



НАГЛЯДНАЯ АГИТАЦИЯ НА УРОВНЕ МОРЯ

АРТЁМ ЛИСОЧКИН

Перед началом международной встречи для прессы, устроенной организаторами выставки boot Düsseldorf, и я, и наверняка большинство из моих коллег приготовились к привычной скучноватой схеме, по которой обычно проводятся подобные мероприятия: на трибуне — сменяющие друг друга докладчики, а на экране — обильно снабженные графиками и диаграммами страницы презентации в PowerPoint, содержимое которых эти докладчики добросовестно зачитывают. Вот только сразу насторожила странная дымка, повисшая над креслами конференц-зала. Может, кондиционер барахлит? Или в эту строгую и деловую обстановку действительно каким-то образом затесалась театральная дым-машина?

Организаторы встречи ошарашили собравшихся с самого начала: в зале неожиданно погас свет, ухнули мощными басами титаново-замашированные аудиоклонки, а прямо над головами — рукой можно достать — заметались лучи лазерных пушек, рисуя на фоне причудливых узоров мультяшные трехмерные сюжеты. Вряд ли по-деловому строгий конференц-зал выставочного центра Messe

Düsseldorf доселе нечто подобное видел, и если устроители предваряющей выставку встречи ставили задачу с ходу удивить собравшихся представителей «лодочной» прессы, публику достаточно тёртую и выдающую виды, то им это в полной мере удалось.

Да и то, что происходило после столь эффектной прелюдии, тоже мало походило на привычные бизнес-презентации. Выступавшие действительно сменяли друг друга,

но все происходило скорее в формате телевизионного ток-шоу, где в роли ведущего-хозяина, представляющего публике своих гостей, блестяще выступил новый директор boot Düsseldorf Петрос Микелидакис. Кстати, то, что за штурвалом крупнейшей в Европе отраслевой выставки стоит новый капитан, и стало главной новостью международной пресс-встречи. А тот факт, что в ее ходе он проявил себя еще и как достаточно профес-

сиональный шоумен, полностью гармонирует с новой политикой, которую нам всем представили.

Так уж исторически сложилось, что, в отличие от прочих специализированных выставок, «лодочные» во всем мире принято именовать термином «бот-шоу». Правда, большинство таких мероприятий по своему формату мало чем выбиваются из общей выставочной традиции: лодки стоят в павильонах столь же чинными рядами, что и какие-нибудь станки или турбины, и эту чисто деловую атмосферу лишь эпизодически освещает яркой вспышкой шумная презентация какой-нибудь новинки (как правило, для избранных). Но вот boot Düsseldorf при всем ее немецком прагматизме и всех международных масштабах — это действительно шоу. Хотя так было не всегда.

Коренным образом сломать привычный подход к организации выставок и ярмарок вынудил в свое время, как ни странно, экономический кризис, изрядно встряхнувший весь мир восемь лет назад. Прогулочные суда,

как известно, располагаются в ряду потребительских приоритетов едва ли не на последнем месте, так что эта отрасль пострадала более всего. И подстегнуть угасший было интерес к отдыху на воде решили довольно нестандартным способом.

Казалось бы, что общего у гребных «стоячих» досок SUP и суперяхт? Однако эффект от стартовавшей тогда программы под названием «360° Watersports» доказал, что на массовых мероприятиях не стоит делить лодки на большие и маленькие, а людей — на профессионалов и дилетантов. Главное — сама «водная» атмосфера, возможность ощутить причастность к лобому способу времяпрепровождения на воде. Причем не просто в роли пассивного наблюдателя, но и актив-»

Особо теплое отношение нового директора boot Düsseldorf к парусной тематике вполне объяснимо: свободное время (когда такое случается) Петрос Микелидакис предпочитает проводить на парусной яхте





Водные аттракционы в павильонах boot Düsseldorf становятся все более экстремальными и приближенными к действительности

ного участника. Именно тогда в павильонах boot Düsseldorf, пусть выставки и зимней, «под крышей», появилась настоящая вода. Конечно же, бассейны, в которых обычные посетители могли прокатиться на той же SUP, — это чистой воды аттракцион, но в прямом переводе это заимствованное слово как раз и означает нечто такое, что привлекает, притягивает внимание.

