

18+

СЕРГЕЙ КУЛИШЕВ

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Сергей Кулишев
Почему бы и нет?

«Издательские решения»

Кулишев С.

Почему бы и нет? / С. Кулишев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-506676-3

История случайного бизнеса, изменившего целый сегмент рынка, не нова. Но здесь она рассказана так легко и весело, что кажется, будто это происходит прямо с вами, здесь и сейчас. Автор не претендует ни на маркетинговый анализ, ни даже на объективность. В книге полно сплетен, интриг, нелепых ситуаций, а ещё много иронии и чуть-чуть ностальгии. Здесь не происходит ничего особенного — однако, начав читать, вы уже не оторвётесь до самого конца. Валентина Кучина, директор и совладелица РА «Valencia» Книга содержит нецензурную брань.

ISBN 978-5-00-506676-3

© Кулишев С.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие	6
Начало	7
Я	9
Фирма «К»	10
Самодетельность	13
Шире шаг!	15
Прямой эфир	18
В массы	19
На Север	22
На Юг	26
Сквозь дебри рекламы	31
Снегоходный кросс	35
Маленький дистрибьютор	37
Первый конкурент	38
Ищем дилеров	40
На Запад	42
О разном	45
Трахтенберг	48
Маленькие хитрости	50
Петербургский стиль	55
Соловьёв	56
Бомбардир-клуб	58
После дефолта	61
Конец ознакомительного фрагмента.	62

Почему бы и нет?

Сергей Кулишев

© Сергей Кулишев, 2020

ISBN 978-5-0050-6676-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

В девяностых нас считали чудаками. Кому в Питере нужны снегоходы и водные мотоциклы? Дождливое лето, непонятная зима... Как многие начинания смутного времени, наш бизнес возник по принципу «почему бы и нет?».

Если верно, что от любого жителя Земли каждого из нас отделяют шесть рукопожатий, то мои персонажи – практически ваши знакомые. Одних вы видели по телевизору, о других слышали. Некоторых знаете лично. Может быть, вы даже знакомы со мной.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Пояснение

«МАРКЕТИНГ» В КАВЫЧКАХ

В 90-х годах в России ещё не было ни рынка, ни маркетинга *техники для активного отдыха* (от *recreational products*). Поэтому под грифом «маркетинг» в этой книге размещается всё, что мне пришло в голову.

Начало

Лет двадцать назад мы переехали в новый дом. Соседями оказались косящий от армии наркоман, многодетная мать-одиночка и пара колхозных пенсионеров. Этажом ниже бушевал алкаш Толик. Нормальный советский дом.

У подъезда стояли две одинокие «девятки». Одна принадлежала мне, другая – симпатичному парню по имени Роман, похожему на актёра Майкла Паре.

В советское время наличие автомобиля сближало. Скоро я подружился с Романом, а потом и с его другом. У Андрея тоже была кинематографическая внешность: многие находили в нём сходство с Дени де Вито.

Друзья занимались всем, что может принести деньги. В начале перестройки были «челноками». Потом стали «кооператорами». Потом – «коммерсантами». Потом зарегистрировали «фирму» и организовали в гаражах ремонт BMW. Себя Роман и Андрей называли «дольщики», принимали решения сообща и следили, чтобы один не надул другого.

Раз в год в Петербурге проходит большая водно-моторная выставка. Её посещение входит в небогатый набор городских развлечений. Отправились туда и мои приятели.

Пробираясь сквозь толпу, обременённую пакетами с рекламной макулатурой, Роман и Андрей вышли к необычно свободной площадке. На ковролине стояла непонятная техника. Доступ затрудняли цепочки.

– Ого! Что это?

– Это снегоход, – ласково объяснил потёртый мужчина в джинсах, – а это водный мотоцикл – аквабайк. Производство компании «Бомбардье», Канада. Слышали про такую?

Водный мотоцикл! Как раз недавно друзья безуспешно искали, где можно его купить.

– А сколько стоит?

Приветливый мужчина назвал цену.

Роман посмотрел на Андрея:

– Может, один на двоих?

«На двоих» у них уже был один мобильный телефон. Правда, носил его только Роман. Тут выяснилось, что канадцы не продают технику, а ищут дилеров.

– Вы чем занимаетесь?

– У нас автобизнес, – солидно сказал Роман.

– Не хотите продавать нашу технику?

– Аквабайки?

– Нет, аквабайки на следующий год. А сейчас снегоходы.

– Снегоходы?! Да кому они здесь нужны! У нас не тундра...

– Сначала все так думают, – ласково сказал мужчина, – вот посмотрите...

Он разложил каталоги с яркими картинками. Кроме дольщиков, по площадке слонялась пара быковатых парней. Обыватели за цепочки заходить боялись. Через полчаса друзья решились: снегоходы так снегоходы!

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Подписав контракт, Андрей отправился искать деньги, а Роман – покупателей. Или наоборот.

«МАРКЕТИНГ»

В 1972 году в Советском Союзе выпустили «Буран», первый в нашей стране снегоход. Само собой, его скопировали с иностранного. Прототипом стал снегоход Ski-Doo компании Bombardier. Её основатель, Жозеф-Арман

Бомбардье – легенда канадской промышленности. Именно он в 1959 году открыл миру новый вид транспорта: лёгкий снегоход мотоциклетного типа – посадка верхом, гусеница сзади и две лыжи спереди.

В начале семидесятых представители Bombardier, рассчитывая развернуть в СССР совместное производство снегоходов, привезли в Москву пятьдесят штук Ski-Doo. Модель была рассчитана на Крайний север: две широкие гусеницы и огромная лыжа распределяли давление на большую площадь, и тяжёлая машина (а она весила почти полтонны) шла по снегу любой глубины. Советские руководители согласно кивали и даже попросили предоставить техническую документацию.

Фирмачи документацию не дали. И не зря: не успел они уехать, как наши инженеры, разобрав по винтику Alpine, принялись соображать, как сделать такой же. Остальные привезённые снегоходы разошлись по номенклатурным дачам.

Отечественное производство запустили на заводе «Рыбинские моторы». Снегоходы получились неудобными, плохо заводились и быстро ломались. Но северяне радовались «Бурану», как индейцы колесу. В 80-х годах выпускалось до 15 тыс. снегоходов в год. Для просторов страны, большую часть года покрытых снегом, «Буран» стал таким же незаменимым, как лыжи, а название сделалось обозначением всех снегоходов независимо от марки.

Один из «Буранов» стоит сейчас в музее Bombardier в Валькурте.

Я

К тому времени я успел побывать владельцем магазина мототехники, потом безработным, частным извозчиком и снова владельцем магазина.

Роман и Андрей стали моими друзьями. Не проходило дня, чтобы мы не встречались в гостях или в ресторане. Получив от канадцев первый снегоход, ребята позвали меня кататься. Поехали почему-то в Токсово, в самую гущу лыжников.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

– Смотри, смотри!!! – кричал мальчик своему папе, показывая на меня варежкой.

Я пытался съехать по снежному склону на снегоходе, чёрном и блестящем, как жук. Разноцветные лыжники отъезжали подальше, изумлённо косясь в мою сторону. Не успел папа повернуть голову, как я уже кубарем катился по склону, а снегоход медленно сползал вниз отдельно от меня. Но обошлось без увечий.

Скоро снегоходы *Bombardier* появилась в моём мотомагазине.

– Скоко-скоко? – разевали рты покупатели. – Дак это же два «Жигуля»!

Похоже, что в нашем городе снегоходы были никому не нужны. Во всяком случае, обычная форма продажи не работала. Тем не менее, Роман и Андрей умудрились продать своим знакомым почти двадцать штук. Покупали их, главным образом, из любопытства.

«МАРКЕТИНГ»

Рассказывали такую историю. Некий россиянин получил от *Bombardier* то ли пятьдесят, то ли сто снегоходов с отсрочкой платежа. После чего исчез вместе со снегоходами. По удивительному совпадению официальным представителем *Bombardier* в России оказался родной брат его приятеля (тот самый, приветливый мужчина с выставки) – как говорили, бывший грушник или даже чекист.

Дело замяли. Снегоходы списали в убытки, а приятель беглого бизнесмена (брат чекиста!) через несколько лет сделался официальным дилером *Bombardier* в Москве. После этого фирмачи зареклись поставлять технику в Россию без предоплаты.

Прошло ещё полгода. За это время я снова потерял бизнес, а заодно квартиру и все сбережения. В девяностых это случалось. Чтобы прокормить семью, опять подрабатывал извозом.

– Ты сейчас не сильно занят? – как-то спросил Роман. – Нам нужен человек, который возглавил бы продажи техники...

Он любил солидные выражения.

– ...а то гидрики зависли, нужно их срочно продать.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

На дворе стоял август девяносто пятого. Дождило.

Фирма «К»

За дело я взялся с энтузиазмом.

Компания моих друзей называлась РОСАН, то есть РОман С АНдреем. Офис находился на самой окраине города. Дальше располагались только тюрьма и Южная ТЭЦ. Напротив зеленело кладбище, а улица напоминала забытое шоссе.

Место было настолько глухим, что здесь регулярно устраивались бандитские разборки: «братки» приезжали на машинах и выясняли отношения прямо у нашей ограды. На случайных покупателей надеяться не приходилось.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В середине девяностых мало кто из бизнесменов мог похвастать собственным двухэтажным зданием. Именно в таком размещались офис РОСАН, торговый зал Bombardier и станция по обслуживанию BMW.

Знакомые часто спрашивали: «Интересно, откуда у РОСАНа деньги?».

Я объяснял, что это результат труда и удачного стечения обстоятельств: «Когда-то Роман и Андрей получили кусочек никому не нужной земли. Там они стали строить Здание, вкладывая в него всё, что зарабатывали. Друзья не ходили по ресторанам, не покупали жёнам одежду, а детям – игрушки. Денег всё равно не хватало.

Тогда они договорились с одним серым дилером BMW, что он закончит строительство, а за это получит Здание в аренду. Тот так и сделал: отделал помещения, оборудовал автосервис и торговый зал. Но не успел толком поработать, как его арестовали за контрабанду. А в Здание въехал РОСАН.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Не бросать же его совсем! Тем более, что всё по закону».

Многие верили.

Реальность была сложнее. Серому бээмвэшнику так понравилось Здание, что он решил оставить его себе. Подумаешь, какие-то коммерсанты!

Тут надо сделать отступление.

В начале девяностых многие работали «парами» – так проще и надёжней. Через несколько лет пары, как правило, распадались. Хорошо, если мирно. К счастью для РОСАНа, Роман и Андрей договорились ещё «на берегу»: любой вопрос решается при условии согласия обоих. Если один «за», а другой «против», вопрос снимается. Тогда же сложилось и разделение имиджа: Роман – жёсткий и напористый, Андрей – мягкий и дипломатичный. Выражаясь языком фортификации, там, где нужен был таран, действовал Роман, а за подкоп отвечал Андрей. Иногда для разнообразия дольщики менялись ролями.

Когда бээмвэшник попытался «отжать» здание, Андрей договорился с кем следует. И друзья остались владельцами собственности. Правда, к ним перешли и все долги неудачливого рейдера. Борьба за выживание продолжалась.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Как всегда, на такое добро находились и другие охотники.

Во время очередного «наезда» в РОСАН нагрянули бандиты. Тёмные фигуры замелькали в коридорах, заглядывая в каждый кабинет. Потом собрались внизу для «разговора». Старший демонстративно выключил рубильник:

– Всё, фирма закрыта!

Свет погас. Механики бросили работу, с пролетарским безразличием ожидая окончания разборки. Роман подошёл к щитку и молча поднял рукоятку назад. Лампы загорелись. Старший удивился:

– Ты чо, не понял? Я сказал: всё, лавочка закрывается!

И снова погасил свет. Роман, так же молча, включил рубильник ещё раз. Бандит помрачнел.

– Это. Моё. Здание, – отчеканил Роман. Было видно, что он скорее сдохнет, чем отдаст собственность. Бандиты, кое-как сохранив лицо, отступили.

С целью «популяризации продукта» я стал возить гидроцикл по городу. В приличных местах останавливался и раздавал буклеты. Вернее, пытался раздавать: граждане опасливо обходили меня стороной.

Не стеснялись только братки. «Чо стоит? – спрашивали они и тут же интересовались: – С кем работаете?». Работали мы... нет, поправлюсь: не работали, а просто знали местного авторитета Кирпича.

«МАРКЕТИНГ»

К этому времени я насмотрелся на «представителей криминального мира». Некоторые внушали уважение, некоторые страх. Большинство наводило тоску.

Но оказалось, что именно они – наши главные покупатели. Присмотрев издали фактурный силуэт, я уже смотрел на него, как на клиента. Наш товар покупали те, кто легко расстаётся с деньгами. Я вывел первое правило:

Не важно, сколько у человека денег – важно, как он их тратит.

В то время у всех бизнесменов была «крыша». У некоторых даже две. Говорят, один из наших первых клиентов (сегодня у него неплохая позиция в списке Forbs) платил сразу нескольким структурам. Видимо, поэтому постоянно имел не то чтобы испуганное, но несколько напряжённое выражение лица.

Время от времени к нам заходили грубые парни в кроссовках и кожаных куртках.

– Почём? – кивали они на гидроцикл и, не дожидаясь ответа, уточняли: – А подарить?

И, сообразив, что территория занята, гордо уходили.

Гордо получалось не у всех. «Красноярские» (так они представились) никак не могли уразуметь, что к чему. Наконец, пообещав «разобраться», пацаны вышли на улицу и сели в старую «Волгу». Сидели, наверное, час. Мы уже начали беспокоиться. В сумерках они вылезли из машины и стали её толкать, старательно отворачиваясь от наших витрин.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Через три года Кирпича расстреляли в ресторане. Но покататься на снегоходе он успел.

Однажды в лесу у него закончился бензин. Кирпич добрался домой и послал за снегоходом своих «бойцов». Те добросовестно притащили снегоход из леса на руках.

«Идиоты, – сокрушался Кирпич, – взяли бы канистру бензина и доехали своим ходом!».

К моему приходу штат РОСАНа состоял из шести человек, включая Андрея с Романом. Теперь они называли себя «учредители». Работали, впрочем, наравне со всеми, не гнушаясь даже разгружать технику.

Постепенно это сократилось до формата «Ленин на субботнике»: приподняв за лыжу очередной снегоход, друзья несколько метров кряхтели, затем на что-нибудь отвлекались и озабоченно уходили.

Главный работником считался Костя Быстров. Оправдывая свою фамилию, он бодро брался за всё: за доставку техники, за продажу, за обслуживание, за клиентов... Начинал Костя горячо, но быстро остывал и переключался на другое. Моему появлению он не обрадовался. Так же, как и новому сотруднику, Андрею Крылову.

Главный бухгалтер – прокуренная дама с золотыми зубами – смотрела на всё снисходительно. Как-то она остановила меня на крыльце:

– Кто у нас отвечает за «Бомбардье»?

– Я. А что?

Главбух стряхнула пепел в пачку:

– Сядете...

– Почему это?!

