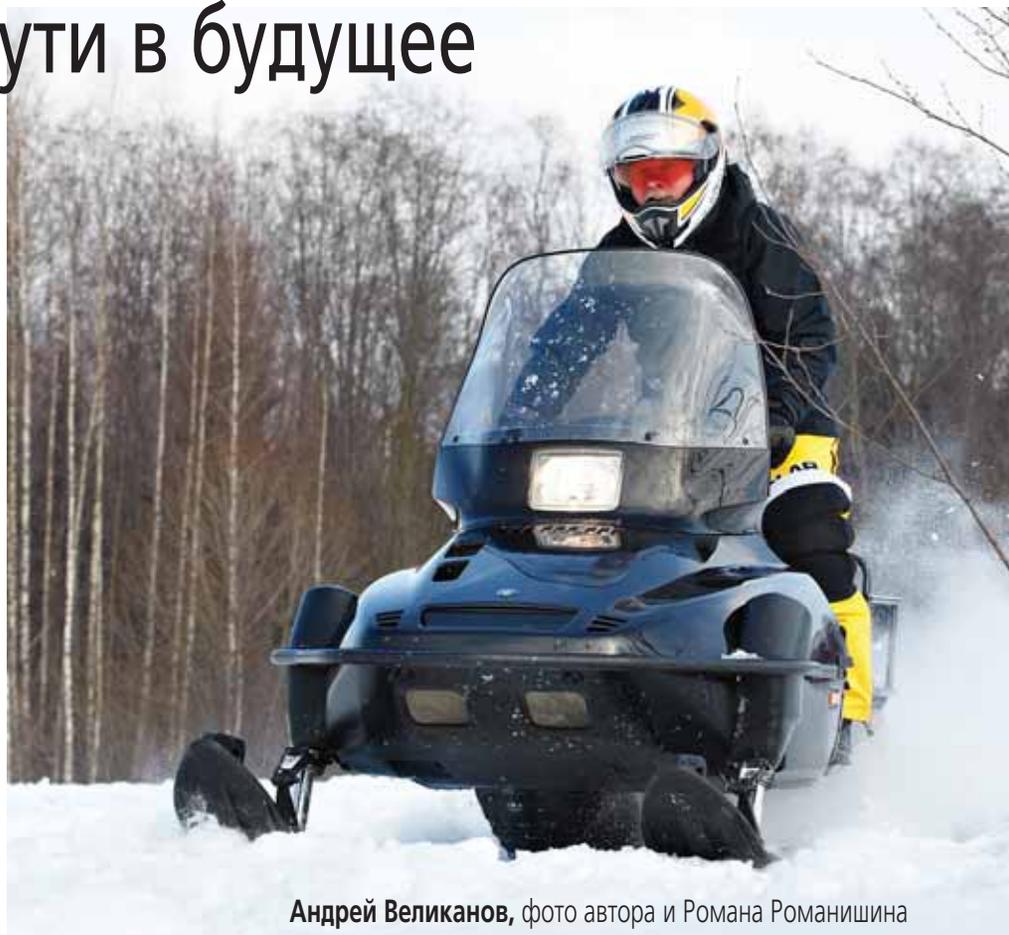


Модельный ряд снегоходов Yamaha 2014 года – полшага на пути в будущее

Интрига очередной презентации техники от Yamaha CIS состояла уже в том, что в нынешнем сезоне и семинар, и тестовые мероприятия были проведены не за Уралом, а в 140 км от Москвы, на базе четырехзвездочного гостиничного комплекса «Конаково Ривер Клуб».

Эти роскошные хоромы возведены на берегу Иваньковского водохранилища (Московского моря), образовавшегося в 1937 году при постройке канала Москва – Волга. Правда, буквально впритык к гостинице торчат три постоянно дымящие трубы Конаковской ТЭЦ, что несколько портит картину видимого зимнего благо-



Андрей Великанов, фото автора и Романа Романишина



Президент Yamaha CIS господин Кавано

получия Тверской области. Обслуживание и питание в комплексе достаточно высокого уровня, чего не скажешь об оборудовании – лифт сломался в первый же день, а из кранов на пятом этаже навязчиво текла вода цвета хорошо сваренного темного пива.