«О чем, как вы думаете, нас просят все без исключения экспоненты boot Düsseldorf?» — задал нам вопрос Петрос Микелидакис и сам же на него и ответил: «Дайте нам публику! И неважно, что большинство из посетителей ничего не купят прямо на выставке. Купят потом, если вы сумеете заставить их подняться с уютного домашнего дивана, а увиденное полностью захватит их мысли и чувства. Поэтому наша главная задача — это прежде всего создать соответствующую общую атмосферу, пробудить у людей аппетит к воде, к морю, дать возможность даже в холодном январе лично убедиться, что проводить время на воде — это здорово!»

Кстати, возможность «лично убедиться» на предстоящей выставке значительно расширена, и настоящей воды станет еще больше. И шанс попробовать себя в водных видах спорта уже не ограничится безобидным шлепаньем веслами на надувной доске или каяке. В павильоне номер два будет смонтирован огромный бассейн с волногенератором, образующим стоячую волну до полутора метров высотой, которую может попробовать обуздать на вейкборде или классической доске для серфинга любой посетитель (естественно, под руководством опытного инструктора), заранее зарегистрировавшийся на сайте выставки. А желающие впервые испытать чувство свободного парения под водой смогут тоже совершенно бесплатно осуществить свою мечту в новом бассейне одного из «дайвинговых» павильонов.

Тематический спектр предстоящей выставки широк как никогда: охвачено практически все, что имеет хоть какое-то отношение к отдыху на воде, включая круизы на больших пассажирских лайнерах и паромках и расположенные у воды отели и санатории. Кстати, один из новых программных слоганов мероприятия, рожденный явно не без участия креативного Петроса Микелидакиса, так и звучит: Living at sea level («Жизнь на уровне моря»). И при этом каждая тематическая ветвь не рассматривается отдельно от других, отсюда и «многозадачность» большинства стендов.

Скажем, изучив предложения чартерных фирм, вы сможете буквально через несколько минут «примерить на себя» предлагаемые ими парусные или моторные яхты, посетив соответствующий «лодочный» павильон; вкушившие прелестей катания с волны на аттракционе (а скорее тренажере) WAVE наверняка как минимум заглянут на стенды серф-курортов, а то и приценятся к буксировщикам для вейкбординга... Одно цепляет второе, третье, четвертое. Выбирая блесну для спиннинга, можно уйти с выставки с оформленным заказом на полностью экипированную рыболовную лодку — почти как в известном анекдоте, только тут это не анекдот, а реальность. Так что взаимосвязь SUP и суперяхт уже не представляется чем-то невероятным. Кстати, по словам нового директора boot Düsseldorf, выставочные площади в павильонах суперяхт были полностью выкуплены уже в сентябре.

Главный девиз рекламной кампании выставки под броским многозначным названи-



ем «Play Now!» я бы сформулировал примерно так: «Поменьше красивых лозунгов, побольше наглядной агитации!» Одиннадцать огромных билбордов, с которых в том же конференц-зале эффектно сдернули покрывала, иллюстрируют основные тематические направления: от сакраментальных SUP (куда же без них?), дайвинга, каякинга, рыбалки, разных видов серфинга до яхт — моторных и парусных, больших и не очень. На каждом имеется QR-код, благодаря которому при наличии смартфона с доступом в Интернет картинку на плакате можно оживить, посмотрев видеоролик. Ролики хоть и действительно чертовски красивые и очень профессионально сделаны, но объединяет их одно: на всех

— реальные люди, а не приукрашенные фотомодели, да и сами сюжеты тоже полностью реальны, без всяких киношных спецэффектов, просто сняты умело. С тем, что публике на boot Düsseldorf отводится роль не просто зрителя, а в некотором роде и участников действия, подобная «рекламная честность» согласуется на все сто.

В общем, после такого предварительного шоу могу с уверенностью предположить, что в январе нас ждет уже Шоу с большой буквы. Кстати, забавно, но применительно к boot Düsseldorf привычный термин «ботшоу» практически не используется. В лучшем случае можно услышать слово «fair» (ярмарка). Что, в общем-то, тоже в тему. ❀