



ГУЛЯТЬ ПО ВОДЕ

Песнь о Burevestnik Group

Яхта — это красота и удовольствие, увлечение и сбывшаяся мечта, ну еще и плавсредство, конечно. С каждым годом владельцев этого элегантного личного водного транспорта становится все больше, и не потому только, что он в моде. Просто пользоваться яхтами сейчас — необременительно и приятно, уверен владелец яхт-клуба и группы компаний «Буревестник» Андрей Бойко

— **Андрей, яхты для вас — это все же бизнес или увлечение?**

— Сейчас все, конечно, превратилось в бизнес. Но моя жизнь так или иначе всегда была связана с яхтами: сначала увлечение парусным спортом и занятия в детской спортивной школе, а уже позже в какой-то степени это стало бизнесом, поскольку до 1992 года я был членом профессиональной парусной команды и занимался исключительно парусным спортом. Потом началась коммерческая полоса, и я занимался бизнесом, с водой абсолютно не связанным. Зато смог приобрести свою первую собственную парусную яхту. Но ее нужно было где-то держать, и я пришел в тот клуб, где занимался в детстве (все возвращается на круги своя!), пришел как член клуба и просто поставил лодку.

Тут-то и выяснилось, что его территорией похорошему никто и не управляет; люди исправно платили членские взносы, но все просто разваливалось на глазах. Не было ни электричества, ни воды... И тогда мы с партнерами решили взять все в свои руки. Со временем круг увлеченных ширился, кроме парусных лодок стали появляться еще и катера. Напомню, что в России до 1994 года моторного яхтинга как такового не существовало. Я даже точнее скажу: он возник тогда, когда появились первые маленькие 5–6-метровые американские лодочки с подвесными или стационарными моторами мощностью около 20–30 лошадиных сил. Стоили они примерно 15–20 тысяч долларов, что по тем временам (когда от тренировочных костюмов с тремя полосками начали переходить к более-менее цивилизованному виду) считалось нереально круто. Чуть позже мы осознали, что 6 метров — это не предел, а дешевые американские катера — не самые лучшие на свете. Присмотрелись к европейскому рынку, и, само собой, появились английские и итальянские лодки...

Конечно, когда мы начинали, я и предположить не мог, что в 2007 году мы будем продавать до трехсот лодок в год — практически катер в день, не считая «красных дней календаря» (в нынешнем году мы планируем поставить только на российский рынок уже около 500 яхт!). Тогда, конечно, мы об этом и мечтать не могли, зато понимали, что строительство собственного яхт-клуба хотя бы не потребует больших затрат. Главное, у нас была территория, и при разумном распределении членских взносов и честном ведении бизнеса у нас был шанс. Ведь яхт-клуб в первую очередь место обслуживания лодок — без качественных причалов, без возможности подъема лодки и обеспечения ее жизнедеятельности обойтись никак нельзя,

ну а вся последующая инфраструктура, от ресторана до фитнес-центра, — дело второстепенное.

— **Андрей, вы сказали, что вашей первой собственной лодкой была парусная. А есть ли у вас сейчас собственная яхта и как часто вы ходите на ней?**

— Парусных сейчас нет, а та была, пожалуй, самой любимой. Во-первых, потому что была первой, а во-вторых — парусной (я ведь вырос из парусного спорта). Яхта была 11-метровой, польской постройки. В конце девяностых я ее продал, но знаю, что она до сих пор на плаву, даже участвует в соревнованиях. Мои лодки тоже со временем подрастали, ведь не может же быть сапожника без сапог. Я безусловный поклонник итальянских лодок Riva: они очень красивы, технологически совершенны, хотя и очень дороги. Любая из них — произведение современного судостроительного искусства. В этом году был на своей лодке всего пять раз, просто не удается пока.



— **Вы сказали, что в прошлом году было продано около 300 яхт, а в этом планируете продать пятьсот. Рынок растет. Как вы думаете, наши люди стали богаче и поэтому готовы к покупке лодок или они просто доросли до столь престижного увлечения?**

— И то и другое. В первую очередь — люди к таким покупкам готовы. В экономике появилась некая стабильность, что позволяет переходить к разделу luxury-продуктов. Если у вас все устроено с жильем, автомобилями и загородными домами — наступает время яхт, парашютов, самолетов и всего остального. И к тому же яхтинг становится очень популярным, развивается его инфраструктура.

— **И кто же он — среднестатистический российский покупатель яхт? Это те мальчишки, которые в детстве мечтали стать капитанами, или наши как-то отличаются от зарубежных судовладельцев?**

— Мне не столь хорошо известен портрет европейского или американского покупателя.

А о новых российских яхтсменах я знаю побольше. Почти все они — успешные бизнесмены. Причем бизнес может быть совершенно разным: кто-то занимается искусством, а кто-то — цветными металлами или IT-технологиями.

