

Польские **PARKER** берут Москву

Одним из самых ярких во всех смыслах стендов выставки стал стенд петербургской компании Nord Boat с катерами Parker польского производства. Два из них – 660 Weekend и 660 Pilothouse тестировались нашим журналом, и отчет о тесте был дан в прошлом номере. Интерес к «полякам скандинавского происхождения» оказался значительным, и российский дистрибьютор решил показать в Москве «заряженные» варианты тех же моделей, а также еще не представлявшуюся широкой публике более крупную 800 Weekend.

У «660-х» подобрала стандартная комплектация. Теперь «в базе» рулевая гидравлика и выносной пост управления в кокпите.

Появилось носовое подруливающее устройство и круглый форлюк в крыше носовой части рубки, из которого удобнее пробираться на нос лодки.

Еще больше перемен претерпел Pilothouse, превратившись в по-настоящему комфортабельное судно для заядлого рыбака-любителя. У него доработали эргономику рубки, панель приборов расширили под установку экрана картплоттера, несколько удлинили крышу в сторону кормы – для удобства постановки тента над кокпитом. Кресло и стол в кокпите добавили комфорта рыбаку, а опциональ-

ный аэрационный ящик для рыбы над рецессом мотора смотрится почти роскошно – в его кормовую стенку вставлено стекло, через которое соседи по бону смогут увидеть ваш улов и позавидовать ему.

Но эффективнее всех выглядел новый 800 Weekend (проданный со стенда, кстати). Его борта украшала стильная

цветная графика, посвященная заполярному походу известного норвежского фотографа Магне Кланна на оригинальном однотипном Askeladden Weekend P80 под названием «Навна».

Увеличенные размеры 800 Weekend позволили преодолеть многие компромиссы во внутренней компоновке его собра-

тьев: место «штурмана» с левого борта снабжено полкой для карт, в салоне есть отдельно оформленная камбузная тумба, выделен галльон с душем, а носовая спальная каюта запирается дверью. Словом, это уже серьезный обитаемый каютный катер, пусть и компакт-класса. Клиентский интерес к нему оказался на редкость высоким, даже несмотря на негабаритную для автодорог ширину в 2.9 м. Как заметил директор Nord Boat Антон Афанасьев, подобное отношение нашего покупателя к «большеремеру» стало для него открытием в этом году.



NORD BOAT
Продажа яхт. С.Петербург.
000 «Норд Бот». Санкт-Петербург. Крестовский остров, Южная дорога, д. 4, корп. 1
+7 (812) 952 79 50; info@nordboat.ru; http://www.nordboat.ru

3 (243) 2013 КАТЕРА и ЯХТЫ



внимание. В частности, определенную новизну несло в себе предложение, с которым на российский рынок вышла компания Polboat, представляющая яхты Focus польской постройки. Особенностью является схема производственно-логистического процесса. На верфи Yacht Yard в Лодзи производят стеклопластиковые корпуса крейсерских яхт среднего размера с хорошими скоростными характеристиками. А вот обустройство интерьера, доукомплектование и окончательная сборка происходят в России. Это, как минимум, обеспечивает индивидуальность выполнения каждого конкретного заказа. А в принципе, и существенно расширяет диапазон значений окончательной стоимости яхты. В настоящий момент выпускаются лодки двух проектов: Focus 25 общей длиной 7.35 м и 8-метровый Focus 27.

Неподалеку разместились яхта с характерным, хорошо узнаваемым обликом – прошлогодний номинант на премию «Яхта года» элегантная Elan 210. Много лет назад, познакомившись с яхтами Elan 431 еще старого образца, мы получили возможность оценить их продуманность и комфорт, а также хорошую ходкость, позволявшую вести интересную и динамичную борьбу на дистанции. Для нас этот словенский бренд был в новинку. Теперь же, лодки, разработанные Р. Хэмфрисом (R. Humphreys), не надо представлять российским любителям паруса: Elan, благодаря своим чуть ли не ежегодным успехам на международных выставочных форумах, давно завоевал симпатии аудитории в нашей стране. Интересным оказался призыв, звучавший с плаката, рекламирующего возможно-

сти словенской верфи: «Customize your interior!» – «Закажи свой индивидуальный интерьер!». И ниже, для наглядности, изображен корпус круизной яхты, разрезанный по длине на 3 части. При этом каждая из частей (носовая, центральная и кормовая) представлена в трех различных вариантах внутренней компоновки. Заказчику как бы предоставляется возможность скомпоновать любой из получающихся 18 вариантов. Интересный ход!

Если вспомнить, что и дончане предлагают своим заказчикам спланировать эксклюзивные интерьеры при строительстве яхты даже по типовому проекту, то можно отметить и некую тенденцию, проявившуюся на выставке в Москве. Верфи, строго относясь к неприкосновенности своих прав в части производства корпуса судна, весьма гибко, если не сказать, вольно, относятся к вопросу внутренней компоновки. Видимо, именно эта составляющая производства катеров и яхт сегодня определяет маркетинговый успех и рост продаж.

Возможно, будет несправедливым обойти вниманием такие заслуженные парусные бренды, как Bavaria, Jeanneau, Beneteau, Delphia, которые также были представлены на бот-шоу, однако формат короткого отчета позволяет говорить в основном о новинках индустрии, пусть иногда и уступающих в известности своим «старшим товарищам». Отметим с благодарностью еще одну компанию – North Sails Russia – которой в этом году в одиночку пришлось «отдуваться» за всех отечественных производителей парусов и представителей западных парусных мастерских.

За кадром нашего обзора, к сожалению, остались многие участники рынка: производители и дистрибьюторы навигационного оборудования, одежды, дельных вещей, чартерные компании... Своим участием они реально обогатили и украсили российскую выставку.

Неудивительно, что из тех, с кем нам доводилось обсудить нынешнюю организацию шоу, именно продавцы оборудования оказались самыми недовольными политикой неуклонного роста цены входных билетов. Еще больше поводов для этого было бы у книготорговцев и картографов. Пустовал стенд ГИМС (хотя там очень толково разъясняли проблемные места нашего законодательства). Да и уголок «Кия», прежние годы всегда многолюдный, большую часть времени пребывал в запустении. Организаторы нашли, наконец, заветную планку входного ценза, с которым на выставку приходят только те, чье присутствие входит в должностные обязанности, либо кому «охота пуще неволи».

Стендисты радовались: досужие посетители не стояли в очередь на борту выложенных экспоботов, к ним шел конкретный покупатель. Но прошел слух, что другая их часть составила петицию в адрес руководства «Крокус-центра» с требованием снизить стоимость прохода. Кто пойдет за яхтенным непромоканцем или даже за новым подвесником при такой «наценке»? А если всей семьей?

Неудивительно также, что в официальном пост-релизе количество посетителей просто не фигурировало. Очевидно, оно ушло вниз по сравнению с прошлыми годами. Нужно ли это организаторам, когда качество всех мировых выставок оценивается в большой степени по «attendance» – посещаемости? А ведь достаточно было бы разделить публику на «обычную» и «VIP» с разными условиями прохода, как это сделано, например, на амстердамской METS, благо отдельные входы в залы это позволяют – и все зайцы были бы убиты, и овцы целы. Но MBS – это «наше все Московское» – в маломерной области пребывает в полном удовлетворении от своей монументальности, к сожалению. *Л*