– А как вы думали – чёрная бухгалтерия, контрабанда, расчёты без кассы...

Я только махнул рукой: это было нормой любого бизнеса. Не могут же посадить всю страну!

Однако Крылов так не считал. До РОСАНа он работал здесь же, в автосалоне неудачливого дилера BMW. И вместе с ним попал «под статью». Поэтому Андрей вёл себя осторожно: лишнего не говорил, работал усердно, умел это усердие показать и постоянно ходил с таким видом, будто знает, что происходит «на самом деле». Может быть, он и вправду это знал.

Скоро Крылов сделался управляющим, а через несколько лет – директором РОСАНа. Но это в будущем. А первую осень мы встретили с непроданными гидроциклами.

– Так. Нужно разобраться, почему это произошло, – строго сказал Роман, собрав совещание.

– Ну как почему? – удивился Костя. – Вот если бы сейчас был июнь...

– Если б я имел коня, это был бы номер, – назидательно продекламировал Роман. – Если б конь имел меня...

– ...я б, наверное, помер! – уныло закончил Костя. Это была любимая присказка Романа. Совещание затянулось допоздна. В перерыве Костя возбуждённо бухтел:

– Ну какие гидрики в Питере? У нас лето два месяца, да и то с дождями!

У Романа было другое видение.

– Сколько народу живёт в городе, миллионов пять? Плюс пригород! Убираем женщин, пенсионеров и детей... остаётся два с половиной миллиона. А какой у нас процент богатых людей? Тех, кто может купить гидрик? Пусть даже два процента... Получается пятьдесят тысяч. Пятьдесят тысяч!!! Понимаете? – он обвёл нас блестящими глазами. – Мы можем продать в Петербурге пятьдесят тысяч снегоходов! И пятьдесят тысяч гидроциклов!

– Отчего же не продаём? – неосторожно спросил я.

– Так никто не знает! Рекламы нет! В общем, так: ты будешь отвечать за рекламу, Крылов – за продажи, а Костя – за всё остальное.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Через несколько месяцев Костя уволился.

С тех пор РОСАН странным образом притягивал сотрудников, фамилии которых, как и фамилии учредителей, начинаются на букву «К».

Только сейчас я сообразил, что до сих пор не назвал фамилии главных героев. Пожалуй-ста: Роман КАНЕВСКИЙ и Андрей КУШУЛЬ.

Самодеятельность

Никогда не бойся делать то, что ты не умеешь.

Помни, ковчег был построен любителем.

Профессионалы построили «Титаник».

Д. Берри

От рекламы я был далёк, но считал это дело занятным. И каждую ночь, засыпая, фантазировал о том, как завлечь покупателей.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Город переживал бум «частных охранных предприятий» – ЧОПов. Одним из них руководил мой знакомый. В ЧОПах попеременно работали бандиты и бывшие оперативники. Знакомого такое окружение тяготило. Для разнообразия он стал издавать журнал для охранников, телохранителей и прочих, как он говорил, «гоблинов». Правда, журнал в основном читали клиенты. «Может, рассказать им о гидроциклах?».

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Несколько вечеров я кропотливо сочинял текст и подбирал картинки. Когда статья была напечатана, долго не мог на неё налюбоваться. Особенно на фамилию автора.

Дальше этого дело не пошло. Как и прежде, в компании каждый занимался всем. Я отвечал на звонки клиентов, развозил технику и даже провёл инвентаризацию склада запчастей.

Года полтора я учился не на чужих, а на своих ошибках: впихивал в макет километры информации, использовал несколько шрифтов, совмещал разный дизайн, etc. В общем, совершил все глупости рекламного дилетанта. В утешение говорят, будто только такой опыт и считается настоящим.

Рекламные потребности РОСАНа (т.е. буклеты и визитки) обеспечивало маленькое агентство с креативным названием S'Top. Точнее, энергичный юноша Егор. Именно ему принадлежит первый рекламный слоган РОСАНа: «В объятиях скорости». Слоган мне не понравился, но я промолчал. Говорят, авторы очень обидчивы.

«МАРКЕТИНГ»

Скоро у нас появилась первая наружная реклама: большой рекламный щит, он же билборд. Билбордов тогда было не так много, как сейчас. Наш стоял у Чёрной речки. Мимо него проезжала половина жителей северо-запада, и шёл поток машин в Финляндию.

В углу плаката (ни к селу ни к городу, но с выгодой для нас) красовался логотип «Европы Плюс». За него мы получили пятьдесят выходов на радио. Эмоции ролика отражали число непроданных гидроциклов.

«Ты любишь скорость и крутые виражи? – надсадно орал мужик из приёмника. – КУПИ ВОДНЫЙ МОТОЦИКЛ!!!».

Рекламу услышали. Иногда даже звонили из автомобиля, что считалось верхом внимания:

– Алё, чего трубку не берёте? Я с мобильного звоню! Сколько стоит водный мотоцикл? Сколько?!!

По сотовому телефону полагалось говорить громко и быстро.

В сентябре открылась очередная автомобильная выставка. На официальное участие решили не тратиться – я купил пропуск на въезд, нагло припарковался у главного павильона, расчехлил гидроцикл и приготовил буклеты. По-прежнему дождало.

Гидрик привлекал внимание. На него с изумлением смотрели... и шли дальше, продолжая оглядываться.

За два дня я зацепил только пару клиентов: главу районной администрации и какого-то бандита. Снаружи они отличались только пиджаками. Через пару лет глава оказался под следствием и скрылся за границей, а бандит со временем стал уважаемым бизнесменом.

На третий день меня разоблачили, и я уехал.

«МАРКЕТИНГ»

Питерцам нравилась телевизионная программа «Адамово яблоко» – «АЯ». Там забавно рассказывали про секс, мужские причуды и радости жизни. Программой руководил журналист Кирилл Набутов. Фамилия Набутова в городе была известной: когда-то его отец комментировал в Ленинграде все футбольные матчи, а нелепую смерть комментатора обсуждали на каждой кухне.

В сентябре группа «АЯ» сняла сюжет о водных мотоциклах. Учредители два часа бороздили небольшое озеро, показывая всё, чему научились за лето. В какой-то момент Андрей совсем скрылся под водой, как подводная лодка. Всплыли по отдельности: кверху дном гидрик и запыхавшийся Кушуль. Но эпизод смонтировали так, будто он, как ни в чём не бывало, выпрыгивает из воды верхом на аквабайке. Это неизменно поражало зрителей.

Сюжет показали по телевизору, и ещё года три мы крутили его на всех выставках.

Нежелание горожан покупать гидроциклы меня сердило. «Я бы обязательно купил. Были бы деньги!». Так рассуждают все, у кого этих денег нет.

Наверное, нет ничего более унылого, чем осенью продавать гидроциклы в Петербурге. Но каждое утро я просыпался с надеждой...

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Вам не приходилось превращаться из друга в наёмного работника? Трудно описать обжигающее чувство неловкости, с которым я получал от учредителей первую зарплату.

Правда, на триста долларов прокормить жену и троих детей не получалось. Поэтому по ночам я продолжал «бомбить». Перед конкурентами у меня было преимущество – ротвейлер Джокер. Он сидел на переднем сиденье и дисциплинировал пассажиров. Крепким парням в спортивных штанах это обычно не нравилось: «Чо, собака? Не-е, не поедем...».

«Ага, – говорил я Джокеру, – видал, какие рожи? Хрен бы они мне заплатили!».

Джокер понимающе зевал.

О моей ночной работе никто не знал. Иногда я катался до утра, так что в РОСАН приходил поздно и не бодрым. Учредители поглядывали на меня с осуждением.

Шире шаг!

В конце сентября учредители и рекламист Егор что-то шумно обсуждали в кабинете. Позвали и меня. За гостевым столиком сидел квадратный мужчина с обветренным лицом.

– Знакомься: Владимир Яковлев, президент Федерации мотоспорта.

– Кулишев, – говорю я. У меня откуда-то взялась привычка представляться по фамилии.

– Вот, – указал Каневский на президента, – хотим провести Кубок России по снегоходному кроссу. Первый в России! Представляешь, какой масштаб?

Он подошёл к настенной карте России и развёл руками от края до края:

– Народ соберётся со всей страны. Да что там со страны! Сделаем его открытым, пусть приедут финны, шведы, американцы... Это уже государственный уровень!

Каневский любил размах. Как у всех кооператоров, его настольной книгой был «Золотой телёнок».

МЕЖДУ ПРОЧИМ

До перестройки Роман возил на грузовике фрукты. При въезде на овощную базу автомобиль взвешивали, на выезде – тоже. Разница считалась весом товара. Чтобы его увеличить, Роман клал в кузов чугунные крышки, которые снимал с канализационных люков.

Выгрузив съедобную продукцию, он незаметно выбрасывал крышки и ехал на весы. Скоро в глухом конце базы выросла целая чугунная пирамида.

«Тяжёлые, зараза... – жаловался Каневский. – Натаскаешься, потом еле баранку крутишь».

Видя на дороге открытый люк, я до сих пор вспоминаю своего соседа.

Проведение соревнований назначили на конец января. Егор работал с журналистами, Яковлев со спортсменами, учредители с чиновниками.

Для привлечения участников призовой фонд сделали солидным: пятнадцать тысяч долларов. Потом узнали, что хватило бы и трёх тысяч: в Европе снегоходные призы невелики, а россияне и вовсе катались за идею. Но было поздно.

Чтобы победа гарантированно досталась снегоходам *Bombardier*, из иностранцев пригласили только гонщиков заводской команды *Lynx* (это марка снегоходов *Bombardier*, производимых в Финляндии).

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Вместе с октябрём пришло понимание того, что нужно думать о зиме.

Каждое утро, по привычке украсившись галстуком, я ехал на другой конец города. Тридцать два километра туда, тридцать два – обратно. В пустом здании было тихо. Редкий телефонный звонок дарил недолгую надежду на клиента.

Целыми днями я рассылал по всей стране факсы с предложением купить «лучшие в мире снегоходы *Ski-Doо* и *Lynx*». Регионы равнодушно молчали. Тогда я звонил сам:

– Вы получили факс про снегоходы?

– «Бураны?»

– Не «Бураны», а «Ски-ду»!

– Чего?

– Канадские снегоходы, «Бомбардь»!

– Бормань... Что?

– Снегоходы из Канады!

– «Бураны»?

- Да нет у нас «Буранов»! Только «Ски-ду». И «Линкс».
- Не понял...
- Вам импортные снегоходы нужны?
- Импортные? А японские «Бураны» есть?
- Нет, у нас финские «Бураны». – сдавался я. – И канадские.
- А сколько стоит?
- В факсе всё написано!
- Тут непонятно...
- Это в долларах.
- Не-е, нам надо в рублях.
- Умножайте на пять и восемь...
- А?
- На пять и восемь. Самый дешёвый получается примерно тридцать шесть тысяч рублей.
- Сколько?! Тридцать шесть... тысяч? За один?!!

На этом месте разговор обычно заканчивался. «Бураны» продавались в магазинах по три тысячи рублей, а в самом Рыбинске их можно было найти и за полторы.

«МАРКЕТИНГ»

Одежда Bombardier была очень красивой. Но дорогой, а главное – малодоступной. Россию снабжали по остаточному принципу, так что ассортимент нашего магазина был совсем бедным. Впрочем, покупатели снегоходов считали экипировку пижонством: народ катался в лыжных костюмах, в ушанках и в армейских тулупах.

Тогда учредители нашли в Питере изготовителей одежды для туристов. Нам пошили альпинистские куртки и комбинезоны с логотипами Ski-Doo (благо наши клиенты были далеки от гор). Такая одежда стоила в разы дешевле фирменной, её стали покупать и даже заказывать из других городов. Это вольное обращение с чужой торговой маркой (как и многие другие наши нарушения) в Bombardier осталось незамеченным.

А наши старые партнёры теперь известны как производители одежды Red Fox.

В салоне начали появляться люди.. Приезжали те, кто видел рекламу РОСАНа. Крылов приводил бывших клиентов BMW, учредители – знакомых, знакомые – бандитов и чиновников. Большинство с важным видом слушали наши объяснения, цокали языками и исчезали. Но продажи потихоньку пошли. Цены устанавливались путём нехитрой калькуляции расходов и желаемой прибыли, а иногда по принципу «почему бы и нет?».

Одни покупали не глядя, другие бешено торговались. Кто-то пытался «развести», кто-то напугать. Порой покупки превращались в целую пьесу с интригой, кульминацией и развязкой.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Поджарый мужчина коршуном осмотрел снегоходы:

- Сколько?
- Вот эта модель стоит... – начал Крылов. Коршун перебил:
- Сколько дадите скидки?
- Сейчас сезон, – Крылов показал на снег за окном, – скидок нет.
- Ну и что? – удивился мужчина. – Я хочу купить, дайте скидку!
- Почему мы должны её дать? – тоже удивился Крылов.
- Потому что я клиент. Я покупаю!
- Так я вам и продаю...
- Понятно, – оборвал клиент, – не решаете вопрос. Позовите хозяина!

– Хозяин вам скажет то же самое, – заверил Крылов. – Сейчас скидок нет. Коршун презрительно фыркнул:

– Как вы тут работаете? Вообще не умеете продавать! Нате, передайте боссу...

Он сунул Крылову визитку и крикнул своему охраннику:

– Да ну их, поехали в «Ямаху».

«ПЕСТРОСИБ. Олег Тиньков. Председатель» – прочитал Крылов и позвонил Каневскому: так и так, какой-то Тиньков требовал скидку, а теперь поехал в «Ямаху».

– Всё правильно, – успокоил Каневский. – Не надо идти на поводу. Пусть купит «Ямаху», потом всё равно к нам явится. Как, говоришь, его фамилия?

Скоро Тиньков открыл ресторан имени себя, потом выпустил одноимённое пиво. И, конечно, обзавёлся техникой «Бомбардье». Но в РОСАН больше не приезжал.

Прямой эфир

В декабре состоялся первый телеэфир, посвящённый Снегоходному Кубку.

Телевизионной трансляцией руководил ветеран ленинградского телевидения Эрнест Наумович Серебренников. Его голосом озвучивалось каждое спортивное событие города. Серебренников мог говорить часами, лично знал всех местных знаменитостей и упорно называл снегоходы «мотонартами».

– Вы поймите, – готовил он нас в студии, – нельзя отвечать скучно, нельзя молчать, зрители сразу переключат канал. Это же спорт! Мотонарты! Глаза должны гореть!

– Да понятно... – вразной загудели мы. Что тут сложного-то?

«Пять, четыре, три, два, один... Эфир!» – объявил голос под потолком. И все окаменели. Кроме Эрнеста Наумовича, конечно. После пяти минут жизнерадостного монолога он неожиданно обратился к Яковлеву:

– Скажите, а почему эти соревнования проводятся в Ленинграде, то есть в Санкт-Петербурге?

Володя насупился:

– Ну как почему... А где же ещё?

– Потрясающе! – воскликнул Серебренников, – Действительно, где же ещё! И вы знаете, я вам больше скажу... – он повернулся к Роману. – Ведь мы знаем, что мотонарты изобрёл Бомарше...

