

Артур Гроховский, Алексей Даняев. Фото авторов

НОВЫЙ формат, или Картинки с выставки

Чехарда с московскими яхтенными выставками стала для нас уже вещь привычной. Лишь западные специалисты, узнавая о том, что в первопрестольной и златоглавой дважды в год проводятся одновременно две экспозиции в разных концах города, несказанно удивлялись. Что ж, у нас, как известно, свой особый путь – Третий Рим как-никак.

И вот в русле этого особого пути нашелся оригинальный выход из московского выставочного кризиса: создание еще одной выставки в новом для столицы формате и на принципиально ином уровне. За это взялась новорожденная Национальная Ассоциация морской индустрии, созданная группой крупных компаний специально для «решения проблем отраслевых выставок и улучшения информационного обеспечения яхтенного рынка», как сообщалось в пресс-релизе. Подход своеобразный, но в сложившейся ситуации, по-видимому, единственно разумный: раз профессионалы своего дела продемонстрировали явную неспособность

договориться между собой и провести единую крупную выставку на условиях, устраивающих большинство виднейших операторов рынка товаров для отдыха на воде, значит, проводить ее следует самим операторам, в первую очередь — крупнейшим дилерам. На том и порешили.

Основными параметрами нового мероприятия, резко выделившими его среди известных уже бот-шоу, стали следующие:

- проведение выставки в конце зимы, задолго до ажиотажа начала сезона;
- длительный (девять дней) срок работы экспозиции, практически приравнявший новую выставку к ведущим зарубежным яхтенным смотрам;



Российская премьера
— «Hanse 400»



«Elan» присутствовал лишь в виде модели



Беломорская судостроительная компания продемонстрировала весельно-парусную лодку «Легенда»



умеренные цены за единицу выставочной площади, опять-таки находящиеся на уровне европейских (и почти в два с половиной раза ниже, чем на других московских бот-шоу).

Согласитесь, этот перечень уже впечатляет, заставляя отнестись к почину серьезно — тут замах не на рубль, а на целый червонец. И так, каким же оказался первый блин?

Первое впечатление несколько разочаровало. Несмотря на предварительные обещания организаторов занять оба зала нового (третьего) павильона выставочного комплекса «Крокус», экспозиция уместилась примерно на трех четвертях площади одного зала. Впрочем, сразу бросилось в глаза отсутствие абсолютно нетематических, но ставших такими привычными на

прочих московских яхтенных выставках автодомов, джакузи и спа, а также изданий, рекламирующих элитную недвижимость. Профессионально сформулированная направленность выставки стала очевидна уже при беглом осмотре экспозиции. А дальнейшее знакомство с экспонентами (их было более ста) и представленными судами вообще не оставило от разочарования и следа.

Начать надо хотя бы с того, что такого большого числа парусных дилеров вкуче с представленными ими «живую» лодками на отечественных выставках не было еще ни разу. Дилеры «Bavaria», «Jeanneau» и «Hanse» выставили сразу по две лодки, одну яхту показывал дилер «Beneteau», остальные («Dufour», «Elan», «Grand Soleil»



«Фордевинд-Регата» показывала очень популярные пляжные швертботики



Предсерийный образец ручного карт-плоттера-навигатора от «Трансас Марин»



На стенде компании «Мореман» многие товары можно было попробовать в действии; алюминиевые лодки «Quintrex» из Австралии выглядят как пластиковые



