



## «Охота и рыболовство на Руси»: выставка или ярмарка?

Так получилось, что на московской выставке «Охота и рыболовство на Руси» наш журнал не был лет пять или шесть. Собственно, в то время эту выставку и не стоило считать профильной для нас, из лодочной продукции тогда присутствовало только несколько всем известных «надувных» фирм. Но вскоре ситуация начала меняться по разным причинам. Во-первых, большинство владельцев маломерных судов у нас, так или иначе, интересуется и рыбной ловлей, и охотой, во-вторых, несколько лет назад основной контингент производителей и продавцов наиболее популярных в России 3–5-метровых надувных и жестких лодок был фактически отлучен неподъемными условиями аренды стендов от официальных московских бот-шоу, проводимых в самое горячее время продаж – в конце зимы и весной. Наконец, все это время маломерный рынок стабильно рос и развивался, так что некая форма

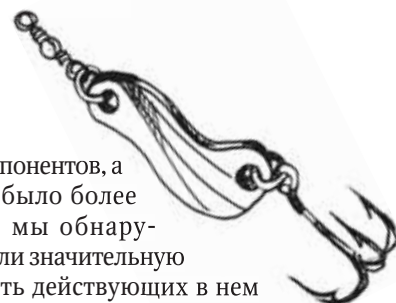
очного всероссийского соединения поставщика с потребителем просто не могла не образоваться.

Толпа страждущих посетителей (по скромным оценкам, до 60 000 за весь период работы) несколько морозных дней в конце февраля штурмовала два павильона Всероссийского выставочного центра, чтобы, прорвавшись через металлоискатели на входе, вволю побродить среди стендов, заполненных доверху спиннингами и воблерами, ножками и топорами, чучелами и дарами природы. Руководство выставки очень разумно отвело под лодки-моторы два компактных участка на первом и втором этажах павильона №70. По занятой площади – порядка 2000 м<sup>2</sup> плюс несколько сот «квадратов» под открытым небом – лодочная часть экспозиции пусть и не потянула на европейский уровень, но оказалась вполне репрезентативной для данного сектора рынка малых моторных судов. Среди

экспонентов, а их было более 30, мы обнаружили значительную часть действующих в нем производителей и дилеров, причем некоторых из них вряд ли удалось бы встретить «живьем» на каком-либо другом общественном мероприятии такого масштаба.

Уличную часть экспозиции гордо открывало самое большое судно выставки – флагман Костромского судомеханического завода «КС-701» на пару с водометным собратом «КС-600 Jet». Заводчане все время проводили на воздухе, но вовсе не мерзли, потому что в салоне катера исправно работал отопитель «Webasto». Да и скучать им не приходилось – рыболовы активно интересовались прочными алюминиевыми катерами. Длинной шеренгой выстроились пластиковые «Нептуны» Сосновского завода. Значительную площадь заняли лодки компании «Сава» из Тверской области. Как рассказал нам директор фирмы Сергей Закар, именно с их появлением на ВВЦ четыре года назад рыболовно-охотничья выставка приобрела явный уклон в водно-моторную тематику. «Сава» помимо широкого ассортимента гребных лодок представила новую серию пластиковых моторок традиционной скандинавской одно-двухконсольной компоновки. Кроме того, это, пожалуй, единственная в стране компания, которая производит массово (до 850 корпусов в год) отвечающие всем стандартам спортивные гребные суда из стеклопластика – каноэ, байдарки и пр.

Были здесь и экспонаты, смотревшиеся экзотично на фоне основной более утилитарной продукции, например,