– Бомбардье, – чужим голосом поправил Роман.

– Да! Ведь он, кажется, француз... Как же это пришло ему в голову?

Тут по плану Роман должен был рассказать известную легенду создания снегохода, но он молчал и, не мигая, продолжал смотреть перед собой. Мне стало жарко.

Наконец, Каневский открыл рот:

– Видите ли, э-э-э... дело в том, что э-э-э... когда-то в Канаде... э-э-э... у Бомбардье заболел сын... и-и-и... э-э-э...

– Потрясающе! – закричал Серебренников. – И вот как раз знаменитые мотонарты этого самого Бомбардье мы увидим здесь, в Ленинграде! То есть в Санкт-Петербурге!

После эфира Эрнест Наумович долго тряс руку каждому:

– Неплохо, неплохо... Для первого раза потрясающе!

МЕЖДУ ПРОЧИМ

«Встречаются две подруги.

– Как у тебя дела?

– Шикарно! Я познакомилась с настоящим олигархом...

– Потрясающе!

– И он подарил мне бриллиантовое кольцо...

– Потрясающе!

– А летом мы поедем в его замок во Франции...

– Потрясающе!

– А у тебя что нового?

– Ну, я пошла на курсы хороших манер.

– И чему там учат?

– Я только начала. Вот пока научилась вместо «не пи... ди» говорить «потрясающе!».

Этот анекдот мне рассказали за день до эфира. И всякий раз, слыша серебрянниковское «Потрясающе!», я боялся заржать прямо в камеру.

В массы

В декабре выпало много снега. Так много, что учредители решили прямо в городе организовать прокат снегоходов.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Прокат обустроили на Крестовском острове, возле закрытого стадиона. Вокруг стадиона сделали «трассу» (то есть видимые на снегу следы снегохода) и развесили объявления.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Каневский привёл в прокат целую группу. Это были родители одноклассников его сына. Ни один из них никогда не видел снегохода вблизи. Каневский подробно объяснил, на что нажимать. Потом с удовольствием показал, как ездить. Народ начал мёрзнуть. Наконец, дошла очередь до родителей. На снегоход уселась молодая мама в норковой шубке.

– Так... Держите руль... Теперь потихоньку нажимайте вот здесь, – командовал Каневский. Мамаша нажала на газ, снегоход рванул вперёд и тут же врезался в толстую ель. Каневский побледнел. (Он всегда тяжело переживает материальный ущерб).

– Надо было повернуть руль! – закричал он.

– Что ж вы мне не сказали? – раздражённо удивилась норка. – Я-то откуда знаю!

Больше экскурсий не было.

Люди шли неохотно: пятнадцать минут катания стоят сто рублей, а в парке одни лыжники и пенсионеры. Реклама на радио не помогла. В прокате катались инструкторы, друзья и знакомые учредителей. Через месяц подсчитали – прибыль меньше расходов.

«Нах... и такой прокат, только деньги на ветер!» – рассердился Кушуль. Дирекция парка тоже выразила неудовольствие: снегоходными гусеницами были исполосованы все газоны.

Для наведения порядка в прокат направили меня. На второй день бригадир предложил мне «долю». Его уволили. Через неделю ушли остальные, и я остался один на один со снегоходами и администрацией парка.

Клиентов было по-прежнему мало. Целыми днями можно было читать, дрессировать Джокера и кататься на снегоходе по Финскому заливу.

«МАРКЕТИНГ»

В начале марта возле стадиона наблюдалась какая-то суета. По дорожкам ездил внедорожник, рядом толкалась группка интеллигентов в кроликовых шапках. Процессом громко руководил мужчина с фотоаппаратом.

– Стой! – замахали руками интеллигенты моему снегоходу. Я затормозил.

– Васильев, – буркнул фотограф. – «Пятое колесо». Тестируем «Витару.» У тебя снегоход такой же синий. Сделаем пару снимков?

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Следующие два часа мы нарезали круги вокруг стадиона.

– Не так быстро! – командовал Васильев. – Так, теперь давайте на залив!

За нами, не отставая, бегал Джокер. В снегу залива Vitara завязла. Снегоход легко вытащил её на берег.

– Ого! – сказал Васильев. – А ну-ка, давай ещё!

Меня спас короткий световой день. В апрельском номере «Пятого колеса» вышла статья про тест. На фотографиях были Suzuki Vitara, наш снегоход и Джокер. И «благодарность фирме „Росан“ за предоставленный снегоход Bombardier».

Я понял, что в журналы можно попасть бесплатно.

Наступил день соревнований. Позади остались переговоры с властями, строительство трассы, расклейка плакатов, внимание к прогнозам погоды... Кстати, о погоде: в эти дни в Токсово (а именно там проходили гонки) стоял тридцатиградусный мороз. Журналистам агентство S`Top пообещало устроить для них маленький заезд.

К соревнованиям напечатали афиши, которыми заклеили заборы по всему городу. Это называлось «чёрной расклейкой» и стоило по рублю за штуку. Сотрудники РОСАНа тоже развешивали афиши, где могли: на автостоянках, в школах детей, у знакомых...

Но в суете креативное агентство как-то забыло о торговых марках Ski-Doo и Lynx, да и вообще о Bombardier. В итоге получилась просто реклама снегоходных гонок. Зато о них узнал весь город, потому что некоммерческую информацию журналисты давали гораздо охотнее. Билет на гонки стоил сто рублей, и за два дня мы продали семь тысяч билетов.

Наш прокат на время соревнований переехал в Токсово, и за те же два дня заработал больше, чем в Приморском парке за месяц. В очереди мёрзли десятки людей. Посиневшие спутницы в ажурных колготках пытались увести своих мужчин – напрасно, снегоходы были настоящей экзотикой! Для гарантии безопасности у клиентов забирали документы на машину, а явно пьяных старались не подпускать.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Инциденты всё-таки случились. Один весёлый дяденька неожиданно развернул снегоход и помчался в сторону шоссе, где как раз дежурила патрульная машина ГИБДД. «За езду по дороге общего пользования в состоянии алкогольного опьянения» у него отобрали права.

– Я же не за рулём! – доказывал весельчак. Инспектор крутил руль снегохода:

– А это что?!

В конце дня на прокатных снегоходах состоялась обещанная «гонка журналистов». Выбрали четверых, на вид самых трезвых и спокойных.

– Старт! – крикнул (или выстрелил?) судья. В следующую секунду один из «гонщиков» уже висел на дереве, а снегоход был разбит вдребезги.

С тех пор Кушуль невзлюбил журналистов.

Соревнований показали на главном городском телеканале. Серебренников был в ударе: с экрана горохом сыпались «мотонарты», «потрясающе» и «Бомбардье».

Как и планировалось, победили финны, причём неприлично легко, играючи. Это слегка шокировало зрителей, особенно коммерсанта по фамилии Бабенко. (О нём я потом расскажу отдельно).

Отчёт о проведении Кубка был отправлен в Канаду. Нас похвалили. Руководитель московского офиса – «чекист в джинсах» – теперь часто приезжал к нам, долго сидел в кабинете учредителей и, выходя, сердечно пожимал руки остальным сотрудникам.

«МАРКЕТИНГ»

Снегоходы купили все знакомые учредителей. В их числе и Сергей Анатольевич, крутого нрава предприниматель из первой волны кооператоров. (Говорят, однажды он так рывкнул на свою сотрудницу, что у той лопнули колготки). Впервые Сергей Анатольевич увидел снегоходы на соревнованиях.

– Быстро едут! Надо, думаю, и мне купить. Для охоты. Приезжаю в РОСАН: нужен самый быстрый снегоход. «Зачем тебе, говорят, самый быстрый – зверей пугать?» И просветили насчёт проходимости, широкой гусеницы и прочего. Цена, конечно, удивила... Пошёл в «Поларис». Там то же самое, только курс доллара невыгодный. Ну, я и вернулся в РОСАН.

В первой же поездке снегоход Сергея Анатольевича завяз. Обдирая в кровь пальцы, Сергей Анатольевич откапывал его до темноты. На следующий день он провалился в полынью. Снегоход вытащили, но багаж утонул. Сергей Анатольевич зачастил в РОСАН и скоро стал нашим лучшим клиентом.

Знал бы он, во что ввязывается! За десять лет Сергей Анатольевич «по дружбе» откатал толпу журналистов, участвовал в съёмках фильмов, сломал пару рёбер и угробил целый парк собственной техники.

На Север

В марте одновременно закончились и зима, и спрос на снегоходы. В лексиконе ещё не было слова «сток»: при нашем обороте никто не допускал, что техника может остаться непроданной.

В конце месяца меня позвали в кабинет. На фоне постоянных разговоров о «трудном материальном положении РОСАНа» таких приглашений я побаивался. Каждый раз мне казалось, что Роман, глядя вниз, объявит о моём увольнении, а Андрей, пожевав усы, смущённо разведёт руками: дескать, что поделаешь, старик – такие времена.

В кабинете сидела беременная баба и без перерыва о чём-то говорила. Как я понял, она приехала с Крайнего Севера и уговаривает нас отправить туда снегоходы.

– Вы ж поймите, у нас девять месяцев снег, снегоходов хороших нет. «Бураны» – а что «Бураны», разве ж это машина? Замучаисся с ремонтом... Что ни месяц – меняй гусянку, ремней этих не напасёшься... А сколько народу за этого помёрзло – у-у-у-!

Кушуль и Каневский молча переглядывались.

– А совхоз у нас богатый, деньги есть. Мы ж и рыбу, и олешков продаём. Только снегоходов хороших нет. Нам сейчас хотя бы штук пять, а на следующую зиму ещё двадцать купим!

В глазах «дольщиков» читалась борьба алчности и недоверия.

– Вы не думайте, меня все знают, – баба положила на стол ворох бумажек. – У меня детей шестеро, и муж в милиции работает. Наш директор говорит: «Ты, Матрёна, как будешь в Ленинграде, найди там кто снегоходы продаёт».

Кушуль брезгливо заглянул в бумажки. Каневский спросил:

– А он вообще знает, сколько стоит снегоход?

– Скоко?

– В среднем долларов...

– Мне в рублях!

– Ну, если самый дешёвый, то тысяч тридцать.

– И-и-и! – запела баба. – Да мы одних полутуш на три мильёна продаём! А рыбы скоко!

Лица учредителей смягчились. Я начал понимать смысл своего присутствия.

– Ну что, – сказал Каневский, закрыв за Матрёной дверь, – поедешь в Норильск?

– В Дудинку, – поправил Кушуль.

– Это рядом, – уточнил Каневский.

Он ткнул пальцем в какую-то точку у верхнего края карты. Даже на стене это место выглядело неудобным.

– А как же прокат? – для порядка спросил я.

– Да какой, нах... й, прокат! – закричали оба. – Скоро лето, куда мы эти снегоходы денем?

К началу апреля снег в Питере почти сошёл. В аэропорту гулял весенний ветер, на полях бурели клочья прошлогодней травы.

Нас погрузили в транспортный самолёт. Условия спартанские: мы с Матрёной сидим на железных ящиках, ближе к хвосту стоят три снегохода, из каких-то щелей дует ледяной ветер. Дублёнка не спасала, и скоро я продрог до костей. Через девять бесконечных часов самолёт приземлился на Таймыре. В иллюминаторы било низкое солнце.

Никогда не забуду, как я спускался по трапу. В день отлёта в Питере было шесть градусов тепла. В Норильске – минус двадцать восемь. Мои офисные брюки показались мне бумажными штанишками Буратино. Они даже шуршали, как фантики. «Пи... дец!» – заревел я про себя... но только крепче стиснул зубы, боясь застудить. Назад пути не было.

Утром меня разбудил знакомый треск двухтактных двигателей. «Не мои ли снегоходы?!». Прямо под окнами ехала вереница оранжевых «Буранов» с номерными знаками, как на автомобилях. Такого я ещё не видел.

Никогда не видел я и домов, занесённых снегом до второго этажа. Оказалось, что на самом деле это первые этажи, а сами дома стоят на сваях. Зимой чистят только проезжую часть, а тротуары от снега становятся всё выше и выше, поднимаясь до первого (второго?) этажа. К весне мостовая оказывается глубоко внизу, как железная дорога между перронами. Экзотика!

Я отправился в совхоз, по дороге забегая погреться в каждый магазин. Цены кусались. Зато от обилия фруктов разбегались глаза: в Питере ассортимент был скромнее. Я не удержался и купил банан.

– Эй... – послышался сиплый голос. – Дай рубль!

Ко мне придвинулась опухшая морда. Пока я шарил по карманам, морда исчезла, оставив влажный сивушный дух.

«Ну и ладно».

Я начал чистить банан и уронил перчатку. Нагнулся поднять... Что за чёрт? На полу её нет. Я оглянулся. Вокруг никого. Перчатка исчезла, не долетев до земли.

– Это бичи, – сказала продавщица. – Вы поосторожнее, их тут много.

Экзотика!

До совхоза я добрался рысцой.

– Дак он уехавши, – сказали про директора в бухгалтерии. – Будет дня через три. А вам что надо?

Я объяснил.

– Да вы чего, какие деньги! Нам зарплату полутушами выдают! Снегоходов тут только не хватало!

«Опять эти загадочные «полутуши», подумал я.

– Ну как же, Матрёна говорила, что директор сам обещал.

– Какая Матрёна? У которой муж китаец?

– Почему китаец? Он в милиции работает. А она – у вас в совхозе.

Бухгалтерия расхоталась:

– Работает! Кто её сюда пустит, аферистку – на ей же клейма негде ставить, всему городу должна...

Назад я шёл мрачный. С почты позвонил в РОСАН.

– Вот сука, – озабоченно сказал Андрей. – Всё равно нужно поговорить с директором. Смотри, чтобы снегоходы не спиз... или.

Снегоходы стояли в гараже, ключ от которого мне был вручён в день приезда. «Надо бы их проверить, работают ли, – сказала Матрёна. – Скатайся с моим мужем, пусть попробует». Я простодушно согласился – уж больно полюбились мне снегоходные прогулки в прокате.

Муж привёл какого-то мужика, дал мне ватные штаны с перчатками, и мы втроём выехали в тундру. Было пасмурно, всё сливалось в одну белизну – и холмы, и сугробы, и горизонт. Я радостно мчался вперёд, пока не заметил, что рядом никого нет. Вокруг сгустился туман. Я остановился, слез со снегохода и прошёл немного вперёд. Сквозь белую пелену что-то затемнело. Еще пару метров... и обрыв. Внизу бесшумно катятся чёрные волны Енисея. Сам не свой, я выехал из тумана и по снегоходному следу вернулся к гаражам. С той поры я твёрдо поверил в ангела-хранителя.

Вечером мы ужинали в доме Матрёны. Стол ломился от копчёной, солёной, вяленой и ещё Бог знает какой рыбы. Напротив сидели золотозубые китайцы, улыбаясь мне сквозь трёхлитровые банки с пивом. Это были матрёнин муж и его братья.