и «Shipman»), правда, были представлены моделями или проспектами. И заметьте — на выставке появилось новое имя в нашем парусном сегменте: к нам пришли классные итальянские яхты «с родословной» «Grand Soleil». А это уже определенный показатель развития нашего рынка — такие недешевые лодки предназначены, как говорится, «для тех, кто понимает». А значит, таких людей уже достаточно для того, чтобы дилер проявил интерес к выставке (впрочем, о том, что наши предприниматели начали активно «разбирать» еще не представленные на нашем рынке парусные бренды, мы писали в предыдущем номере, так что не станем повторяться). Вторым моментом, который, по размышлению, следует отнести к положительным, стало неожиданное (для московских бот-шоу) снижение процента сверхдорогих моторных судов элитного сегмента. В результате выставка оказалась гораздо более сбалансированной. На ней присутствовали и дорогие лодки, и сравнительно скромные суда (в том числе — и это важный момент — и отечественного производства — вроде известных нашим читателям «Wellboat» и «ЯК-65»), достаточно большое количество которых делало новорожденное мероприятие интересным для широкого круга посетителей. Третьим (и тоже существенным) моментом надо назвать самодостаточность выставки: она не проходила параллельно с каким-нибудь шумным мероприятием наподобие автосалона, на который и приезжала основная масса посетителей ВЦ «Крокус-сити», в результате чего часть людей до яхтенной экспозиции просто не доходила.

Сейчас же все переменялось. Благодаря ранним срокам проведения посетители успевали прямо на выставке заказать (и получить!) судно к нынеш-



Лодки подмосковной фирмы «Патриот+» удовлетворяют и спортсмена-воднолыжника, и рыбакова-любителя

нему сезону. Не всегда (и не для любого размера судов) такое, понятно, реально (все зависит от наличия свободных тайм-слотов и длительности сборочного процесса), но, тем не менее, подобная возможность стала для многих москвичей серьезным стимулом для посещения новой экспозиции. И количество проданных здесь «живых» лодок, и количество заключенных контрактов на поставку судов к началу лета оказалось, по словам некоторых дилеров, приятной неожиданностью.

Причем приятной настолько, что ряд экспонентов расценивают участие в других московских выставках (весенних, во всяком случае) как потерявшее всякий смысл.

Премьерным показом в России стала демонстрация новых яхт «Hanse» — «350-й» и «400-й» моделей. Хорошо встреченные на западном рынке из-за удачного сочетания качеств «скорость — обитаемость — мореходность — цена», они вызвали интерес и у российских посетителей. Удачной стала выставка и

Лодка «Silverpro 630» открыла новую серию в продукции компании «Yachting Russia Club»



для парусного дилера «Jeanneau»: яхты этой верфи пользуются нынче у нас такой популярностью, что верфь вынуждена увеличивать квоты для России. Существенно вырос спрос и на яхты родственной верфи «Beneteau». Интерес наших сограждан к парусу растет сегодня практически во всех сегментах — это подтверждает и популярность небольших пляжных и спортивно-прогулочных швертботов, которые демонстрировала «Фордевинд-Регата». Спрос на эти симпатичные лодочки за год вырос почти что втрое!

Первый день работы показал сравнительно неплохую посещаемость — 4500 чел., хотя и меньшую, чем рассчитывали организаторы — они надеялись на ежедневное количество визитеров порядка 6000 чел. Но «качество» посетителей оказалось выше, чем на любых других московских выставках, об этом уже на третий день работы в унисон говорили практически все экспоненты: от патриарха московского яхтенного бизнеса Ю.А.Пильчина из группы «Адмирал» до электронщиков из «Транзас Марин». Последние, кстати, показали очередную доработанную реинкарнацию ручного карт-плоттера, о которой мы рассказывали около года назад («Кия» № 209). Теперь прибор получил новую, более четкую и яркую (и одновременно более экономичную!) матрицу и законченный внешний вид. Не можем дождаться, когда же этот «мега-девайс» дойдет до стадии серийного производства и попадет к нам на тесты!

Еще одной приятной особенностью выставки нового формата стало проведение тематических семинаров, как это принято на лучших европейских яхтенных смотрах. Организаторы, в частности, порадовали выступлением специалиста Речного Регистра РФ Сергея Преснова на тему регистрации судов, интересным было сообщение Михаила Францева о дефектах пластиковых корпусов (которое в значительной степени базировалось на тезисах его же статей в этом и предыдущем номерах «Кия»), любопытным оказался и семинар, касающийся вопросов яхтенной одежды и термобелья. Пусть еще пока чувствуется некоторая «сырватость» в подготовке проведенных мероприятий, но курс выбран явно верный.