судно на воздушной подушке «Пегас» солнечно-желтого цвета от нижегородского «Катерпласта» или вооруженная до зубов удилищами и даунриггерами лодка «Гризли» с ослепительно полированным алюминиевым корпусом. Но «погоду» лодочного раздела делали все-таки надувнушки, они заняли основную площадь внутри павильона. Вряд ли на какой-либо специализированной выставке удалось бы встретить представителей Ярославского или Уфимского заводов, выпускающих классические резиновые лодки. Благодаря минимальной стоимости они по-прежнему популярны у рыболовов-любителей, особенно в небогатых регионах страны, и производятся тысячами в год. Кроме патриархов надувного рынка, в число которых вошли наши мощные ПВХ-строители «Мнев и К», «Лидер», и др., здесь уверенно себя чувствовали фирмы более молодые, но стремящиеся разными способами отвоевать свой сектор рынка, такие как «Наши Лодки», «ProfMarin» или «Латимерия». Не обладая такой развитой дилерской сетью, как у более долгоживущих коллег, они стремятся привлечь внимание покупателя необычными техническими и маркетинговыми решениями, причем по законам конкуренции снижение скорости обновления продукции для них равносильно смерти. Такими решениями стал, например, принцип «все включено в стандартную цену» у «Наших Лодок» или применение баллона просто огромного на взгляд диаметра 600 мм на большой надувной лодке за вода «Ломоносовсетеснасть». Как бы то



ни было, если объем продаж достигает 150–200 лодок в месяц, производство уже может существовать автономно, особенно если делает ставку в сбытовой политике не на крупные города, а на отдаленные от центра регионы.

Наконец, вряд ли где еще удалось бы увидеть и новые разработки наших моторостроителей – 15-сильный «Волгарь», разработанный ульяновцами на базе старого доброго «Ветерка», но с ирландским карбюратором, новым стартером и более мощным электрооборудованием, а также подвесные водометные моторчики производства ГУП «Северный рейд» из Северодвинска. С этого года в серию пошли «Микроша-М» с односильным китайским 4-тактным моторчиком воздушного охлаждения и двухсильный «Кальмар» с настоящей головкой «Honda», также с воздушным

**Сергей Закар, фирма «Сава»:**

«Конечно, настоящая бот-шоу – более эффективна, но у каждой выставки – свой посетитель. Народ идет сюда, и идет, как на ярмарку, хотя порой купить товар в магазине получается даже дешевле. На осенней выставке в Крокус-сити вроде бы и народу было немного, но отдача по продажам оказалась выше. Цены за площадь в Москве, конечно, непомерно высоки. Даже снаружи – 900 рублей за метр, а в павильоне – в 3 раза дороже. По деньгам мы многого позволить себе не можем, однако смысл участвовать есть всегда. Если бы позволял бюджет, мы ездили бы на все мероприятия, связанные с водоплавающей техникой»

охлаждением. Проблема с защитой водозаборника водомета от мусора решена у них радикально – простой заменой поврежденного импеллера, благо он стоит совсем малые деньги.

О том, насколько полезной оказалась эта выставка для экспонентов, мнения сильно разошлись. Все соглашались, что ее характер больше напоминает ярмарку, где вероятность встретить серьезного дилера или поставщика товара довольно мала. Для компании «Баджер», к примеру, большой эффект приносит работа своего Интернет-магазина. Однако для многих, в том числе и для нашего журнала, возможность встретиться лицом к лицу с реальным потребителем, нацеленным к тому же на немедленную покупку, представляет значительный интерес.

А.Д. Фото автора



**VELVETTE 20**  
СОВРЕМЕННЫЙ КАТЕР 2007 МОДЕЛЬНОГО ГОДА  
от 299 000 рублей

Длина 6,06 м  
Ширина 2,36 м  
Пассажиров 5 чел.  
Вес 600 +/- 10 кг  
Мак скорость 87 км/ч  
Удаление от берега 5000 м  
Топливный бак 106 л










**ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПРИГЛАШАЕТ К СОТРУДНИЧЕСТВУ ДИЛЕРОВ**

420111 Россия, г. Казань, ул. Университетская 14  
тел./факс: 8 (843) 264-52-28

**ЧУВСТВОВАТЬ ПРЕВОСХОДСТВО** **VELVETTE**

info@velvette.ru  
www.velvette.ru

ДИЛЕРЫ: Г. МОСКВА, «ДЕЛЬФИН СПОРТ» 8 (495) 184-55-11, 8 (495) 184-79-22; Г. САМАРА, «ВЕЛЬВЕТТЕ САМАРА» 8 (846) 340-13-55, 8 (927) 209-23-25; Г. КАЗАНЬ, «ДИНАРА МАРИН» 8 (843) 518-60-11, 8 (843) 518-08-67