Первый стакан выпили «за дорогого гостя». Второй – «за знакомство». Третий – «за хозяев»... После очередного тоста я заметил на столе полупустую бутылку водки. «Интересно, кто её пьёт? У всех же пиво».

– Да в пиво и наливаем, – объяснили мне. – А как ещё?

– Не-е-ет, – проблеял я. – Так не положено...

И хотел встать. Но ноги уже не работали. Голова, как оказалось, тоже. В банках золотыми рыбками плавали китайские улыбки. «Откуда столько золота? Наверное, поддельное... Китайцы же...»

– Не бойсь, всё в порядке, – вальяжно говорила Матрёна. – Щас проветримся!

В углу двухлетний карапуз старательно давил босой ногой тараканов. Тараканы убежали под плинтус и шевелили оттуда усами. Меня замутило.

На улице я с удовольствием вдохнул сухого холода и вдруг с размаху прислонился к снежному тротуару, который почему-то стал вертикальным. Среди дальнейшего тумана я помню только, как меня били, потом поднимали, отряхивали и снова били. Время от времени кто-то спрашивал: «Ты понял? Щас понял?». Мне было не столько больно, сколько удивительно. Тем более, что я всё равно ничего не понимал.

Утро было хмурым. Болело всё. От мыслей про снегоходы тошнило. Китайцев я больше не видел, Матрёна держалась как ни в чём ни бывало, и я списал эту «акцию устрашения» на национальный алкоголизм. Говорили, что местные китайцы пить не умеют, но любят.

На следующей неделе я расспрашивал владельцев «Буранов», заводил разговоры с механиками в мастерских и время от времени навещался к гаражу. Снегоходы стояли на месте.

«МАРКЕТИНГ»

От местных я узнал такую историю.

В начале девяностых Правительство России решило компенсировать народам Крайнего Севера ущерб, который советская промышленность нанесла местной природе. Компенсировали оригинально: закупили двести или триста снегоходов Лунх и раздали коренному населению.

Население радовалось недолго – скоро почти вся техника сломалась.

«Вот вам и фирма! – говорили мне. – То ли дело наш „Буран“. На коленке починишь!». (Каждый гараж здесь набит бурановскими запчастями). Бесславный конец «Линксов» объяснялся просто: вместо положенного 95-ого бензина люди ездили на плохом 92-м, а вместо фирменного масла лили всякую дрянь.

Народный вердикт: «Нам бы чего попроще...».

Наконец, приехал директор совхоза и расставил всё по местам: Матрёна у него не работает, о снегоходах он слышит впервые, а у совхоза денег нет. Хотя снегоходы, в принципе, нужны...

– А вы знаете, – почесал он голову, – возьмите у нас рыбу. Или оленину. Она у нас в полу-тушах. Видели, на улице лежат?

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Несколько дней учредители пытались пристроить в Питере рыбу и мясо. Каневский даже подумывал об открытии собственного ресторана – к счастью, безрезультатно. Зато я узнал, что такое «полутуша». Это разрубленная поперёк туша оленя.

Прошла ещё неделя, и на гараже появился новый замок. От ворот тянулся след снегохода.

– Ну и что? Мужики на охоту поехали. Мне детей кормить надо! – грубо сказала Матрёна. – А ты чего тут высиживаешь? Едь домой, мы вам деньги потом вышлем.

Узнав об этом, Кушуль вздохнул:

– Ладно, уезжай. И снегоходы заberi, нах... й!

Но не тут-то было.

– Это мои снегоходы, – заявила Матрёна. – Я вон сколько денег на дорогу потратила. И вообще, захочу – сожгу их, ничего вы мне не сделаете.

Я так разволновался, что не спал до утра. Потом весь день звонил в РОСАН. Наконец, Кушуль неуверенно обнадёжил:

– Тут у нас появилась зацепка... Замначальника порта. Попробуй сходить к нему.

В порту было ещё холоднее. От вида окоченевших контейнеров и скрюченных кранов сам собой ускорялся шаг. К заместителю начальника вела железная корабельная лестница. Боясь коснуться перил, я поднялся, не вынимая рук из карманов. В кабинете приятно пахло валенками.

– Михаил Моисеевич, – представился хозяин. – Как Ботвинник!

На диване лежала шахматная доска.

– Ну, что там в Питере?

– Да в Питере-то, – говорю, – нормально...

Михаил Моисеевич понял всё с полуслова.

– У нас тут только одна власть: милиция.

Одной рукой он набирал номер, другой наливал чай.

– Ало, Семёныч? Ты говорил, вам снегоходы нужны. Так они уже здесь!

В милицию я почти бежал.

– «Линксы»? Это хорошо! – громко встретил меня майор. – У нас в гараже тоже есть парочка. На ходу! Присаживайтесь... Мы бы ещё взяли, да сейчас денег нет.

Я покосился в тёмное окно и развёл руками:

– Ну не везти же их назад...

Майор постучал карандашом по столу, вздохнул и посмотрел в календарь:

– Разве что по гарантийному письму... Недельки через три оплатим. Можете оставить?

– Оставим!!! – я чуть не добавил «родненький». – Только их не отдают.

– В каком смысле?

– Да тут один... У вас служит. Китаец.

– Как фамилия?! – рявкнул майор, повернувшись к помощнику. – Быстро его ко мне!

Почти тут же в дверь просунулась Матренина голова, кивая и делая мне страшные глаза. Я вышел в коридор.

– Миленький, – брызгая слюной, зашипела Матрёна, – я всё отдам, только не говори про меня ничего...

На следующий день я был дома. А ещё через месяц милиция Дудинки перечислила нам деньги за снегоходы.

На Юг

Весной в городе начались выставки. «Спорт», «Отдых», «Катера»... Мы участвовали везде. На «Катерах» к гидроциклам подошла фигуристая блондинка:

– Какая красота! А что это?

Я начал было объяснять...

– Замечательно, – перебила она. – Это всё нужно везти по Волге!

И рассказала про плавучий караван, который каждое лето спускается от Твери до Астрахани. В крупных городах караван останавливается и превращается в ярмарку-выставку всего.

– Чего «всего»?

– Да всего! Посуда, одежда, мебель... даже машины! Вы не представляете, сколько к нам приходит народу! И богатые, и бедные, и коммерсанты, и чиновники... У нас всё на высшем уровне!

Назавтра эта Монро уже щебетала в кабинете учредителей. Каневский тут же загорелся: его давно обурежала идея плавучего магазина, а здесь – готовый караван!

Осторожный Кушув выступил против:

– Ну, кого мы пошлём? Там нужно показывать, продавать... Значит, одного человека мало. А двум – платить устанешь! А если спи... дят, кто ответит?

– Если, если... Если б я имел коня, это был бы номер! – вдруг вспомнил Каневский. И с удовольствием заключил: – Если б конь имел меня, я б, наверное, помер!

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Звонок очередного клиента. Из трубки – нахальный голос «нового русского»:

– Почём у вас самый мощный гидроцикл?

Я ответил.

– А прицеп к нему есть?

– Есть...

– Щас буду! – крикнула трубка и отключилась. Не успел я найти Крылова, как в салон ввалилась компания во главе с кучерявым верзилкой.

– Где этот гидрик? – обратился он к охраннику. – Давай, оформляй. А это что? – показал на вейкборд. – Тоже давай!

– Может быть, нужны гидрокостюмы? – осторожно спросил подошедший Крылов.

– А как же! – закричал кучерявый. – Всё давай!

Крылов оживился. Кучерявый ходил по залу и тыкал пальцем во всё, что видел: жилеты, перчатки, лыжи, фалы... Стали считать.

– Эй, а почему прицеп отдельно? Мне сказали, он вместе с гидриком.

– Кто сказал?

– По телефону!

– Не знаю... – безмятежно ответил Крылов. – Я не говорил.

Кучерявый набылся:

– Что у вас тут за контора? Кто главный?

Остальные подошли поближе. В зале появился Каневский:

– В чём проблема?

Через пять минут они с верзилой были друзьями. Компания уехала, увезя с собой полмагазина.

– Надо быть внимательнее, – пожурил меня Каневский и показал визитку. – Слышал про «Строймонтаж»?

Это была известная в городе строительная фирма. Я заглянул в карточку. На белом фоне мелкими буквами было написано: «Просто ПОЛОНСКИЙ». И номер сотового телефона.

С тех пор Полонский покупал у нас всё, к чему можно добавить слово «самый»: самый мощный снегоход, самый дорогой квадроцикл, самый быстрый аквабайк. Модели обновлялись каждый год, и за десять лет компания Полонского набрала разной техники на целое состояние.

В конце концов, в караван решили отправить меня. С напарником вышла заминка. «Может, жена поедет? – предложил я. – Она ответственная». Как будто они её не знали!

После недельного раздумья учредители согласились. «Вот здорово: и поработаем, и отдохнём, и попутешествуем» – обрадовалась Юля. Моё настроение было не таким весёлым. Что вскоре и оправдалось: старт каравана отодвинули на месяц. Теперь вместо июля мы отплывали в августе, а это уже конец сезона! Кому нужны гидрики?

Правда, моей задачей было ещё «изучение рынка, поиск потенциальных продавцов и популяризация техники Bombardier». И всё же главной причиной поездки стали двенадцать непроданных гидроциклов – чудовищное количество для нашей маленькой фирмы.

Накануне отъезда я впервые прокатился на аквабайке. В перерывах между моими падениями Каневский показывал, как сушить свечи и очищать водомёт.

Караван состоял из баржи и пассажирского теплохода. На теплоходе мы жили, а на барже размещались выставка-продажа и склад товаров. В нашем выставочном закутке стояли два гидроцикла, картонный снегоход и «видеодвойка» (кто забыл: это телевизор с встроенным видеоманитофоном). На экране беспрерывно мельтешили крошечные аквабайкеры.

«МАРКЕТИНГ»

Любое появление техники Bombardier в масс-медиа мы воспринимали, как маленький триумф. Однажды по телевизору показали, как премьер Черномырдин бороздит воду гидроциклом Sea-Doo, потом на том же гидрике каталась жена президента Ельцина.

В Питере появилась очередное глянцево издание. Новичкам нужны были красивые картинки, и я подсунил им нахальную статью под названием «Виктор Черномырдин и Наина Ельцина увлеклись Bombardier». Текст украшало изображение разноцветного гидроцикла.

Для каравана мы взяли пачку этих ярких газет. Они веером лежали на аквабайке так, чтобы жирный заголовок бросался в глаза.

Между городами все отдыхали. Днём солнечные ванны, вечером разговоры на палубе. В ресторане – танцы. Иногда в ресторан спускались охранники, и начинался праздник ВДВ: пассажиры жались по стенкам, а центре топтались суровые здоровяки в тельняшках. На поясе у каждого зловеще оттопыривалась кобура. Однажды кто-то достал пистолет, и танцы закончились досрочно. После этого охранников в ресторан не пускали.

На стоянках я катался на гидроцикле, потихоньку набирая опыт. В Казани прямо напротив Кремля сел на мель. В Нижнем, когда я с открытым капотом сушил свечи, мимо промчался катер, залив гидрик водой почти до краёв. В Саратове крючок рыболова чуть не вырвал мне глаз.

В Астрахане, разогнавшись по вечерней глади, я вдруг получил по лбу такой удар, что едва не упал. «Подстрелили!» – мелькнуло в голове. Оказалось, в меня врезался здоровенный жук. Или я в него?

– Так тебе и надо. Нечего в темноте кататься, – сказала жена, выковыривая из моего лба жучиную морду. – А если бы он попал в глаз?

– Мне повезло.

– А жуку-то нет!

Пожалела... Встретила бы она его дома!

В Ярославле пришёл молодой неряха в растянутой майке и стоптанных сандалиях:

– Кто тут вчера на жёлтом гидрике катался?

– Я.

– Продаётся?

– Да.

– Сколько стоит?

Я назвал цену.

– Ага... – он немного подумал. – Возьму. Съездим за деньгами?

И протянул руку:

– Голубев. Владимир. Меня тут знают.

На причале стоял глазастый «мерс». «Ого! – подумал я. – Их и в Питере-то ещё немного!».

По дороге Голубев звонил по сотовому:

– Алё, это кто? Сколько денег в кассе? Соберите все, я сейчас приеду.

Через полчаса я выносил из магазина коробку от ксерокса. (Шутка 1996 года. На самом деле коробка была обувная). Голубев шёл рядом и, размахивая руками, рассказывал о своём гидроцикле Polaris. Продавщицы смотрели на меня с ненавистью.

На следующий день Голубев собрал друзей и решил показать класс. Кажется, во всём Ярославле аквабайк был только у него. Голубев сел за руль, резко нажал на газ... и кубарем слетел назад. Гидрик качался на волнах метрах в двадцати.

– Вот это да! – заорал Голубев. – Видели? Вот это мощь! Ахуеть!

Тогда этот стодесятикисильный аквабайк был самым мощным в отрасли.

Вечером весь корабль поздравлял нас «с почином». Да мы и чувствовали себя королями: одним махом получили сумму, которую большинству здесь не заработать за всю поездку.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В Нижнем Новгороде проходила знаменитая ярмарка, и я решил показать там гидроцикл. Конечно, не на самой выставке, а рядом. Попросил жену поехать по воде взад-вперёд, а сам с буклетами расположился на набережной. Люди, в общем, поглядывают... но как-то вяло, без обычного «Смотри, смотри!».

Наконец, слышу истошный крик: «Славон, иди приколись!!!».

По набережной бежит ватага подростков... но не в сторону аквабайка, а к новенькому ВАЗ 2110.

После Нижнего лето закончилось. Его как будто закрывал наш караван: куда бы мы ни прибывали, через два-три часа небо заволакивали чёрные тучи, холодало и начинался ливень. Из города караван уходил под проливным дождём. Больше, чем на полдня, оторваться от тучи не удавалось. Катания на гидрике стали реже, а о продажах оставалось только мечтать.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В этот год проходили президентские выборы. На Ельцине уже поставили крест, но он неожиданно оживился, и по всей России пошла кампания «Голосуй или проиграешь!».

На нашем пароходе ехало несколько упитанных представителей Центральной Избирательной Комиссии – ЦИКа. От них всегда несло перегаром. По утрам на палубе какие-то незнакомки трагически пили кофе. «И каждый вечер, в час назначенный...» цикисты вели в каюты очередных незнакомок.

Зато в каждом городе наш караван неизменно встречали представители власти. В Казани министерство торговли устроило такой приём, что впервые за много лет я объелся.

Мы действовали по стандартной схеме: поработав на ярмарке, ехали в город искать продавцов снегоходов и аквабайков. Продавались, как правило, «Бураны» и допотопные подержанные гидроциклы. Иногда я пытался склонить к сотрудничеству директора какого-нибудь автосалона. Директор удивлённо разглядывал буклет и кивал: «Ну да... Ну да...». Результат был нулевой.

Наш бизнес выглядел слишком экзотично.

В пути мы узнали много нового.

Некоторые всерьёз считали, что снегоход – это тот же гидроцикл, поставленный на гусеницу и лыжи.

В Костроме я открыл магические свойства простого бейджа: если нацепить на грудь бирку с собственной фотографией, люди становятся намного отзывчивей.

