильным, разве что стало труднее оплатить дорогостоящий заказ. Желающие постоять на аккуратных тиковых палубах траулеров зачастую выстраивались в очередь на стенде.

Еще одно новое направление прозвучало на этой бот-шоу: обозначился интерес как продавцов, так и посетителей к судам утрированно-стилизированным под «ретро», причем с экономической ситуацией в стране он никак не связан. Просто слишком много на наших водоемах стало безликих, «мейнстримовых» катеров и лодок. Причем наиболее

распространенные из них, глиссирующие, не слишком хорошо справляются с прогулочными функциями – требуют много топлива, шумят, неэффективны на малых ходах. Эту тенденцию уже отметил наш журнал, опубликовав в прошлом номере статью «Повеяло свежим ветром «Ретро». Компания «Трейд-Марин», специализировавшаяся доселе на американских алюминиевых «рыболовах» привезла в порядке изучения спроса настоящий мини-буксир производства американской же фирмы «Ranger Tugs». Модель «R21 EC» при длине 6.4 м представляет собой типичный крейсер «выходного дня», оборудованный полноразмерной рулевой рубкой с парой спальных коек и главное – обширным кокпитом, в котором можно рассадить под тентом до восьми гостей и чудно провести пикник на природе. Несмотря на архаичную внешность, бронзу и хром в дельных вещах, пластиковый буксирчик резво бежит в переходном режиме под экономичным дизельком «Yanmar». Экспонат пользовался у посетителей не меньшим успехом, чем прословутые траулеры.

Задерживался народ и у изящной гафельной шлюпки, построенной в Петрозаводске по классической деревянной технологии компанией «Варяг». Все прошлые годы эта компания в феврале обычно пропадала на выставке в Хельсинки, на этот раз карелы решили попытаться счастья в Москве и, будем надеяться, не ошиблись с выбором площадки.

В планах на будущее оптимисты-экспоненты разошлись. Если одни твердо намереваются до конца бороться за клиента, участвуя во всех возможных событиях сезона, другие решили дождаться первых результатов и уж потом строить планы, третьи сочли, что одной выставки будет достаточно. В любом случае они правы, поскольку во времена перемен не имеет смысла лишь бездействие.