А вот выступление заслуженного

тренера РФ Владимира Арбузова вызвало, скажем откровенно, некоторое недоумение. Конечно, в принципе еще не поздно заявить вторую российскую команду для участия в гонке «Volvo Race 2008–2009». Но скажем прямо — на сегодняшний момент у нее нет ни судна, ни бюджета, ни менеджера, ни капитана, да собственно и команды нет. И если можно еще арендовать яхту предыдущего поколения для гонки, то отсутствие грамотного менеджера проекта изначально обрекает затею на полное фиаско. А утверждение В.Арбузова о том, что «на Балтике много опытных яхтсменов, отличных крейсеров, из которых можно составить экипаж», увы, могло вызвать лишь снисходительную усмешку людей, знакомых с критериями и системой отбора кандидатов для ведущих команд-участниц будущей гонки. Экипаж-то составить можно — для галочки. Но никак не для борьбы наравне с мировыми «зубрами» за победу.

Параллельно с семинарами проходили и другие мероприятия. Агентство «Яхт-клуб «Зеленый остров» провело церемонию награждения лучших фотографов-участников фоторегаты «Яхты! Море! Удовольствие!». В ней участвовали более 300 фотографов из разных стран, приславшие 2500 работ. Экспозиция лучших из них стала подлинным украшением бот-шоу. Планируется, что эта фоторегата отныне станет ежегодной.

Долгожданные изменения формата выставки (расценки за выставочные площади до среднемосковских 120–150 евро/м², хотя и это примерно вдвое выше, чем в Риме или Хельсинки) дали закономерные результаты. Появились резоны привозить крупную технику, доставка и установка которой требует немалых усилий. Моторная яхта «Grand Banks 47 Heritage EU» стараниями персонала компании «ХардТоп Марин» проделала путь по нашим дорогам от Петербургского порта в качестве негабаритного груза и горделиво возвышалась над всеми под лозунгом «Премьера в России». Вряд ли эти усилия были бы оправданы, если бы выставка длилась лишь 4–5 дней.

Кроме того, в «Крокус-Экспо» потянулся рядовой отечественный производитель, получивший шанс показать свою вполне конкурентоспособную

Говорят участники:

Юрий Пильчин

(«Адмирал–Маркет–Марин»):

— То, что выставка работает много дней, положительно сказывается на ее эффективности, потому что клиент может вернуться, показать свой выбор жене, друзьям и, в конечном итоге, получить то, что устроит его наилучшим образом. Участникам тоже интереснее выставлять зачастую многотонные экспонаты не на четыре дня, а на целых девять. Сниженная цена выставочной площади позволяет привлекательнее оформить стенды.

По поводу участия в других аналогичных выставках? Будем смотреть, считать...



Александр Маркаров

(«Bavaria Yachts»):

— Это, пожалуй, первая выставка, на которой продано столько лодок. Устроить ее было абсолютно трудно. Идея живет уже давно...

Я был среди инициаторов, но основная работа проделана Ассоциацией. Заслуга же того, что мероприятие состоялось, принадлежит все-таки компаниям, решившим отойти от порочной традиции прошлых бот-шоу. Люди поверили в себя, поверили, что, объединившись, они могут успешно решать свои проблемы. На будущий год планируется занять 27 000 вместо нынешних 18 000 м².



Виктор Кожин

(«Yachting Russia Club»)

— Новым форматом бот-шоу я доволен. Фактически, с учетом длительности, эта выставка обошлась нам вчетверо дешевле прошлых.



продукцию наравне с ведущими мировыми брендами.