Почти в каждом городе находился умелец, уверявший, что придумал снегоход «в сто раз лучше этого». (В Волгограде местный Самоделкин двое суток требовал связать его с руководством Bombardier). Особенно много изобретателей оказалось в Рыбинске. Все они были безработными и тосковали по прошлому, а сам город настолько обнищал, что жители ходили по улицам в домашних тапочках.

После Волгограда нас предупредили: «Могут напасть речные пираты». И до самой Астрахани весь пароход отчаянно бухал.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В Казани Юлия вышла на вокзал за сигаретами, но через две минуты вернулась: ей стало страшно. Я поделился этим с таксистом.

– А во что она была одета? – спросил он.

– В юбку...

– Короткую?

– Ну... *Вот так.*

– *Так* у нас одеваются проститутки. Скажи спасибо, что не затащили куда-нибудь.

То-то я заметил: мужчины в Казани поголовно носят кожаные куртки и спортивные штаны.

Путешествие продолжалось тридцать три дня. На обратном пути я задержался в Волгограде: его уроженец, наш сотрудник Сергей Олегович – «Олегыч» – нашёл покупателя на пару гидроциклов.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В Волгограде меня приютили добрые родители Олегыча. Отец любил охотиться, и в доме жила собака редкой охотничьей породы ягд-терьер.

– Вы, Серёжа, собачку не трогайте, – с порога предупредила мама Олега, показывая пальцы в шрамах. – Меня вон всю искусала.

Но я уже успел её погладить. Ягд-терьера, раз в десять меньше моего Джокера, выглядела мирно и за обедом сразу устроилась под моим стулом. Увидев это, мама Олега всплеснула руками:

– Не шевелись! Укусит, ей-богу, укусит!

– Да что ты на неё наговариваешь? – нехотя возразил отец Олега. – Собака как собака...

Спор был, очевидно, многолетний. В дверь позвонили. Мама пошла открывать, собачка – тоже. Как только щёлкнул замок, раздались короткое рычание и мат.

– Ну вот, опять соседа покусала, – индифферентно констатировал отец. – Придётся наказать.

Собаку заперли в сарай. Каждый день, проходя мимо, я видел в щели под дверью её виноватый нос. Через три дня отец счёл наказание исполненным:

– Ладно, хватит уже. Думаю, осознала.

Сарай отперли. Собачка выскочила на улицу и тут же вцепилась в ногу проходящего мимо мужика. В тот же день я уехал, и чем всё закончилось, не знаю. Как не знаю и того, почему в моей памяти злая собачка оставила светлый след.

Покупатели Олега оказались мифом, и возвращение домой не было триумфальным: стоимость единственного проданного гидроцикла едва покрыла расходы на поездку. Я чувствовал себя виноватым.

Но страдать было некогда. В РОСАНе меня ждал сюрприз – сразу два рекламных сотрудника: юный выпускник института Образцов и шустрый армянин Тигран.

Сквозь дебри рекламы

*Три пути ведут к знанию:
путь размышления – самый благородный,
путь подражания – самый легкий,
и путь опыта – самый горький.*

Конфуций

Тигран энергично взял нашу рекламу в свои волосатые руки. Сначала он обменял гидроцикл на эфирное время «Европы Плюс». Потом часть этого времени обменял на рекламу в журналах. Ещё часть – на аренду рекламных щитов. Щиты – на эфир других радиостанций. Нам с Образцовым Тигран доверил творчество. Несколько дурацких слоганов и ролик «Я купил себе Скиду на резиновом ходу» ему понравились.

Как все южане, Тигран выстраивал отношения по принципу «ты мне – я тебе». Потирая руки, он обещал:

– Ребята, мы с вами сделаем крутое агентство! У меня куча клиентов!

Его действительно знали все. Так нам казалось. Через год деловая активность Тиграна учредителям разонравилась, и он исчез. Где ты, наш первый продвигенец?

Алексея Образцова деликатно обозначили как моего помощника. Для начала – чтобы обозначить всю бездну моей некомпетентности – Образцов вручил мне семисотстраничный том «Основы маркетинга» Котлера.

Прочитав оглавление, я на неделю потерял веру в себя. Потом одну крайность сменила другая. Мне казалось глупым читать что-нибудь, не связанное с маркетингом и рекламой. Я хватался за журналы, учебники, популярные брошюры, посещал семинары... За последующие десять лет мне с трудом удалось прочесть три художественных книги. Хорошо, что это время уже позади.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Знакомая пригласила меня на семинар по маркетингу. Ничего не подозревая, я пришёл в указанный бизнес-центр. В холле меня смутила огромная фотография какого-то типа в очках. Впрочем, начало было безобидным: разумные вопросы, занятные ответы, какие-то примеры... Но что-то начинало напрягать. Посмотрев вокруг, я понял: все лица, как одно, выражали благоговение. Звучавшее время от времени имя «Рон Хаббарт» мне ничего не говорило, я лишь догадался, что это и есть тот самый очкарик. И только в перерыве, увидев прилавок с литературой, прозрел. Сайентологи! О них я ничего не знал, кроме того, что сайентологию почему-то осуждают.

Я огляделся ещё раз. Чувствовалось, что все здесь «на одной волне». Мне стало неуютно, но интересно. Я удвоил внимание. Пытался разобраться, старательно записывал... Всё оказалось несложно, и я искренне порадовался за выступающих, которым Хаббарт помог найти опору в жизни.

Было особенно приятно, что я не из их числа.

Нам регулярно звонили из малоизвестных изданий:

- Вам реклама нужна?
- Вообще-то нужна...
- Дайте у нас объявление, и о вас узнает весь город!
- А вы кто?

– Мы «Северная столица» (или «Балтийский ветер», или «Невский берег»). У нас *такой-то* тираж, распространяемся *там-то* и *там-то*...

– Сколько стоит?

Мне называли цифры, иногда не очень страшные.

– А кто ваши читатели?

На этот вопрос все отвечали одинаково:

– Ну, это люди с достатком выше среднего, руководители и бизнесмены.

Некоторые добавляли к ним иностранцев и чиновников.

– Не знаю, – говорю. – Нужно подумать...

– Что тут думать? У нас скоро дедлайн!

– Что?

– Отправляем номер в печать!

– А-а-а... Ну отправляйте, а мы пока обсудим.

Со временем терпения у меня поубавилось.

– Девушка, вы куда звоните?

– Разве это не «Росан»?

– РОСАН. А вы знаете, чем мы занимаемся?

– Автомобилями, да?

– Нет.

– Как нет? А чем?

– Ну, например, снегоходами.

Долгая пауза. Я прощаюсь и кладу трубку.

Журнал «Петербургский стиль» умудрился-таки в обход меня получить от РОСАНа семьсот долларов за статейку о Bombardier. Это была серьёзная сумма. Я позвонил в редакцию:

– Знаете, произошла ошибка. Нам не нужна реклама.

– Как не нужна? О вас узнает весь город!

– Нам не нужен весь город. И ваш журнал тоже.

(Тоскливостью он мог посоревноваться с изданием «Советские профсоюзы»). Статья не вышла, но деньги нам не вернули. А скоро исчез и журнал.

О рекламе я думал днём и ночью. Советоваться было не с кем – московский офис Bombardier рекламой не интересовался, учредители обсуждали только бюджет. И я самоуправно принял важное решение: продвигать не торговые марки Ski-Doo и Sea-Doo, а название производителя – BOMBARDIER.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

«МАРКЕТИНГ»

Не знаю, как обстояло дело в Америке, но в России названия «Си-ду» и «Ски-ду» на редкость невыразительны, да и читаются с трудом. Зато «Бомбардье» подошло как нельзя лучше: энергичное, как барабанная дробь, быстро запоминается и солидно выглядит.

Кроме того, это мощный зонтичный бренд. «Можно не тратить деньги на продвижение отдельных марок Lynx, Sea-Doo и Ski-Doo, а сфокусировать внимание потребителей на одном названии», – решил я, начитавшись маркетинговой литературы.

И, хотя по корпоративным правилам Bombardier нужно было рекламировать только торговые марки, я смело (как и положено дилетанту) сделал по-своему.

Через несколько лет канадские маркетологи объявили, что «использование имени производителя будет положительно влиять на позиционирование всей продукции». Надписи Bombardier на технике стали крупнее, а дистрибьюторам рекомендовали упоминать название Bombardier в рекламе.

После этого я перестал смотреть на «Большого брата» снизу вверх. Во всяком случае, в том, что касается России.

Название Bombardier я стремился пропихнуть везде. Буклеты, прайс-листы, статьи в прессе, плакаты на ограде РОСАНа... Даже всерьёз планировал нанять хулиганов-граффитистов, чтобы они расписали бетонные заборы и откосы под железнодорожными мостами.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Потому что на это я не решился.

Упоминание других марок воспринималось мной как вызов. Повсюду должны быть только мы! Это нашло выражение в новом слогане: «Кто не с нами, тот позади». Грубо, но вполне в духе девяностых.

«МАРКЕТИНГ»

Время открытий продолжалось. Я вывел новое правило: хочешь добиться быстрого результата – не бойся быть примитивным. Лучше всего срабатывали самые простые фразы. Дошло даже до «Бомбардье – это хорошо!».

Главное – не путать простоту с безграмотностью.

Наш рекламный бюджет был, мягко говоря, скромным. Одобрялись суммы до пятисот долларов. Цифра «восемьсот» настораживала, «тысяча» вызывала неудовольствие. Впрочем, всё зависело от настроения учредителей. Планирование сводилось к обсуждению по принципам «СтОит – не стОит» и «Почему бы и нет?».

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В торговый зал вошёл, как показалось, очередной клиент – дородный мужик в дублёнке. Потоптался возле снегохода. Посмотрел телевизор. Представился:

– Вячеслав. Давай сделаем совместную рекламу!

Не люблю фамильярности. Нехотя спрашиваю:

– Это как?

– У меня бар на Сенатской, – небрежно роняет мужик и делает паузу. Я уважительно киваю. Мужик оживился:

– Ставим там снегоход. Сверху сажаем Кузьмича. Снимаем рекламу и крутим по телевизору!

– Какого Кузьмича?

– Как какого? Этого, из «Национальной охоты»!

– Почему Кузьмича?

– Дак его все знают! Будет мажористо: бар, все бухают, тёлки...

И Кузьмич на снегоходе!

Я молчу.

– Ну как? – радуется мужик. – Моя идея!

– А у вас есть друзья на телевидении?

Не спрашивать же: «Вы дурак?».

– Зачем? Кузьмича и так все знают!

– А, так вы с ним знакомы?

– Нет. Короче, приходи, увидишь, у меня всё круто. Мясом угощу!

Я вегетарианец уже лет пять.

– Не знаю...

– Да чего там! У нас весело: народ разный, тёлки... И Кузьмич на снегоходе! – мужик подмигивает. – Придётся?

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Потому что не можешь его послать, интеллигент хренов.

Мужик звонил почти каждый день:

– Ну, когда снимаем?

– Пока не готовы, – уклоняюсь я, – руки не доходят.

Потом просто не брал трубку.

Прошло полгода.

– Алё, вы что там, спите?

– Что такое?

– Забыли? Это Вячеслав!

– А-а-а...

– Рекламу-то делаем или нет? Бар, все бухают, тёлки... И Кузьмич на водном мотоцикле!

Я рассказал об этом Каневскому – вот, дескать, какой дурак названивает. «Зато какая активность! – наставительно сказал Каневский. – Представляешь, что бы он сделал с реальным Кузьмичом? Бери пример!»

Снегоходный кросс

В январе РОСАН проводил второй «Кубок России по снегоходному кроссу». Снова пригласили прошлогодних победителей из Финляндии. В этот раз те решили приехать налегке, а снегоходы по финской простоте отправили на грузовике в Питер.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Узнав об этом, Крылов понял: снегоходы пропали. В лучшем случае, на полгода и с большим убытком. Учредители позвонили Серебренникову. Эрнест Наумович почти не удивился:

– Таможня? Ну вы, ребята, даёте... Ладно, сейчас разберёмся, – и по-отечески добавил: – Теперь вы понимаете, для чего нужен Оргкомитет?

Оргкомитет соревнований был сформирован под руководством Серебренникова и Яковлева. В него входила масса ненужных, как нам казалось, людей – чиновники, генералы, руководители каких-то управлений... Возглавлял эту пёструю компанию один из вице-губернаторов.

Через двадцать минут Эрнест Наумович сообщил, что вопрос решён и грузовик ждёт на границе.

На следующее утро Крылов приехал на пост с парой неразборчивых инвойсов. Зная таможню, он был уверен, что его тут же выгонят. Вместо этого начальник пригласил Крылова в кабинет. Пока они пили кофе, сотрудники оформили документы и через двадцать минут грузовик, к изумлению Крылова, покинул таможню.

После соревнований Оргкомитет упразднили. На отправку снегоходов назад Крылов потратил трое суток.

Хлопоты себя оправдали: финны на *Bombardier* победили так же легко, как и год назад. Зрителей тоже собралось не меньше, да и гонки оказались зрелищнее, чем в прошлый раз.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

На соревнованиях отличились ребята из Нового Уренгоя. Один решил прямо во время заезда подъехать к каким-то девушкам, и нечаянно подрезал известного гонщика Зорина. Зорин остановился, дал сопернику «в бубен» и поехал дальше.

Другой уренгоец почему-то остался без снегохода. С досады он выпил, сел на чужой снегоход... и с первого же трамплина улетел в толпу зевак, чудом никого не покалечив.

Такие вот были времена. Неформальные.

Снегоходы *Bombardier* в России представлял Владислав Третьяк. Был, так сказать, рекламным лицом марки. Многие по простоте считали его владельцем компании – обращались за техникой, просили скидку... В регионах я не раз слышал: «А, Бомбардье? Это где Третьяк главный?».

Легендарное имя открывало любые двери. Громадный хоккеист легко общался, охотно раздавал автографы и мог выпить много водки. Любая презентация с ним проходила как по маслу.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Встречать Третьяка в Пулково поехал Крылов. Самолёт задерживался. Оказалось, кто-то из начальников «Шереметьево» устроил в честь Третьяка небольшое застолье.

«Я на самолёт опоздаю!» – говорил Владислав Александрович после очередного тоста.

«Ничего-ничего! – успокаивал начальник. Без нашей команды никто не улетит!».

И самолёт с пассажирами ещё час стоял на поле.

Телеэфир снова вёл Серебренников. На этот раз разговор шёл живее: Каневский говорил, Кушуль улыбался, Яковлев озабоченно смотрел на стол. Третьяк был в ударе:

– Конечно, нам ещё трудно конкурировать с иностранными гонщиками. Тем более, если они на снегоходах «Бомбардье», которые в Петербурге продаёт фирма РОСАН.

Эрнест Наумович незаметно делал ему страшные глаза: мол, эфир прямой, рекламировать нельзя. «Ясно!» – кивал Третьяк.

И через минуту снова говорил про «Бомбардье».