Yamaha – бесспорный лидер снегоходных продаж в России, по итогам 2012 года на долю компании пришлось 44% отечественного рынка (официально в прошлом году в РФ было завезено порядка 30 000 единиц техники). А в сегменте утилитарных моделей и того больше – 91%. В прошлом году у нас было продано более 10 000 снегоходов VK 540 (вместе с Viking Professional – 11 406), что в несколько раз больше цифр ближайшего конкурента – AC Bearcat 570 XT (чуть более 2000 штук).

Снегоходная Россия принципиальным образом отличается от цивилизованных стран, в первую голову целевым назначением снегоходов. Если в США 90% снежных коней используются в рекреационных поездках, то у нас 70% покупателей этого транспортного средства приходится на жителей «бездорожья», где снегоход – не роскошь, а средство передвижения, а порою и существования.

Да и «оставшиеся» 30% утешаются снегом в основном по делу (охота, рыбалка). Именно отсутствие интересных трасс и рекреационных зон, ориентированных конкретно на снегоходы, вывело утилитарный тип машины в лидеры российских продаж.

Практически неубиваемый и неприхотливый трудяга VK 540 уже много лет заслуженно пользуется авто-



ритетом от Кольского полуострова до Камчатки, и после снятия с производства бюджетной модели Yamaha Bravo конкурентов у VK в «утилитарке», по сути дела, не осталось. В прошлом году мы увидели новые клоны VK 1V и VK 1V Limited – это не что иное, как слегка тюнингованная вариация модели, разработанной еще в начале 90-х годов прошлого века.

В 2014 году к ним прибавится еще один близнец – VK 1V Tough Pro, который будет продаваться только на российском рынке. Что же тут принципиально нового? Во-первых, у Tough Pro нет аккумулятора и стартера. Из второстепенных конструктивных особенностей – новый бампер, сидение (по типу

Bravo), другой багажник. Бросается в глаза практически полное отсутствие наклеек – только 10-сантиметровая бирочка Yamaha прямо под сидением.

Японцы не зря внимательно изучают наш рынок и, видимо, наконец поняли, что «сколько ни говори халва, во рту сладко не станет»: Россия – страна утилитарных снегоходов, где надежность, 92-й бензин и качество буксировки гораздо важнее, чем скорость и дешевый выпендрейж. Тем более, что и средняя зарплата по стране не вызывает хорошего настроения (в том же Конаково – 10 000, а в Твери – 15 000 рублей).

С такими взглядами на будущее нашего рынка были и тесты, где орга-

низаторы мероприятия выставили 30 однотипных черных красавцев (15 VK 1V и столько же VK Tough Pro).

Новинка следующего года оказалась на 16 кг легче, и, как мне показалось, у Tough Pro возросла управляемость на пересеченной местности (часть многокилометровой трассы проходила в глухом лесу), но вот сидение «мустанга» стало менее комфортно по сравнению с родными братьями. Ручной запуск – достоин всяческих похвал (тесты проходили при температуре -12°C), что впрочем, было отличительной чертой и всех предыдущих поколений VK.

Бесспорно, при разумном ценообразовании, Tough Pro станет лидером продаж Yamaha в России, хотя рынок уже достаточно насыщен разнообразными вариациями на тему двухтактного VK. Все ждут от компании еще полшага – новинку, способную удовлетворить спрос в «облегченно-утилитарной» нише. Бурное развитие отечественных мотобуксировщиков говорит о том, что наш путешествующий народ легко готов расстаться с суммой в 100–120 тысяч рублей, что как раз укладывалось в базовый ценник популярного Bravo.

– Моя мечта – возродить этот снегоходный проект на российских просторах! – сказал после тестов президент Yamaha CIS господин Кавано.

Уверен, что так оно и будет – в Конаково журналистам был представлен 29-летний Мурата Рё, назначенный в этом году помощником президента как раз по этой теме. *✍*