— **Интересно, насколько обеспеченным должен быть человек, чтобы позволить себе купить и содержать яхту?**

— Самая дешевая лодка у нас стоит порядка 30 тысяч долларов. Это небольшой катер — 6,5 метра в длину. Причем такой катер — ни в коем случае не ущербное предложение. Он построен по всем правилам, у него мощный двигатель. С таким доступным продуктом наш американский партнер достаточно успешно вышел в этом году на российский рынок. Ведь сегодня 30 тысяч долларов, с одной стороны, приличная сумма, а с другой — все прекрасно понимают, что просто приличный немецкий автомобиль стоит намного дороже. И если средний гидроцикл стоит около 12–15 тысяч и их покупают сотнями, то почему хороший, соответствующий всем нормам и требованиям катер стоимостью 25 тысяч покупать не будут?

Верхнего предела не существует. Сделки на рынке мегаяхт, хотя и единичные, уже давно зафиксированы на уровне свыше 150–200 миллионов евро, что сейчас никого не шокирует. Здесь интересно другое: очень изменился и расширился круг интересов. Теперь людей интересуют не только катера для прогулок. Существует

множество специальных катеров — например, катера-буксировщики для воднолыжного спорта и для вейкбордистов. Как раз на такую продукцию сейчас возрос спрос: люди покупают конкретный спортивный снаряд именно для занятия спортом. Только если самый дорогой абонемент в фитнес-центр может стоить около 5 тысяч долларов, то профессиональный катер — от 90 до 150 тысяч долларов. Несмотря на высокую стоимость, на такие катера сейчас бум, мы не успеваем их привозить, хотя три-четыре года назад продавали единицы. Просто отдых на воде и настоящий здоровый образ жизни с серьезными физическими нагрузками стали модными и популярными. Чем потеть на беговой дорожке в спортзале, лучше с большим удовольствием позаниматься на воде. А ведь еще есть катера для рыбалки. Они специально оборудованы так, чтобы было удобно хранить наживку, укладывать удочки и блесны, правильно хранить пойманную рыбу. Представьте себе, что вы поймали рыбу, которая живет только в проточной воде. Для нее в лодке сконструирован специальный отсек с принудительным течением, вы ее туда выпускаете, и она прекрасно себе поживает в своей естественной среде. Другое направление — скоростные катера. Если прогулочные лодки на предельных режимах развивают скорость до 90–95 километров в час, то скоростной катер идет далеко за 150, а порой и за 200 километров в час. Конечно, это не массовый сегмент, но и они пользуются определенным спросом.

— **Посоветуйте, с чего надо начинать человеку, решившему купить яхту: куда идти, на что обращать внимание.**

— Самое главное — четко понять для себя, что он хочет. Не стоит бояться ошибиться и купить не то, что нужно. Любая нормальная компания сегодня предлагает услуги trade-in и гарантирует клиенту обратный выкуп, upgrade. Можно в любой момент поменять лодку абсолютно без потерь, поскольку здесь не работают принципы автомобильного бизнеса. Если машина выехала из дверей автосалона, то сразу же потеряла 20 процентов стоимости, а у нас экономика выстроена иначе, и можно говорить даже о неких инвестициях в яхтинг. Представим, что вы определились и прикинули примерный бюджет. Опять же по аналогии с авто: нет смысла покупать спортивное купе, чтобы возить стройматериалы. Так же и здесь: нет смысла покупать скоростной катер, чтобы просто кататься с друзьями на шашлыки. За 100 тысяч



Мне нравится, что все существующие сейчас яхт-клубы и их территории сохранили свои прежние названия. Все они построены на базе действовавших в советские времена спортивных клубов: «Буревестник», «Аврора», «Водник», «Спартак»... Название «Буревестник» ведь придумали не мы — так еще с 1953 года называлось студенческое спортивное общество, где занимались не только парусным спортом, а физкультурой вообще



долларов можно купить замечательный американский катер с каютой и четырьмя спальными местами; с туалетом и душем; холодильником и микроволновкой. На нем можно совершенно спокойно автономно пропутешествовать не одни сутки.

— Но купить яхту — полдела. Ее еще надо где-то держать, обслуживать... Насколько я понимаю, вы полностью снимаете этот груз с владельца.