Маленький дистрибьютор

В Северной Европе и России дистрибьютором (то есть поставщиком для дилеров) техники *Bombardier* была финская компания, производившая снегоходы *Lynx*. Продажи в России быстро росли, и канадцы решили открыть в нашей стране сразу несколько дистрибьюторов. РОСАН тоже захотел стать дистрибьютором.

Крылову это не понравилось: лишние хлопоты, проблемы, а главное – ответственность. Говоря об этом, он многозначительно понижал голос:

– Везти технику от производителя, да ещё объявлять себя «дистрибьютором»? Это, знаете ли, совсем не то, что таскать снегоходы контрабасом из Чушки.

– Херня! – сказали учредители. – Главное, получить дистрибьюторские цены, а там посмотрим.

Речь шла о том, чтобы зарабатывать двойную маржу, дилерскую и дистрибьюторскую. О том, что дистрибьютор не имеет права продавать товар в розницу, Кушуль и Каневский знали. Однако рассчитывали как-нибудь запутать функционеров *Bombardier*.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Крылов скептически хмыкал, вздыхал и поднимал глаза вверх: «Ну не знаю, как скажете... Я ни за что не ручаюсь».

Кушуль и Каневский отправились в Канаду. Переговоры затянулись. *Bombardier* требовали полную предоплату годового заказа, учредители соглашались только на часть. Несколько раз разговор заходил в тупик. Друзья направлялись к выходу, их возвращали от самых дверей... и всё шло по кругу. Через восемь часов фирмачи сдались.

Москву, Центральную Россию и Поволжье получили две московские компании, а необъятную территорию от Урала до Тихого океана отдали екатеринбуржцам. РОСАН назначили дистрибьютором по Северо-Западу России. И – чудо! – разрешили, как самому маленькому дистрибьютору, продавать технику в розницу.

Важную роль в этом сыграли проводимые РОСАНом соревнования Кубка России (которые в Канаде считали серьёзным вкладом в продвижение *Ski-Doo*) и руководитель московского офиса *Bombardier*. Всё тот же бывший чекист.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Чекист (или не чекист?) – в традициях ведомства назовём его М. – обладал специфической манерой общения: говорил ласково, но очень убедительно. Видимо, это отразилось и на его личной жизни: к сорока пяти годам М. успел трижды жениться и развестись.

После второго Кубка России он зачастил в наш офис, а когда мы получили дистрибьюторский контракт, М. стал приезжать почти каждую неделю. Закончилось это его женитьбой на нашей секретарше (то есть, пардон, на офис-менеджере). Офис-менеджер была румяна, хорошо воспитана и моложе М. на двадцать лет.

Говорят, это было приятным, но не единственным подарком РОСАНа.

Первый конкурент

В соревнованиях Кубка России поучаствовал и коммерсант Владимир Бабенко, недовольный превосходством финских гонщиков. Снегоход он купил накануне. Вечером потренировался. Вывихнул плечо, однако утром вышел на старт, готовый к бою. Точнее, к побоищу. Не берусь описывать всё в деталях, скажу лишь, что после первого заезда снегоход Бабенко восстановлению не подлежал.

Бабенко огорчился, но быстро нашёл выход:

«Зачем мне у кого-то покупать снегоход? Я и сам могу их продавать!».

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Кроме РОСАНа, снегоходы и аквабайки в Питере продавала небольшая компания с загадочным названием «Франкарди». Торговали они «Поларисами». Хотя каждый клиент был на вес золота, мы смотрели на «Франкарди» сквозь пальцы. По нашим сведениям, их продажи были совсем малы.

После соревнований Бабенко тоже сделался дилером Polaris. Договорился с мото-президентом Яковлевым об обслуживании (у Яковлева был своя мастерская), привёз из Финляндии партию снегоходов и занялся активной распродажей. Именно «распродажей» – прибыль его, похоже, не интересовала. Бабенко не столько зарабатывал, сколько мешал другим: отчаянно демпинговал, сеял какие-то слухи и азартно переманивал покупателей. За месяц он продал снегоходов больше, чем РОСАН за всю зиму.

– Странно, – недоумевал Каневский, – как же он зарабатывает с такими ценами?

– Пидарас! – определил Кушуль. – Ни себе, ни людям!

На севере Европы Polaris представляет финская компания Brandt. Российским отделением Brandt руководил двухметровый красавец Вадим Санкин.

– Молодец, Вова, – сказал он. – Ты наш лучший дилер!

Довольный Бабенко улетел в отпуск. По возвращении обнаружили неприятные перемены. Он побежал Санкину:

– Не понял! Почему такие цены? Мы же договаривались!

– Видишь ли, Вова...

В тот же день позвонил Яковлев:

– Извини, Вова, я больше не буду ремонтировать твои «Поларисы». Ты знаешь, что РОСАН стал дистрибьютором Bombardier? Я теперь работаю с ними. Кстати, и тебе советую.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Бабенко приехал в РОСАН.

– Молодец, Вова! – обрадовались Кушуль и Каневский. – Будешь нашим дилером. Ты же продавец от бога! Цены дадим гуманные... Звони Санкину, отказывайся от «Полариса»!

– Ясное дело, – сказал Вова. – Нафиг он такой нужен!

И аннулировал контракт. Через пару недель снова примчался на Софийскую:

– Не понял! Откуда такие цены? Мы же договаривались!

– Видишь ли, Вова...

– Да пошли вы! – прозрел Бабенко. – Вы меня развели!!!

Через месяц Санкин открыл свой магазин, чего по правилам Brandt-Polaris делать не полагалось. Бабенко позвонил в финский офис. Сообщил о магазине. Рассказал о своих обидах. Напомнил о заслугах.

– Ай-яй-яй! – покачали головой финны. – Безобразие!

Санкина уволили. Его место занял такой же высоченный араб Кадер.

– Молодец, Вова! – сказал он. – Ты мой друг. Выбирай себе любой снегоход! Или квадроцикл. Дарю! Хочешь быть моим дилером?

– Да ну вас всех! – обиделся Бабенко. Но квадроцикл взял.

Скоро Кадер тоже открыл магазин. Потом ещё один. Сейчас его розничная сеть покрывает всю страну. Наверное, на него так никто и не настучал.

Эту историю рассказал Бабенко. У РОСАНа, естественно, есть своя версия. Как было на самом деле, теперь уже трудно понять. Больше Володя продажей техники не занимался.

Ищем дилеров

В интернете гуляет забавная классификация работников на долбо... бов, распи... дяев и мудозвонах.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

«Распи... дяем обычно называют человека неорганизованного. Это может проявляться как в банальных опозданиях или забывчивости, так и в неспособности вообще что-либо организовать. Распи... дяй беспорядочен, но порой владеет ценным содержанием, до которого, впрочем, постороннему не добраться.

Мудозвон, напротив, готов эффективно коммуницировать с партнёрами, но лишь по форме. Содержательная сторона дела для него не важна либо недоступна вовсе. Таких деятелей вы встретите на руководящих постах в любой сфере, а в общественной почти повсеместно. Мудозвон всегда бежит впереди паровоза, выдавая желаемое за действительное и приукрашивая всё, о чём говорит.

Распи... дяй и мудозвон, взятые порознь, завалят любое дело. Однако вместе они способны действовать результативно, особенно в таких нематериальных областях, как пиар и реклама. В противовес им, долбо... б способен трудиться энергично и упорно, не задумываясь ни о содержании, ни о производимом эффекте. Скопление долбо... бов всегда ужасно, но в умеренных количествах они могут быть полезны для соблюдения формальных показателей.

Конечно, многое зависит от ситуации. Замечено, что распиздай, поставленный в положение, требующее мудозвонства, склонен впасть в долбо... бизм – и наоборот. Долбо... б же верен себе при любых обстоятельствах».

Для развития дилерской сети мы взяли нового сотрудника – судя по анкете, тридцатипятилетнего отставного моряка с образованием и опытом работы.

«Долбо... б», предположил я. И ошибся. Сергей Сергеевич оказался похожим на карточного валета, типичного «любителя баб-с». На службу он явился с плеером на шее, серьгой в ухе и неработающим сотовым телефоном на поясе.

«Значит, распи... дяй». Однако на совещании Сергей Сергеевич схватывал всё на лету, говорил дельные вещи и рвался к работе.

Чтобы ввести новичка в курс дела, мне было поручено искать дилеров вместе с ним. Для начала поучаствовали в региональных выставках.

Премьера состоялась в Пскове. На шести квадратных метрах уместились снегоход, аквабайк и всё та же «видеодвойка». Местные жители реагировали индифферентно: «А, снегоход... Ездили на „Буране“, знаем». Гидроциклы и вовсе оказались за линией псковского горизонта: на них смотрели, как на бесполезное чудачество.

Началась вереница командировок по областным и промышленным центрам Северо-Запада. Где-то мы участвовали в выставках, где-то просто искали дилеров.

Калининград поражал обилием красивых девушек, Череповец – количеством некрасивых. Резкие мурманчане были не похожи на пофигистов из Архангельска, а в в каждом кафе Ухты как будто проходила бандитская сходка. В Вологде люди скучными голосами говорили одно и то же:

- Не-е, тут снегоходы не нужны...
- Как не нужны? Снегу-то много!
- Так денег ни у кого нет...
- Да ладно – вон сколько дорогих машин ездит!
- Так этим тоже не надо...
- Почему?!
- А у них уже всё есть...

На Калининградской выставке гидроциклы вызвали неожиданно большой интерес. Местный бизнесмен Блинов так захотел стать дилером, что уговорил нас оставить ему один аквабайк.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Через неделю Блинов приехал в Питер и поселился в самом дорогом номере Пулковской гостиницы. Кушулю и Каневскому это понравилось. С ним тут же подписали контракт на поставку шестнадцати гидроциклов.

Сначала отправили половину. Поскольку Калининградская область является свободной экономической зоной, их привезли прямо из Финляндии.

Весь июль Блинов бодрым телефонным голосом уверял, что «всё под контролем, деньги скоро придут». Хранение нерастаможенного контейнера ежедневно обходилось учредителям в небольшое, но тоскливое количество долларов.

В это время мы с Сергеем Сергеевичем ездили по другим городам. Результаты были скромными. Самым перспективным показался солидный коммерсант из Череповца: он говорил по-военному чётко и всегда называл конкретные цифры.

– Вот это мужик, – уважительно покивал Сергей Сергеевич. – Второй Блинов!

И деловито добавил:

– Это нужно отметить.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Наступил август. Стало ясно, что с Блиновым мы попали. И с Сергеем Сергеевичем тоже: вся его энергия уходила в болтовню и пошлое командировочное пьянство. По народной классификации Сергей Сергеевич оказался мудозвоном.

Вскоре его уволили, а мне пришлось ехать в Калининград спасать гидроциклы. Кстати, со «вторым Блиновым» тоже ничего не вышло, и в этом Сергей Сергеевич поневоле оказался прав.

Рекламой в Питере занимались Образцов и Тигран. Тигран кроил бюджет, распределяя бартер, а Образцов старался приблизить рекламу к тому, что написано в учебниках.

На Запад

В Калининграде я стал обзванивать тех, с кем познакомился на выставке. Задача «минимум»: найти нового дилера вместо Блинова. Задача «максимум»: продать гидроциклы.

Раньше других откликнулся некий Дима Сивков – совсем молодой человек, имевший, однако, собственный автобизнес.

За время поиска дилеров я понял: чтобы продавать технику Bombardier, ею нужно увлечься. Взяв блиновский аквабайк, мы с Сивковым отправились на берег Балтики.

Погода стояла жаркая. Разумеется, все загорающие устали на нас. Сивков сел на гидроцикл и на удивление быстро освоился за рулём. Как бы не замечая общего внимания, он с озабоченным лицом принялся барражировать вдоль берега.

Тут же появились девушки. Сивков прокатил одну, потом вторую. Несколько раз, к радости, зрителей, они перевернулись... Третью девушку Сивков усадил вперёд и встал сзади, как опытный наездник. Наверное, в этот момент его ненавидели все парни на пляже. На чьих-то зубах даже хрустнул песок. Я тоже позавидовал... но в этот момент гидрик трянуло и Сивков разбил подбородок о крепкий девичий череп. С этого дня Сивков стал фанатом гидроциклов.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Недалеко отдыхала компания бритоголовых парней в золотых цепях.

Один подошёл ко мне:

– Сколько стоит покататься?

– Это не прокат.

– Твой, что ли?

– Мой.

– Дай прокатиться!

– Не могу.

– Как не могу? – бритоголовый расставил ноги пошире. – Тебе чего, жалко?

Я уже знал, как себя вести.

– Подожди. Вот у тебя какая машина?

– У меня? Мерс!

– Теперь смотри. Я к тебе подхожу и говорю: «Дай покататься!».

– А нах... я?

– Ну, просто. Хочется мне! Дашь?

– Я чё, баран?

– Во-от. А здесь то же самое. Он же, – кивнул я на гидроцикл, – семёрку баксов стоит. Считай, машина.

Бритоголовый немного постоял, уважительно глядя на гидроцикл:

– Ну да...

Через минуту он объяснял своим:

– Прикинь, к тебе такой подходит и говорит – дай, типа, на машине прокатиться...

– Ни х...я себе заява! – дружно зашумели пацаны.

– Во-о-от...

Блинов уже не хотел быть нашим дилером, и теперь думал, как выпутаться из этой истории. РОСАН собирался получить с него компенсацию убытков, но это, слава Богу, не входило в мою задачу.

Нашим дилером в Калининграде стала компания Сивкова «Балтмоторс». Правда, осенью гидроциклы им были не нужны. Мы с Сивковым стали соображать, куда бы их пристроить. Частным лицам уже не продашь. В МЧС? Тогда это ведомство ещё не было настолько могучим. В Администрацию губернатора? Нет связей. А если в прокат?

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Через неделю Сивков нашёл коммерсанта, которому принадлежали лежаки на главных пляжах Калининградской области. Ещё неделю мы рисовали перед ним картины будущего:

– В Сочи гидроцикл окупается за три недели! Вы только представьте, Аркадий Самуилыч: наступает весна, на пляжах полно людей, а у вас – прокат гидроциклов! А? Ни у кого нет, а у вас есть!

Аркадий Самуилович сопел и заглядывал в какой-то блокнотик:

– Как это ни у кого... А вот «Янтарный берег». Они тоже могут купить себе гидроциклы. «Янтарный берег» были конкурентами Аркадия Самуиловича.

– Да не могут, – повышал голос Сивков. – Не могут! Гидроциклы нужно заказывать заранее! Где они их возьмут весной? – он даже развёл руками. Аркадий Самуилович снова сопел, потел, советовался с сыном и куда-то звонил. Наконец, Сивков выложил главный козырь:

– Аркадий Самуилыч, да не парьтесь вы насчёт денег. Я договорился с «Каркадэ», вам оформят гидроциклы в лизинг.

Потянулось многодневное оформление разных документов, в которых я ничего не понимал. Мне пришлось узнать, что такое SWIFT, верификация и коносамент, улыбаться некрасивым таможенницам и запомнить в лицо полдюжины разных начальников.

