

Zdaniem mistrzów.



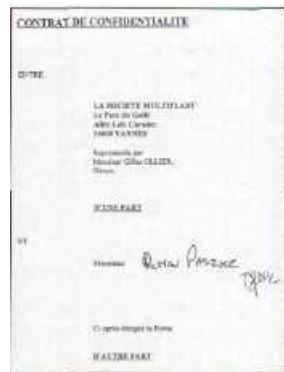
POWIEW NOWEGO

Zakończone niedawno targi Wiatr i Woda przyniosły refleksję na temat rynku motorowodnego w naszym kraju. O ile jeszcze kilka lat temu w ofercie producentów dominowały jachty motorowe niewielkich rozmiarów, służące do dziennego pływania, to ostatnio wymiary jednostek systematycznie się powiększają. Niegdyś motorówki służyły głównie do wędkarstwa, czasem do holowania narciarzy wodnych oraz do wypadów na pobliskie jezioro. Turystyka motorowodna w tradycyjnym rozumieniu praktycznie nie istniała. Na taki obraz naszej motorowodnej codzienności składał się szereg przyczyn; bardzo podejrzliwie patrzono na armatorów jachtów w ogóle, a motorowodnych w szczególności, na rynku brak było wszystkiego, paliwo było na kartki, a ponadto żeglarze motorowodni zawsze postrzegani byli za swego rodzaju elitę.

Wraz ze zmianami gospodarczymi w skali makro zmienił się obraz naszego życia i nasze aspiracje. Prze stały wystarczać małe, ciasne łódeczki, wielu z nas za pragnęło posiadać jachty większe, bardziej komfortowe. Ofertę rynkową wzbogacił szybko import jachtów z Europy Zachodniej, a wkrótce potem z kontynentu amerykańskiego. Rynek powoli normalnieje i stabilizuje się, teraz inicjatywa przechodzi w ręce kupujących. Decydując się na zakup jachtu możemy przebierać w dziesiątkach ofert, grymasić i wybrzydzać, teraz to producenci i sprzedawcy zabiegają o względy kupujących oferując promocje, sprzedaż ratalną i transport jachtu w dowolne miejsce.

Jachty produkowane w Polsce niewiele różnią się od tych importowanych; ich gabaryty są porównywalne, standard wykończenia równie wysoki, warunki za kupu także. Jedyną istotną barierą jest utrzymywanie wysokiego podatku akcyzowego skutecznie zniechęcającego część klientów do zakupów w kraju. Pojęcie luksusu bardzo nam się ostatnio spauperyzowało, a stare, nieprzystające regulacje prawne pozostały nadal obowiązujące. Chrońmy polski raczkujący rynek producentów, bo konkurencja jest ostra, a utrzymując stare regulacje prawne możemy doprowadzić do zagłady nowych tendencji zbliżających nas do standardów europejskich.

Waldemar Marszałek



TOP SECRET

Obecna faza przygotowań do Pucharu Ameryki to treningi na poprzednich „challengerach” oraz projektowanie i budowa nowych jachtów.

Podczas mojej ostatniej wizyty we francuskiej stoczni Multiplast pozwolono mi na obejrzenie jachtu budowanego tam dla francuskiego syndykatu; lecz zanim wpuszczono mnie do mocno strzeżonej hali budowy, musiałem podpisać „Kontrakt Dochowania Tajemnicy”.

Moi francuscy koledzy, którzy kilkanaście dni temu rozpoczęli budowę form dla naszego projektu RACE 2000, bardzo akcentowali znaczenie dochowania tajemnicy, szczególnie ze względu na moją bliską znajomość z głównym konstruktorem jachtu dla hiszpańskiego syndykatu, Rolfem Vrolijkem.

Z jednej strony „top secret”, a z drugiej popularyzacja i wysiłki zmierzające do zaprezentowania programów żeglarskich maksymalnej widowni... THE RACE, lub jak to nazwaliśmy w Polsce RACE 2000, to cel medialny na poziomie sześciu miliardów kontaktów.

Dla Davida Inghama, dyrektora naczelnego TWI i od powiedzialnego za żeglarstwo *potencjał wyścigu jest imponujący z powodu nowych technologii wprowadzonych do użycia. Jeśli kanały telewizyjne potrafią przekazywać program na żywo nadawany z jachtu pędzącego z prędkością 40 węzłów na oceanie południowym, pobudzi to wyobraźnię nadawców i zachęci ich do włączenia tych relacji do swoich programów. W kategoriach oglądalności wśród wydarzeń sportowych, myślę że potrafimy wnieść ten wyścig do pierwszej dziesiątki wydarzeń sportowych na świecie...*

Rozmowy dotyczące uruchomienia polskiego stadia RACE 2000 są obecnie finalizowane, i mam nadzieję, że Wasza obecność na pokładzie naszego jachtu podczas tego wyścigu będzie nas bardzo mobilizować.

Wasz zmobilizowany

Roman Paszke