— На сегодня — это абсолютно точно — мы единственная компания, обеспечивающая сто процентов сервиса и по вертикали, и по горизонтали. Начиная с того, что мы возем лодки

от двери до двери, для чего у нас есть собственная транспортная компания со своим специализированным автопарком. Мы инвестируем в строительство яхт, предоставляем заказчику услуги по разработке дизайн-проекта, осуществляем сюрвейерский надзор, поэтому в нашем случае покупатель может не только выбрать из стандартных планировок судна и моделей двигателя, но и получить абсолютно уникальную яхту, удовлетворяющую самым изысканным требованиям. Опять же касаемо причалов: мы первый яхт-клуб, который стал заниматься строительством именно яхт-клуба, а не дома отдыха на берегу. У нас есть зимнее хранение, свой сервис, свои механики. У нас есть оборудование, позволяющее поднять и опустить лодку размером до 35 метров и весом до 130 тонн, а такого у нас еще никто не умеет. Есть еще и уникальное тюнинговое ателье, способное установить на яхте аппаратуру hi-end-класса, чем, увы, не могут похвастаться европейские производители.

— Вы первые, кто стал устраивать выставки на воде. В сентябре должно состояться очередное «Буревестник Boat Show».

— Да, это наш проект и наша головная боль. Как участники рынка — мы за консолидацию. Сейчас проводится масса мероприятий, называемых boat show, фестивали и так далее, но участвовать во всех этих шоу у большинства компаний нет никакой возможности. Яхтенный рынок разрывается, а поскольку мы самые большие и по объему импорта, и по количеству марок, и по спектру представляемых лодок, то хотим объединить если не всех, то хотя бы большинство коллег и призываем их поучаствовать в нашем boat show без каких-либо посредников. «Буревестник International Boat Show» можно смело назвать самым большим и важным мероприятием на российском яхтенном рынке. Идея мероприятия крайне проста: за три дня выставки показать лодки в их реальной среде и жизни, дать возможность потенциальному покупателю попробовать лодку «вживую» на воде, сравнить ее с другими и выбрать свою. Не просто посмотреть на картинке, а зайти на лодку, встать к штурвалу и нажать на ручку газа... Почувствовать себя в роли судовладельца.

— Что вы думаете по поводу того, как будут развиваться рынок и увлечение яхтингом в будущем?

— Однозначно: будут развиваться! Из раздела luxury уже ничего не осталось, все стихии более-

менее освоены. Человек всегда стремился к воде. Даже в советские времена квартира с видом на Москву-реку ценилась больше, чем с видом во двор. Сейчас берег осваивается. В большинстве строительных проектов с видом на воду закладываются либо причалы, либо марины, либо летние яхт-клубы. Понятно, что с такой дополнительной опцией цена квадратного метра или сотки значительно возрастает.

— **Помимо яхт вы вошли в автобизнес и не так давно стали представлять на российском рынке прославленную марку Aston Martin. Как это случилось?**

— Все произошло неспонтанно. На сегодняшний день группа компаний «Буревестник» — это два партнера: я и Андрей Ломакин. Андрей много занимался автомобилями, и, как только появилась возможность, мы решили вернуться в этот сегмент. Это была наша вторая попытка войти в авторынок. Мало кто знает, что примерно пять лет назад мы участвовали в финальном тендере за дистрибуцию марок Ferrari и Maserati, но проиграли компании Mercury. Позже вступили в серьезную борьбу за марку Aston Martin, в которой участвовали все гиганты российского автобизнеса. А поскольку мы представили наиболее интересный бизнес-план и у нас большой опыт на рынке luxury-продукта, мы выиграли. Aston Martin второй год в наших руках. Мы гордимся такой победой. Кстати, мы теперь в шутку говорим, что у нас есть «Джеймс Бонд кит». Ведь Джеймс Бонд — большой поклонник Aston Martin, а по воде он передвигается только на яхтах Sunseeker.

— **Ну, в завершение разговора уже традиционно не могу не спросить о вашем отношении к пишущим инструментам.**

— Ручки мне очень нравятся. Говорю это не для того, чтобы сделать приятное вашему журналу. Ручки — красивый, модный и статусный аксессуар. Я не коллекционер, но разумный пользователь. В повседневной жизни пишу шариковыми ручками, которые забираю из гостиниц: их не жаль потерять. Но у меня есть несколько лимитированных ручек Montegrappa, в том числе посвященная Кубку Америки, — по статусу положено. Есть еще несколько ручек на морскую тему. Знаю, что компания Tibaldi готовит выпуск ручек Riva. Вот как раз ее-то я жду с нетерпением.

Беседовал Вадим Журавлев

**Ручки мне очень нравятся.
Это красивый, модный
и статусный аксессуар.
Я не коллекционер,
но разумный пользователь
и в повседневной жизни пишу
шариковыми ручками**



Pen World

ЖУРНАЛ О МИРЕ ПИСЬМА ДЛЯ ЦЕНИТЕЛЕЙ РОСКОШИ

Эти и другие материалы журнала «Мир Ручек»
Вы можете найти на сайте www.ElitePen.ru

Copyright © ООО «Мир Ручек»

Все права на материалы охраняются в соответствии с законодательством РФ.
Любое использование возможно только с письменного разрешения правообладателя.