

Осеннее бот-шоу в Петербурге: теория и практика

Ольга Теслова, фото автора и Алексея Даняева

Приятно отметить, что в ряду осенних яхтенных выставок – в Каннах, Генуе, у соседей в Хельсинки – появилась и российская – St. Petersburg International Boat Show (SPIBS). В нынешнем году это бот-шоу было проведено 6–7 сентября в Морском яхт-клубе Санкт-Петербурга.

Впрочем, если упомянутые выставки представляют мировой общественности премьеры яхтостроения, то на SPIBS мы увидели в основном знакомые модели судов. Организаторы выставки, журнал *Motor Boat & Yachting*, отметили, что осень – время подведения итогов и планомерной подготовки к следующему се-

зону. И новое бот-шоу, действительно, ориентировано на тех, кто хочет, все обдумав, приобрести хорошую яхту, а не броситься на последнюю новинку.

Свободная ниша

По словам Зария Черняка, главного редактора *Motor Boat & Yachting*, задуманный проект – ни в коей мере

не альтернатива существующим в России выставкам. По большому счету, это попытка провести подобное мероприятие так, как у нас еще не делали.

Ориентация на подготовку к следующему сезону продиктовала выбор формата для нового шоу – выставка на воде с возможностью проведения тест-драйвов. То, чем не может по-





хвастаться крупнейшая российская выставка, Московское бот-шоу – это возможность основательно испытать лодку на воде, и именно на нее делается акцент в SPIBS: в Петербурге в сентябре еще тепло и светло, что благоприятно для тестов.

Несомненно, будущему владельцу судна было бы удобней приехать на его испытания в Петербург, чем за границу, как это практикуется в наши дни. Во-первых, это выйдет дешевле, а во-вторых, покупатель не столкнется с такой сложностью, как языковой барьер. Еще один плюс новой выставки по сравнению с зарубежными – специализация, ориентир на своего потребителя. На SPIBS подобраны те продукты, которые подходят для наших условий эксплуатации, и в таких пакетных предложениях, которые заинтересуют российского покупателя.

Все эти слова внятно объясняют, почему новая выставка проведена в Петербурге, почему в сентябре и почему на воде. Организаторы говорят, что потребность в таком мероприятии была давно, и ее озвучивали разные представители яхтенной индустрии. Такому морскому городу как Петербург должны быть свойственны крупные и яркие водные выставки.

Участники

Экспозиция SPIBS собрала отличную компанию из полусотни крупных катеров (от 6 м) и яхт – именно такие выбирают неспеша и загодя. Это знакомые нам «северяне»: катера Parker, XO, Aquador, «внедорожники» Targa, Nord Star, Sargo. Соседей с ними красавицы Princess, Azimut, Pershing и Riva. Роскошные яхты, безусловно, создавали атмосферу статус-



ного мероприятия – по-настоящему яхтенной выставки, а не разномастного бот-шоу.

Поддерживало атмосферу и само место – современный яхт-клуб с видом на Елагин остров, негромкая музыка, элегантный ресторан и красная дорожка на бонах. В отличие от большинства подобных российских мероприятий, на SPIBS было нешумно, и развлечений было немного – внимание гостей было только на экспозиции. Зато здесь было много тест-драйвов катеров и показательных выступлений

на парусных яхтах и любимце публики – летающем водном ранце Jetlev Flyer.

Из отечественных судостроителей в бот-шоу участвовали Velvette Marine, «Компан Марин», «ТехСудПром». Как полагается для конца сезона, представленные модели были хорошо известны по прошлым шоу. Но компания Grizzly нарушила негласное правило и показала новинку – 820 Firestorm. Это катер, идеологически резко выпадающий из привычной концепции лодок Grizzly, ориентированной прежде на рыбаков-охотников. Теперь фирма по-

пробует себя в качестве строителя комфортного крейсера, не уступающего по подаче европейским конкурентам.

Обсуждения

Впервые пробуя себя в проведении выставки яхт, организаторы SPIBS устроили круглый стол на тему проблем и перспектив проведения бот-шоу в России. Поучаствовали в беседе представители Балтийского морского фестиваля, Volga Boat Show, Всемирной ассоциации выставочной индустрии, а также крупные участники российских яхтенных выставок – производители и дилеры.

Целью разговора было составить своего рода портрет «идеального» бот-шоу, эффективного для всех игроков рынка – организаторов выставок, покупателей, производителей лодок и оборудования, дистрибьюторов, дилеров, СМИ и др. Примерами самой эффективной выставки выступающие называли Московское бот-шоу (как логистически удобную, знакомую, крупную выставку), Boot в Дюссельдорфе (так как там можно «встретить всех, кого надо встретить»), METS в Амстердаме (идеально организо-



ванную), летнее и зимнее бот-шоу в Хельсинки (продуманные региональные мероприятия).

Оглядываясь на них, участники беседы составили портрет успешной выставки. Она должна быть узнаваема и авторитетна – чтобы никто «не забыл, не проигнорировал», и проходить на привычном месте. Это место должно быть удобно для экспонентов, ведь, например, крупные яхты не везде можно расположить и не во все выставочные комплексы можно доставить.

Но выбрать место, время, формат и позволить выставке работать самой на себя, через пару лет превратившись в эффективную – недостаточно. И тут дело уже в ряде проблем, общих для всей российской яхтенной индустрии – например, таких как неотлаженная система логистики или некупаемость участия в бот-шоу.

Главная же проблема выставок и

яхтенной сферы вообще – это малочисленность «людей на воде», не дающая рынку раскрутиться. Как ее решать – тема долгих обсуждений, но очевидно одно: в России развитию небольшого рынка яхт и катеров препятствует, помимо всего прочего (включая упомянутую ментальность), позиция «каждый сам за себя».

Сергей Алексеев, представляющий на круглом столе и Санкт-Петербургский парусный союз, и Ассоциацию выставочной индустрии, убеждал коллег в необходимости создания ассоциаций производителей яхт и катеров. Именно они могли бы заниматься популяризацией водного досуга, а также лоббированием общих интересов и, как это происходит в Европе, выступать организаторами бот-шоу. Кроме того, но это уже другой вопрос – влиять на законодотворчество в своей области.

Призыв к объединению поддер-

жали и другие участники круглого стола, он стал лейтмотивом беседы.

Полтора часов, отведенных на проведение круглого стола, оказалось недостаточно, ведь на обозначенную тему, как подтвердили все спикеры, обстоятельных разговоров еще ни разу не велось. Это подвигло их запланировать следующую встречу на Московском бот-шоу 2015.

Итоги

В целом, можем признать, что новая выставка прошла успешно. Это хороший старт для того, чтобы продолжать проект в новом году. По словам организаторов, SPIBS 2014 посетили более тысячи человек. А, наверное, самый ценный показатель актуальности и востребованности этой затее – то, что среди посетителей были видны реальные покупатели, обсуждающие будущее приобретение ✦