Наступила осень. Серое небо опустилось ниже, горожане надели плащи. Шагая по лужам, я видел, как люди провожают взглядом мои летние штаны и белые ботинки.

В конце сентября Аркадий Самуилович стал-таки обладателем целого парка гидроциклов. Программу «максимум» я выполнил, однако вместо запланированных двух недель пробыл в Калининграде ровно полтора месяца.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Следующее лето выдалось ненастным, и пляжный сезон практически не открылся. Встречая Сивкова (Калининград – город маленький), Аркадий Самуилович только качал головой. Мне до сих пор не понятно, как нам удалось запутать этого совсем не простого коммерсанта. Иногда я думаю: может быть, он вовсе не расчётливый еврей, а добрый волшебник, которого послала нам судьба?

Сорок пять дней в чужом городе – это маленькая жизнь. По незнанию я снял квартиру в самой убогой части города. Там не было ни одного приличного магазина. По дворам слонялись наркоманы и бездомные собаки (одну я на неделю приютил у себя), ночью дома окутывал подозрительный жёлтый туман, а вместо воды из крана текла мутная жижа. По радио жителям советовали покупать питьевую воду.

Три дня я отмывал квартиру от невероятной грязи. Под пылью обнаружили допотопный приёмник, огромные напольные часы и книга «История европейского костюма». В приёмник я вставил батарейки. Часовые гири использовал вместо гантелей. Книгу прочитал.

В Калининграде бушевала эпидемия СПИДа. Количество зараженных быстро увеличилось, в газетах еженедельно публиковался «спид-счётчик». В одном репортаже рассказывалось о санитарно-милицейском рейде: из двенадцати задержанных проституток девять оказались ВИЧ-инфицированными, у остальных был банальный сифилис.

Радовало только пиво: такого ассортимента и низких цен в России не было. Вечерами, когда я открывал очередную бутылку, приёмник сообщал новости извне: «Иванушки Интернешнл» выпустили хит «Кукла Маша»... Запущена новая поисковая система Яндекс... В Париже разбилась принцесса Диана...

Как известно, в Калининграде две достопримечательности: могила философа Канта и зоопарк. Засыпая, я каждый раз давал себе слово посетить хотя бы одну из них. Утро приносило новые мысли. Недели шли за неделей, а я так и не приобщился к ценностям Кёнигсберга. Внутренний голос, неизбежный спутник одиночества, пытался меня пристыдить. Порой мне казалось, что ветер доносит из зоопарка запах слона.

Шли годы. Я побывал в Калининграде много раз. Недавно мне сказали, что в местном зоопарке никогда не было слона. Могилку великого девственника я тоже так и не увидел. Но ещё надеюсь...

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Выбивать долг с Блинова прибыли наши парни (если вы понимаете, что я имею в виду). Я отправился их встречать и в аэропорту сразу заметил на фоне пёстрой толпы две гордые фигуры. Несмотря на летнее солнце, они были одеты в одинаковые брюки, пиджаки, водолазки и ботинки – всё аспидно-чёрного цвета.

По дороге Олег несколько раз высовывался из машины.

– Ты видел, какая баба? – толкал он напарника. – Нет, ты видел? А вот эта! А вон там, гляди!

Напарник молча крутил головой в разные стороны.

– Слушай, что у вас за город? – обратился Олег к водителю. – Такие девки ходят, по улицам не проехать!

Я рассказал про СПИД. Парни приуныли.

– Бл... дь, значит, не советуешь?

– Да это по радио говорят! – на всякий случай отмежевался я. – А вы уж смотрите сами...

– Нет, нах... й! Лучше в номере на подоконнике дрочить!

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Через день, когда я забирал парней из гостиницы, каждый вышел из своего номера с проституткой.

О разном

Из Калининграда я вернулся героем. Учредители наградили меня тысячей долларов и новой должностью: «координатор дилерской сети». Теперь я должен был в одиночку искать дилеров по всему Северо-Западу.

Мне увеличили зарплату, и наше семейное благосостояние улучшилось. Джокеру больше не приходилось по ночам пугать пассажиров – что было очень кстати, потому что моя «девятка» совсем развалилась.

«МАРКЕТИНГ»

В июне мы проводили презентацию новой модели Sea-Doo.

Журналистов пригласили за город, на маленькое лесное озеро. Доставить гидроцикл поручили мне. По дороге старая «девятка» заглохла – в жару с ней такое случалось. Потом ещё, потом снова... Короче, я опоздал.

К этому времени все уже закусили. Новинку представлял Третьяк. Рядом с габаритным хоккеистом жёлтый спортивный гидрик выглядел игрушкой.

Сказав пару вступительных слов, Третьяк уселся на аквабайк и тут же перевернулся. Вылезти из воды оказалось непросто. Ему бросились помогать, водрузили в седло и отпустили. Третьяк дал газу, заложил эффектный вираж, затем ещё один...

Журналисты усердно щёлкали фотоаппаратами. На третьем повороте Третьяк снова упал. На этот раз причал с помощниками был далеко. Третьяк всё-таки сумел забраться на аквабайк, но, пока он вставлял ключ, «экспешка» опрокинулась в третий раз.

– Отличная модель! – выбравшись на берег, объявил Владислав Александрович. И вполголоса пояснил: – Вообще-то я катаюсь на трёхместном...

Все облегчённо вздохнули. И немедленно выпили за славное прошлое нашего хоккея.

Снова начались поездки по городам. Я привык засыпать под стук колёс и просыпаться от тишины полустанков. Стоило мне закрыть глаза, в голове начинал вертеться калейдоскоп лиц: партнёры, таксисты, проводники, попутчики и проститутки. (Тема гостиничной проституции заслуживает отдельного исследования. В некоторых городах... Впрочем, ко мне это совершенно не относится).

МЕЖДУ ПРОЧИМ

На Севере вид из вагона сливается в одну белую полосу. Я меланхолично смотрел в окно, размышляя о том, что эти места совсем забыты и Богом, и людьми... как вдруг мимо проплыл гранитный валун с кривой надписью Punk Not Dead.

– Вот дураки! – недовольно сказал сосед. – Не могли по-русски написать.

Найти энтузиастов, желающих заниматься нашим сомнительным бизнесом, было сложно. Даже действующие дилеры Bombardier не горели желанием признавать РОСАН своим дистрибьютором.

Киров, Ярославль и Кострома считали, что относятся к другому региону.

В Сыктывкаре со всем соглашались, но продолжали покупать снегоходы не у нас.

Мурманский коммерсант Утенков раздражённо втолковывал:

– Ну ты пойми, я продаю снегоходов в три раза больше вас. Кто такой для меня РОСАН? У меня Финляндия под боком, всё могу возить напрямую!

Я не знал, что ответить.

– И вообще, – звонил он мне уже в Питер, – я сам стану дистрибьютором. Мы уже дали заявку в Канаду!

Учредители сохраняли спокойствие:

– Всё нормально, никуда они не денутся...

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В поездах любят поговорить о жизни.

Мужичок *Ляксандр* с утра до вечера давал нам советы. Мы – это я и толстая тётка в пёстром халате. Тётка никак не могла вставить в разговор свою историю. Через три станции она не выдержала:

– Да ладно, мы и сами с усами! У меня муж – начальник цеха.

– Начальник цеха! А ты, значит, при нём? – мужичок всем говорил «ты». – И чем занимаешься? Детей у вас нет, может, и не будет. (Об этом тётка всё-таки рассказать успела). Для чего ты живёшь, а?

– А это не ваше дело! – рассердилась она. – Вы сами-то кто такой?

Мужичок неожиданно замолчал. Тётка глазами показала мне на него: дескать, что, съел?

– Ладно... – через минуту сказал Ляксандр. – Смотрите!

И закатал правый рукав. Вся рука от плеча до запястья была тёмно-зелёного цвета.

– *Я был на том свете*, – утробным голосом сообщил он.

– Как это? – удивилась тётка.

– Током ударило. Я теперь всех насквозь вижу. В смысле, кто какой человек.

Тётка обиженно отодвинулась в угол.

– Да-а... – продолжал мужичок. – Вот и выходит, что я уже до смерти дожил, а всё ещё живой.

И тут подал голос четвёртый пассажир, молчаливый дедушка с верхней полки. Мы думали, он спит.

– До смерти дожить легко... – вздохнул он. – А ты вот до старости доживи.

В Нарьян-Маре я увидел местные соревнования снегоходов.

На окраине города собрались все жители. Большое поле, как оранжевыми утюгами, заставлено «Буранами». Сотни полторы, не меньше.

Пока я пробирался сквозь толпу, раздался страшный рёв. Утюги тронулись с места и, набирая скорость, скрылись за горизонтом, потопив зрителей в сизом тумане. Закашлялся почему-то только я. Вдали уменьшалось нечто среднее между дымом пожара и ядерным грибом. Зрелище поистине эпическое, за которое иностранцы, наверное, заплатили бы хорошие деньги.

Но иностранцев там не ждали. В лучшем городском «отеле» из кранов текла только ледяная вода, а тепла в комнатах было градусов пятнадцать. При морозе на улице в минус двадцать пять не хотелось ни выходить наружу, ни сидеть внутри. К вечеру в гостинице не оставалось ни одного трезвого человека, включая персонал.

В поисках дилеров я пропустил третий Кубок России по снегоходному кроссу. В этот раз, кроме финских, участвовали шведские и эстонские гонщики. На соревнования приехали

представители европейской федерации мотоспорта: решался вопрос о проведении в Санкт-Петербурге этапа Чемпионата Европы.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Соревнования омрачились неприятным эпизодом.

Шведский гонщик на полном ходу врезался в бруствер и сломал шею. Из-за гололёда машина «скорой помощи» забуксовала, не доехав к месту аварии. Медикам пришлось подниматься на холм пешком, но главное – у них не оказалось так называемых «ковшовых» носилок, необходимых при травме позвоночника.

Это неожиданно сыграло на пользу: как выяснилось, холодный снег уменьшил и гематому, и осложнения. Пострадавшего доставили в питерскую клинику. Во время многочасовой операции ему заменили часть позвонка кусочком ребра и самолётом отправили домой.

Несмотря на происшествие, проведение этапа Чемпионата Европы в Петербурге было утверждено.

Той же зимой случилась беда: у своего дома расстреляли нашего юриста Игоря Дубовика. Дело было громким (Игорь был известным адвокатом), но преступников не нашли.

Многие до сих пор думают, что в девяностых было весело.

Трахтенберг

В Череповце журналисты рассказали мне о скандальном петербургском кафе «Хали-Гали».

– Никогда там не были? – удивились моему неведению. – Эх вы, питерцы! В Эрмитаж не ходите, по Невскому не гуляете...

– В парадных ссыте! – добавил неопрятный художник Валеев. (Когда-то он приехал из Ленинграда и считался интеллигентом). – Что, не так? Я-то знаю!

Дома знакомые тусовщики просветили: «Есть такое кафе, но с нюансом – просто так не зайдёшь, нужно заранее купить билет. И девушку с собой лучше не брать. Ну и вообще... Короче, сам увидишь».

Глубокой осенью в РОСАНе появился Дима Сивков. Как важного дилера, его нужно было культурно развлечь, и я вспомнил про «Хали-Гали».

На маленькую, размером с теннисный стол, сцену вышел упитанный еврей с ярко-рыжими волосами. Он был похож на карикатурного Троцкого.

– Здравствуйте, дамы и господа, леди и джентльмены, сэры и сэрихи! – провозгласил рыжий. – Меня зовут Роман Трахтенберг, и моя фамилия переводится совсем не так, как вы подумали. Может быть, вы считаете, что у нас тут некультурное заведение? Говорят, будто здесь ругаются матом и происходят всякие безобразия. Это полная ху... ня. Матом у нас не ругаются, а разговаривают.

Я поперхнулся от смеха и чуть не оглох: справа гомерически захохотал Сивков.

Два часа Трахтенберг сыпал шутками, рассказывал анекдоты и читал похабные стишки. На заднем плане приплясывали голые девицы с синяками на бледных ногах. Всё это время мы ржали так, что у меня устал рот.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Со сцены Трахтенберг предупредил:

– Господа, ежели кто нажрался и хочет сесть за руль, имейте в виду: у соседнего дома вас поджидают заботливые инспекторы ГИБДД.

Мы с Сивковым, как дураки, прибыли на моей машине. Не напиться в «Хали-Гали» было невозможно, поэтому я решил обмануть гаишников, выбравшись дворами на соседнюю улицу. Один проезд был заблокирован бетонными блоками. Другой тоже. В третьем дворе я снова упёрся в тупик, и тут сзади, отрезав отступление, подъехал автомобиль. Мы постояли.

«Чего он ждёт-то?» – подумал я и вдруг увидел рядом с собой фигуру в сером кителе. Сердце ёкнуло, но рука твёрдо протянула в окно документы. Прошла бесконечная минута. Милиционер стоял, вдумчиво разглядывая права.

– Ну что, – не выдержал я, – всё в порядке?

– А что это вы... – заплетающимся голосом сказал мент, – по дворам ездите... А?

Я осмелел.

– Да вот, хочу на Торжковскую выехать и не могу!

Ментяра ухмыльнулся и чуть не упал. Схватившись за дверь, он просунул довольное лицо в салон:

– Вот как бывает: воды в речке по колено, а рыбы – до х...я.

И радостно загоготал. Теперь я чуть не оглох на другое ухо. Он тоже был в Хали-Гали!

Маленькие хитрости

Рекламный бюджет РОСАНа был по-прежнему небольшим. Приходилось искать варианты бартера и налаживать хорошие отношения. На выставках я торговался за каждый метр, иногда сбивая цену почти до нуля.

Мы подружились со многими журналистами, и в прессе то и дело появлялись бесплатные статьи о Bombardier. То, что в них не упоминался РОСАН, не имело значения: в Петербурге канадскую технику больше никто не продавал, а я постарался крепко связать её с нашим именем: «ROSAN Bombardier».

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Правда, мы снова нарушили правила: Большой Брат строго запрещал дилерам использовать в своих названиях слово Bombardier. Но и в этот раз всё обошлось. Спустя годы, когда слово Bombardier навсегда исчезло из рекламных обращений, нас продолжали называть именно так: «Росан-Бомбардье».

«МАРКЕТИНГ»

Презентации новых моделей Bombardier проходят в Штатах – там основной рынок сбыта (одних дилеров полторы тысячи), да и организовать дешевле. Дистрибьюторы могут привозить «своих» журналистов. Те катаются на технике, а потом рассказывают о ней в прессе или по телевизору. Питание и проживание журналистов оплачивает Bombardier, дистрибьюторам нужно лишь потратиться на дорогу.

– Слушай, – как-то сказал Кушуль, – а чего мы так просто возим этих журналюг? Пусть платят за поездку!

– Как «платят»? Для них это командировка, а потом, они же печатают наши материалы...

– Да материалы им самим нужны! – рассердился он. – А тут, ни хера себе, стогнать в Америку за бесплатно! Давай так: мы им организуем культурный отдых – ну, свозим куда-нибудь, типа Вегаса или в Каньон, в ресторане покормим – а они нам за это рекламу. Типа бартер.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Расчёт Кушуля оказался верным. Журналистские командировки превратились в элитные турпоездки, которыми руководители СМИ торжественно премировали отличившихся сотрудников. Взамен мы получали рекламу в журналах, на радио и даже на ТВ.

