

ИНТЕРВЬЮ МВУ

Без этих людей мир яхтинга не стал бы таким *полным*



ОЛЕГ ГУСЕВ,

генеральный директор яхтенного агентства «Полярная звезда»:

Пока на планете есть вода, люди будут отвязывать веревки и выходить на лодках в море.

Давно ли вы на яхтенном рынке, и как получилось, что вы занялись именно яхтами?

В 2005 году один из друзей предложил мне пройти собеседование в компании, которая привела на российский рынок известный шведский бренд Nimbus. На тот момент о лодках я не знал ровным счетом ничего. Но по образованию я инженер, и это помогло мне разобраться с технической стороной нового для меня дела, получить новые знания, изучить международные правила, понять процедуры, обрести знакомства... Все это было очень интересно. А с 2016 года я соучредитель и генеральный директор собственной компании «Полярная звезда».

Какие цели вы ставили перед собой, создавая компанию?

Как и в любом бизнесе, цель стояла и стоит только одна: извлечение прибыли из того, чем мы занимаемся. Да, вот такой контраст между «многоцветием» яхтинга и «монотонностью» деятельности компании. Мне не очень нравится отвечать на этот вопрос, потому как ответ на него для любого из наших клиентов, читающих это интервью и заработавших на собственную яхту, очевиден. Другое дело — задачи, которые необходимо решать для достижения этой цели. В них и заключены стратегия, тактика и пассионарность, необходимые для поддержания особого настроения внутри компании. Специфика продукта и уровень ответственности обязывают.

Есть монобрендовые компании и мультибрендовые... Какой политики придерживается «Полярная звезда»?

У нас два бренда: итальянский Absolute и финский Targa. Это тот случай, когда бренды «выбрали» нас, а мы не упустили возможность. Мы с партнером изначально рассчитывали ресурсы исходя из того, что, во-первых, должны предоставлять нашим клиентам услуги на самом высоком уровне, и, во-вторых, оба бренда должны быть хорошо известны и интересны потенциальным покупателям. А это огромная маркетинговая работа! За обоими брендами стоит опыт именитых судостроителей, истории семей, традиции. Мы обязаны быть максимально сфокусированы на том, что делаем для их достойного продвижения через нас.

Существует много верфей, не имеющих в России представительств. Потенциально мы можем получить дистрибуцию их лодок, но это предполагает такую же серьезную и затратную работу для создания узнаваемости и всего остального, пока лодки не начнут продаваться. Поэтому пока мы предпочитаем заниматься тем, что у нас есть. Работы хватает: помимо продажи новых и брокерских судов, мы занимаемся всем спектром административного и технического сопровождения владения яхтой — предлагаем услуги регистрации, страхования, аренды, организации логистики. Наша компания официально продает и устанавливает навигационное оборудование от популярных производителей и предлагает техническое обслуживание. Это, кстати, новое для нас направление, но мы относимся к нему очень серьезно.

В чем вы видите особенности и преимущества яхт Absolute по сравнению с похожими лодками других брендов?

Анджело Гобби, основатель бренда Absolute, можно сказать, разработал и внедрил конвейерную сборку моторных яхт в Италии. Он опытный конструктор, талантливый дизайнер и к тому же невероятно харизматичный человек, полный энергии и заряжающий ею всю команду верфи. Мне повезло посетить много судостроительных производств в разных частях света, я понимаю процесс строительства, технологии, из чего состоит современная моторная яхта... Так вот, Absolute — это действительно нечто новое! Верфь появилась в 2002 году, в производственных процессах задействовано все новое, что только доступно сейчас в индустрии. Верфь больше похожа на автосборочное предприятие, где большинство процессов автоматизировано. О некоторых технических особенностях, например интегрированной структурной системе (ISS), благодаря которой корпус и конструкция из переборок и палуб становятся единым целым, существенно повышая общую прочность яхты, ваш журнал уже писал. Немало и других отличий — об этом я могу рассказывать долго. Если интересно, приходите в гости за подробностями, а если кто-то не поверит, то может убедиться сам, посетив верфь.

Главные яхтенные выставки остаются одним из основных инструментов продаж

Что побудило Absolute Yachts начать строить яхты Navetta? У них какие-то особенные заказчики?

В основе концепции линейки Navetta другой дизайн экстерьера, впечатляющий объем внутри, способность глиссировать и преодолевать большие расстояния, а также комфортно идти в водоизмещающем режиме. Люди, заинтересованные в таком сочетании качеств и возможностей, заказывают яхты из модельного ряда Navetta, и он продолжает развиваться. Сейчас младшая в линейке — Navetta 48, флагманская — Navetta 73, между ними лодки длиной 52, 58, 64 и 68 футов. Надеюсь, выставка в Каннах состоится: там мы будем готовы показать очередные и очень интересные новинки.

Как вы оцениваете нынешнюю ситуацию с «морскими внедорожниками» Targa? Сохраняется ли высокий спрос на эти лодки в Европе и России?

Верфь Botnia Marin продолжает при стабильно высоком качестве выпускать катера длиной от 23 до 46 футов, которые расходятся по всему миру. Мы принимаем заказы на строительство уже на 2021 год: у российских заказчиков самыми популярными остаются старшие модели — 37, 44, 46. Секрет популярности лодок Targa — их мореходность и надежность. Даже в плохую погоду их владельцы все равно ездят на рыбалку, на дачи к дальним островам или в гости, не меняя своих планов.

Верфь не следует общей тенденции заменять стационарные двигатели подвесными?

Ну отчего же? На младшие модели верфь предлагает подвесные моторы. Первый заказ был, если я не ошибаюсь, с севера Франции, куда их продается очень много. А, например, Targa 27 с двумя подвесными Mercury можно было увидеть в этом феврале на выставке в Хельсинки.

