



Московское отражение

БОРИС ПЕТРОВ

Начало весны выдалось холодным. Зима не спешила уходить, и, словно торопя долгожданное тепло, яхтенная выставка в Москве, прошедшая с 12 по 17 марта, предлагала пометать о жарком лете.

С каждым годом площадь экспозиций этого бот-шоу, являющегося самой крупной яхтенной выставкой нашей страны, становится все больше. В эти дни она составила 45 000 м², в 1,5 раза увеличившись по сравнению с прошлым годом. В залах стало свободнее, но впечатления, что рост площади вызван увеличением числа экспонатов, не создается. Посетителей тоже было относительно немного. Этому способствовала капризная погода (то мороз, то проливной дождь) и немалая цена входного билета (1000 рублей).

Moscow Boat Show с прошлого года включена в календарь International Boat Industry (IBI), наряду с другими выставочными мероприятиями международного уровня в яхтенной индустрии. Международный статус красноречиво подтверждали зарубежные компании и их российские представители, демонстрирующие здесь свою продукцию.

По трем залам в большом выставочном павильоне можно было «прогуляться» от компаний, изготавливающих причальные сооружения, предлагающих яхтенное оборудование, одежду и небольшие лодки, к центральной части экспозиции, занятой явными лидерами российского рынка Azimut Yachts Russia, Burevestnik Group, Nordmarine, Premium Yachts. Этот, третий зал, с монументальными и дорогими яхтами, красноречиво показывал, что московская выставка по-прежнему рассчитана в большей степени на солидных клиентов. Посетители, приехавшие сюда «из любви к искусству», были явно разочарованы небольшим количеством бюджетных лодок. В то же время многочисленные стенды различных чартерных компаний, часто совмещающих свой бизнес с обучением в своих яхтенных школах, свидетельствовали об интересе наших соотечественников к этому на-

правлению. И правда, к чему утруждать себя многочисленными проблемами судовладельца, когда можно взять яхту «напрокат» практически в любой точке мира?

Любая международная выставка — это всегда многочисленные мероприятия, запланированные и случайные встречи, интересные разговоры, знакомства, контракты. Круг людей, занимающихся яхтенным бизнесом, у нас по-прежнему достаточно тесен, и все друг друга знают. Поэтому на выставке часто наблюдаешь и объятия старых знакомых, и жаркие беседы конкурентов, что создает особенную атмосферу. А вот обилием развлекательных мероприятий Moscow Boat Show 2013 не могла похвастаться. Нет публики — нет шоу. Не слишком многочисленными были и мероприятия, проводимые на большом стенде ВФПС, что тоже показалось странным. В нашей стране парус собирает очень активных людей, готовых остро дискутировать о проблемах развития яхтенного спорта.

Одними из самых популярных были, пожалуй, стенды компаний, торгующих различным яхтенным оборудованием и одеждой. К ним постоянно подходили посетители, желающие приобрести что-нибудь для себя или своей лодки из товаров богатого ассортимента.

Многочисленные яхтенные журналы своим количеством свидетельствовали об интересе к тематике выставки, но, глядя на экспонаты, невозможно было проследить сегодняшние тенденции российского лодочного рынка. А иметь о них представление интересно как посетителям, так и профессионалам — те и другие делают свой выбор. Наверное, обо всем этом стоит помнить, готовясь к Moscow Boat Show 2014.