В секторе широкого потребления бал правили алюминиевые лодки, популярные среди наших зажиточных рыбаков-любителей. Как всегда, представил широкую гамму произведенных в Петербурге лодок и катеров «Silver» Виктор Кожин, владелец компании «Yachting Russia Club». Мы уже привыкли к тому, что его модельный ряд отличается от исходного финского, но с этого года наметились новые качественные перемены в производственных планах, обозначенные алюминиевой лодкой принципиально иной конструкции «Silverpro 630». За основу был взят хорошо известный проект от конструкторской группы «Срестаг» с носовым расположением водителя и просторным самоотливным рабочим кокпитом, но система набора корпуса и исполнение отдельных элементов конструкции были существенно изменены. Ряд ответственных деталей изготовлен из закрытых коробчатых профилей, а не из открытых фланцевых, качество дельных вещей и отделки превышает качество отдельных американских рыболовных аналогов. При этом цена новых лодок с мотором «Suzuki» в 150 л.с. заявлена в 65 тыс. долл. «Мы умеем строить лодки лучше американцев, – по-своему эмоционально рассказывал Виктор, – это наш им ответ». К производству готовится целый ряд из лодок «Silverpro» различной длины и компоновки.

Американские алюминиевые лодки с падением курса доллара становятся все интереснее нашему покупателю



Американский «алюминий» петербургских компаний «Трейд Марин» и «Ист-Балтик Марин Групп» уже побывал на наших выставках, на этот раз был показан широко и разнообразно, в различных компоновочных, конструктивных и двигательных вариантах, но настоящим прорывом на наш рынок стал десант австралийских сварных лодок «Quintrex», разделивших стенд с подвесниками «Suzuki». Эти лодки, несмотря на консервативную внешность, отличает совершенство исполнения – зигованные снежно-белые борта изготовлены с применением пресса, сварные швы спрятаны в специальный профиль, а в глубоком развале носовых форм угадывается рука конструктора, который на деле знаком с морским волнением. Сверх того, поставщик заявляет пожизненную гарантию на свою продукцию, впрочем, недешевую – 5.4-метровый «двухконсольник» стоит 670 тыс. руб.

Наконец-то на «Крокус-Экспо» смогли появиться совсем небольшие и малоизвестные наши производители, такие как Беломорская судостроительная компания из Архангельска с весельно-парусной лодкой «Легенда», изготовленной по всем правилам клинкерной технологии, а также молодая ижевская компания «Uksi Boats» с пластиковыми лодками «Кассандра» и «Агитатор». Не преминул заявить о себе небольшой экспозицией и Николай Мнев, несмотря на то, что разборно-надувные лодки все-таки не стали доминантой этой бот-шоу.

Дилеры мировых моторостроителей помпезных стендов не выстраивали, делали, как водится, ставку на сотрудничество с лодочниками, но последовательную экспансию на нашем рынке китайских подвесных моторов «Sail» не отметить нельзя. Здесь, на Крокусе, они поселились на стенде Выборгской фирмы «Гринлайф», и их дистрибьюторы настроены на самую серьезную работу как в России, так и в Китае – заводчане из Сучжоу поддерживают тесную обратную связь с потребителем.

Конечно, хватало и недочетов. Одним из серьезнейших надо признать практически полное отсутствие связи в новом павильоне – его внутренние перекрытия оказались весьма эффективным экраном, так что телефоны работали только в кафе. Впрочем, руководство выставки заверило участников, что проблема будет решена. Несколько удручало и отсутствие нормального пресс-центра, столь привычного по зарубежным мероприятиям подобного типа. Но все это – вполне преодолимые трудности роста.

В остальном же – выставка, пусть и в несколько меньшем, чем изначально ожидалось, объеме, удалась. Помимо описанных выше лодок, на выставке состоялись российские премьеры катеров «Grand Banks» и крупного (54 фута) моторного судна ранее неизвестной нам марки «Prinz» совместного бельгийско-хорватско-словацко-итальянского производства, ставшего крупнейшей лодкой выставки.

Китайские моторостроители активно проникают на наш рынок