В каких интересных географических точках вам довелось побывать по работе, и чем запомнились эти поездки?

Если начать подробно рассказывать, может получиться статья в National Geographic. Даже с учетом того, что путешествую я в основном по работе, успел увидеть, попробовать на вкус и получить очень яркие впечатления на разных континентах!

В Корее вспоминается еда, самый большой судостроительный кран и их педантизм в организации работы. На Тайване — неповторимый запах цветов, высокая температура и влажность каждый раз на выходе из аэропорта в Каошунге, а еще пережитое там землетрясение... Баня в шведском Орегрюнде, прямо на берегу Балтийского моря! Ощущение, что я местный, когда первый раз прилетел в Нью-Йорк: там я почему-то совсем не чувствую себя иностранцем.



●●●

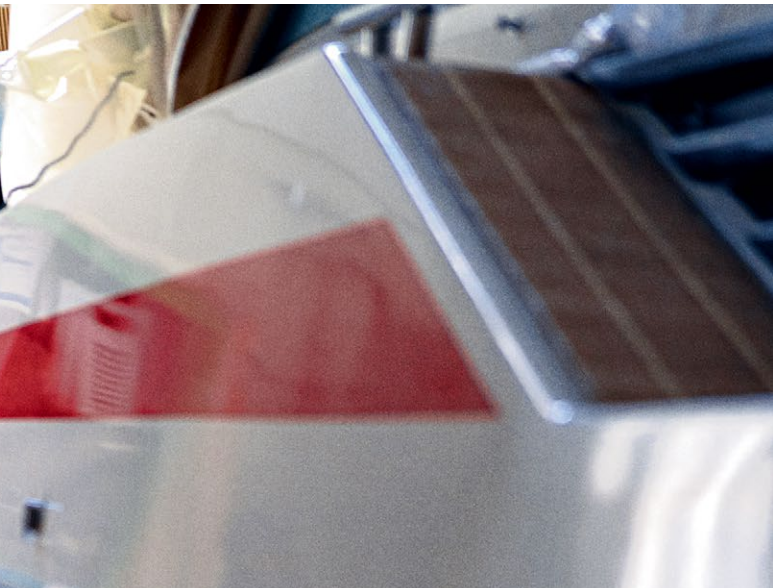
Лодки Absolute Navetta в Марине ди Варацце: на переднем плане — Navetta 52

●●●

Продавая яхты, надо хорошо понимать предмет. Олег Гусев у себя в эллинге: скоро проект Sunseeker Mexico Open 24 будет завершен, и лодка окажется на воде

●●●

Флагман линейки верфи Botnia Marin — модель Targa 46



Еще я занимаюсь бегом, поэтому коллекционирую географию своих пробежек. Самые живописные места — на западном побережье Швеции, вдоль океана в Майами, конечно, вдоль Рейна в Дюссельдорфе (кто из наших там не бегал!) или в окрестностях финской Котки. Там есть хлебозавод, и когда пекут ржаной, бежать упоительно вкусно!

Дизайн-бюро Борда Экера в норвежском Фредрикстаде — уникальное место в лесу, ничего подобного я больше не видел: идеальный симбиоз природы и высоких технологий. А однажды я был по-настоящему горд! Мы приехали в Швецию, на верфь Hallberg-Rassy, утром проснулись, а на флагштоке рядом с гостиницей развевается триколор. Городок маленький, гостей наперечет... Вот такое внимание!

Поездки — это приятная сторона нашей работы. А общение с профессионалами индустрии иногда перерастает в настоящую дружбу.

Случалось ли вам встречать необычных владельцев лодок?

Да. Среди наших клиентов есть настоящие путешественники! Некоторые изначально знали, что они будут делать со своей лодкой и куда пойдут. Другие поняли это, ступив на борт яхты сразу после ее передачи. Был случай, когда запланированные две недели на новой лодке превратились в 400 часов за первый сезон и очень интересные маршруты. Встречались и иностранные граждане — пара шведов в кругосветке на выдавшей виды парусной Najad. Очень интересно с ними было поговорить.

Есть ли какая-либо маркетинговая специфика в продвижении лодок на российском рынке по сравнению с другими странами?

Не думаю. Мы не изолированы и не обделены технологиями и знаниями. Все примерно одинаково. Мы публи-

куем свои предложения на международных торговых площадках на русском и английском языках. Российские покупатели достаточно продвинуты и отлично знают, откуда начинать поиск. Также публикуем информацию на своем сайте, делаем рассылку по электронной почте. Весь маркетинг — в Интернете, в этом я уверен. Хотя главные яхтенные выставки по-прежнему остаются одним из основных инструментов продаж.

Каким вы видите яхтенный рынок в ближайшей перспективе?

Изменившимся, просевшим, но пока не знаю, насколько. Сейчас мы видим больше эмоции и отложенные решения клиентов по заказам, что понятно. Да, верфь Absolute Yachts закрыта, а Botnia Marin работает, зато закрыта Финляндия. Ситуация совсем не простая. Но для объективной оценки и тем более прогнозирования нужна достоверная статистика. По-моему, после предыдущего кризиса на рынке еще не наступил баланс производства и потребления, а сейчас вот возникли новые условия.

Я оптимист и уверен, что пока на планете есть вода, сезоны в году меняются и светит солнце, люди будут отвязывать веревки и выходить на лодках в море, чтобы по-настоящему отдохнуть! Ничто этого не изменит, может лишь притормозить или на время ограничить. В любом случае, искренне желаю всем коллегам-дилерам удачи, спокойствия и настроя на победу, а владельцам лодок — как можно больше времени проводить на борту. **МВУ**

●●●

Эльбрус. Повезло с погодой!