Конкуренты были уверены, что у нас неприлично большой рекламный бюджет.

Впрочем, нормальная конкуренция – как и весь рынок – была развита слабо. В отличие от «Полариса» и «Ямахи», название Bombardier в России мало кто знал. Нужно было выйти на первый план!

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Для начала Bombardier необходимо создать в России имидж (который, как известно, формируется в головах). Среди знатоков техника Yamaha считалась спортивной, Polaris – надёжной. А мы? На дворе девяностые, в ходу поговорка «понты дороже денег». Всё должно быть «самым-самым»!

Я уже понял, в рекламе лучше всего работают простые аргументы. Поэтому имидж Bombardier построил на слове «самый». (В линейке техники всегда можно найти модели, опережающие конкурентов по какому-нибудь параметру).

Получилось так: спортивные снегоходы Bombardier – самые мощные, туристские – самые комфортабельные, утилитарные – самые «проходимые». Гидроциклы, кроме «самых мощных», стали «самыми прочными». Поскольку в рекламе нельзя назвать продукт «самым» просто так, без обоснования, внизу давалась крохотное пояснение: «по информации отдела маркетинга дистрибьютора Bombardier в России». И жирное слово САМЫЙ бросалось в глаза нагло, но легитимно.

Были и другие уловки. Несовременные узлы становились «проверенными временем». Старомодный дизайн – «классическим стилем». Сырые новшества – «инновационными технологиями». Сомнительные приспособления – «уникальными отличиями». И так далее... Устаревшую телескопическую подвеску я без затей назвал «неубиваемой».

«МАРКЕТИНГ»

Однажды гидроцикл Каневского столкнулся с «Ямахой» – как показалось, вскользь, не страшно. На берегу к нему подошёл мужчина:

– Вы мне гидрик разбили!

Действительно, весь корпус «Ямахи» опоясывала трещина. А у нашего аквабайка не было даже следа от удара. Кто-то объяснил, что у «Ямахи» двигателя тяжелее, чем у «Бомбардье», поэтому для компенсации веса корпус делают тоньше.

Этот случай мы с удовольствием пересказывали клиентам. «Вот! Гидроциклы „Бомбардье“ – не только самые мощные, но и самые прочные!».

В журнальных статьях технику Bombardier преподносили как премиум-класс и показатель статуса. Об этом говорилось не прямо, а между прочим, как всем известное обстоятельство.

При таком подходе скидки неуместны, но в конце зимы цены приходилось снижать. Мы делали это гордо: «Если вы думаете, что снегоходы „Бомбардье“ стоят дёшево, – снисходительно говорило радио, – вы ошибаетесь. ОНИ ДОРОГИЕ. Как и всякое удовольствие. Но только сейчас это удовольствие можно купить по уникальной цене...».

Через год журналисты сами называли Bombardier «легендарной маркой».

Снегоходы и аквабайки быстро приобрели репутацию статусных вещей. Появилась даже мода дарить их на день рождения. Некоторые покупали дорогие игрушки просто так: не катались, но показывали друзьям и два раза в год аккуратно привозили на техобслуживание. Иметь в гараже снегоход стало престижным.

Весной РОСАН участвовал в очередной автовыставке.

К этому времени организовать экспозицию для меня стало так же просто, как туристу поставить палатку: большой логотип, несколько образцов техники, стол со стульями и телевизор. В конце каждой выставки нам вручали какой-нибудь диплом типа «За самый яркий стенд», «Дерзким и быстрым!». Экспонаты старались продать прямо на стенде.

Казалось, на выставку все приходили с одной целью: посидеть на нашей технике. Каждые пять минут мы стирали с неё следы ботинок. Пришлось обнести стенд цепочками. Соседи развеселились: «Вы что, от клиентов отгораживаетесь? Это же выставка!».

Особенно тяжело приходилось по субботам. Зеваки приезжали семьями. Пока отцы, прихлёбывая пиво, задавали глупые вопросы, детишки бегали между снегоходами, спотыкаясь о лыжи и пытаясь оседлать всё подряд.

В толпе я разглядел Трахтенберга.

– Роман, не хотите купить гидроцикл?

Трахтенберг походил вокруг, покрутил руль, пощупал сиденье:

– Сколько такой стоит?

Я назвал цену.

– За что?! – обиделся Трахтенберг и подошёл к Кушулю. – Подарите гидрик бедному еврею!

– Самим кушать нечего! – отрезал тот.

Трахтенберг рассказал анекдот про еду. У стенда стали собираться люди. Я попытался навести порядок:

– Товарищи, отойдите от цепочки, вы загораживаете экспонаты.

Последовал анекдот про «экспонаты».

Толпа продолжала расти, пока Трахтенберг не прочитал матерный стишок. Недовольные тётеньки потащили мужей с детьми подальше – и от греха, и от наших снегоходов. «Ого, вот это фурор, – изумился я. – Лучше всякой рекламы!».

С этого дня Росан и Трахтенберг стали неразлучны.

«МАРКЕТИНГ»

Снегоходы Bombardier мы представляли как «самые-самые во всём мире».

Буклет делали так: переводили на русский язык листовку финского дилера Bombardier, добавляли адрес РОСАНа, а в технические характеристики вносили данные о мощности. (По каким-то причинам мощность снегоходных двигателей производитель не указывал. Мы брали цифры из служебной документации и пересчитывали в лошадиные силы).

В последний день выставки к снегоходам подошёл вежливый, но вполне «конкретный» мужчина:

– Который тут лучше всех?

Я начал рассказывать про Grand Touring SE – топ-модель, которую в рекламе мы называли самой мощной.

– Сколько лошадей? – переспросил Володя. (Так он представился. Но лучше я буду называть его Владимиром).

– Сто шестьдесят!

– Не понял... Они что, меня наеб... ли?

Оказалось, в «Ямахе» ему только что продали «самый мощный в мире снегоход» в сто пятьдесят лошадиных сил.

– Ну не знаю, – говорю. – Самый мощный у нас. Вот и в буклете написано.

Владимир повертел буклет в руках и несколько раз обошёл снегоход кругом.

– Беру!

– А «Ямаха»?

– Я с ними завтра разберусь... Пидоры!

На следующий день я увидел Владимира в офисе. Не здороваясь, он сунул мне буклет и мрачно поинтересовался:

– Вы чего, меня за фантика держите?

Я заглянул в буклет. Он оказался не росановским, но очень похожим на наш. Заголовок гласил: «Снегоходы Ski-Doo у официального дилера Bombardier в Москве». Ниже шёл список моделей. В графе «мощность двигателя» напротив Grand Touring SE стояла цифра 148.

Этот листок Владимиру вручили в «Ямахе», когда он пришёл забирать деньги. Я метнулся к учредителям.

– Вот суки, – обозлился Кушуль, разглядывая буклет. – Где они его только взяли! А почему у нас мощность на двенадцать лошадей больше?

– Сейчас разберёмся... – Каневский набрал указанный в буклете номер. (В своё время именно он настоял на цифре 160: «Надо, чтобы был самый мощный. Можно ведь по-разному посчитать. Кто проверит?»).

Ситуацию разрулили. Московский дилер объяснил Владимиру, что в его буклете опечатка, а снегоход на самом деле гораздо мощнее. Владимир уехал.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Владимир стал нашим постоянным клиентом и даже, вместе с маленьким сыном, поучаствовал в наших клубных соревнованиях. Через несколько лет сын подрос, увлёкся мотокроссом и стал чемпионом России. Тренировал его папа. Говорят, папина методика носила преимущественно рукопашный характер.

Как-то мы пригласили Владимира в клуб на встречу клиентов.

– Нет, не пойду, – печально сказал он. – Напыюсь, начну народ гонять...

А там ментов полно. Я вообще по таким местам не хожу.

В конце «нулевых» я увидел Владимира по телевизору. В качестве жильца элитного дома он жаловался на «беспредел» коммунальных служб. Попались бы ему эти коммунальщики лет на десять раньше...

В пять утра нашего сторожа Витю разбудил страшный шум: присланная Владимиром «бригада» требовала принять снегоход назад.

Как выяснилось, парни завели снегоход «прогреться» и пошли попить чайку. О том, что двигателю с жидкостным охлаждением нельзя долго работать без движения (ибо радиатор охлаждается летящим с гусеницы снегом), никто из них не подозревал. Инструкцию, ясное дело, даже не листали. Двигатель заклинило.

С тех пор о такой опасности продавцы РОСАНа предупреждали каждого покупателя, повторяя это по несколько раз, как *заклинание*.

«МАРКЕТИНГ»

По телефону часто спрашивали «Буран».

– А давайте их продавать, – предложил я.

– Зачем? – насторожился Кушуль.

– Для приманки. Человек звонит: «Буран» есть?». Мы говорим: «Есть!».

Он приезжает. И видит наши «Бомбардье» рядом с этим у... бищем. Тут мы его и обрабатываем.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Каневский одобрительно кивнул. Через неделю я привёз в РОСАН тяжеленный короб. «Буран» оказался ещё страшнее, чем на картинке. Мы не решились поставить его в зал и спрятали в подсобку. Как назло, интерес к «Бурану» тут же пропал, зато нас атаковали вопросами про бурановские гусеницы и ремни вариатора.

Я привёз и то, и другое. Всё пошло «на ура». Но их покупатели не обращали никакого внимания на заграничную технику. Взяв связку ремней и озабоченно потискав бурановскую «гусянку», они пересчитывали деньги и уходили, как будто нарочно не глядя на Ski-Doo и Lynx. Пропать между «Бомбардье» и народом оказалась глубже, чем мы думали.

Среди покупателей снегоходов было много охотников. Они недоверчиво осматривали подвеску, стучали по пластику, приподнимали лыжи... В таких случаях я звал нашего главного инженера.

– Чего, Серёга? – кричал он ещё из-за угла.

– Не шуми, Олегыч, иди сюда.

– Ну?

– Вот человек сомневается, пройдёт ли «Скандик» по лесу, потянет ли...

У Олегыча есть редкая способность материться так, что у всех поднимается настроение.

Он оторопело смотрел на клиента:

– Как, бл... дь, не потянет? Да я «Скандике» еб... шил так, что лоси ох..евали!

И рассказывал, как «вот на таком же снегоходе» добыл медведя, а потом тащил его из самой чащи. Или про то, как он гонял волков по полю. Или как вытягивал заглохший «Буран». Не поверить Олегычу было нельзя – он никогда ничего не придумывал. Как и всякий охотник. Его слушали, открыв рот, после чего покупали снегоход, а заодно и сани для вывоза добычи.

Средство «Олегыч» всегда действовало безотказно.

Петербургский стиль

Поддерживать элитный образ *Bombardier* было не сложно: мало слов, важная интонация, стильные макеты, никаких распродаж... Ну и, конечно, правильный выбор «рекламоносителей».

Время от времени в Петербурге появлялись новые журналы о красивой жизни. Их издатели были уверены, что современному поколению бизнесменов нужно продавать роскошь в более культурной упаковке, чем «новым русским». Все они считали своей обязанностью заявить, что придерживаются «петербургских традиций». Или сохраняют «дух Петербурга». Некоторые сгоряча поминали Пушкина и Достоевского. (Среди них был, конечно, и «Петербургский стиль»).

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Возможно, вам приходилось встречать продукты творчества под названием «петербургский стиль». Стиль этот, несущий неизгладимую печать советского Ленинграда, можно определить двумя словами: бедно и провинциально. Ярлычок «Петербургский стиль» всегда гарантирует нам скромность таланта, воображения и денег.

Похоже, нигде бездарность не прикрывается именем города так охотно, как на берегах Невы. В советское время вовсю эксплуатировалась блокадная тема. Однажды в Кишинёве моя матушка, чтобы пробиться в автобус, закричала: «Пропустите, мы из Ленинграда!». И все расступились.

Между журналами «Телеман» и «Телевик» развернулась борьба за право печатать программу телепередач. Как обычно, вопрос решали и судьи, и бандиты. Победил «Телевик», который издавал бывший моряк Булавенко. На радостях он предложил нам рекламу по бартеру.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Кроме экономии, бартер давал нам клиента – как правило, очень активного. Некоторые активисты были полезнее самой рекламы. Булавенко был гиперактивен. В последующие годы он побывал телеведущим, кандидатом в депутаты, оппозиционером и арестантом.

Получив аквабайк, Булавенко стал кататься на нём каждый день. Причём в центре города, возле Петропавловки. А где же ещё? Пляж, туристы, речные трамвайчики... Гидроцикл привлекал внимание не хуже подводной лодки.

Однажды куратор от *Bombardier* (всё тот же разведчик-контрразведчик) приехал к нам в офис совершенно мокрым. Крылов испугался:

– Что случилось?!

– Еду по мосту, смотрю – катается жёлтый гидрик, вроде «Си-ду». Я не поленился, дошёл до берега – точно, наш. Я ему машу рукой: дескать, молодец! А он подъехал, да как обольёт с разворота! Дебил...

Скоро привычка аквабайкеров обливать прохожих на набережных стала ещё одной петербургской традицией.

СОЛОВЬЁВ

Зимой прокат снегоходов насовсем переехал в Токсово. Токсово, оно же Кавголово, называют «лыжной столицей России». Все леса вокруг Токсово исполосованы лыжными трассами. По ним поневоле пришлось ездить снегоходам, и между лыжниками и снегоходчиками завязалась многолетняя вражда.

Как и прежде, прибыли прокат не приносил. Мы рассматривали его как инструмент продвижения: дескать, народ, прокатившись на нашем снегоходе, захочет такой купить. Увы! Согласно нашим записям, за пять лет из пятисот клиентов проката покупателем стал только один.

Зато мы везли туда всех важных партнёров, журналистов, чиновников и даже артистов. В Токсово снимались эпизоды одной серии «Ментов». Актёры с удовольствием катались на снегоходах, между дублями согреваясь чем Бог послал. Потом киношники догадались, что получилась неувязочка: ну откуда у ментов снегоходы? Так что в кино это не вошло.

Прокатом руководил двадцатидвухлетний красавчик Слава. Он прошёл жёсткую школу менеджеров «Юниленда» (где по утрам поют корпоративный гимн и тренируются в нлп-продажах) и сумел произвести на учредителей сильное впечатление. Инструктором проката взяли бывшего подводника Соловьёва, который был старше Славы на целых двенадцать лет.

Соловьёв принёс в РОСАН суровость неуставных отношений и военно-морской юмор. Лицом он похож на Цезаря и, вдобавок, имеет отчество Юльевич. Девушкам это нравилось. А Соловьёву нравились девушки и веселье. Из-за этого по утрам он был мизантропом и всюду искал врагов.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

Однажды утром, пока Соловьёва не было на месте, какие-то грубияны обидели сотрудницу проката Катю. Соловьёв пошёл их искать. В дверях кафе заметил какого-то мужика. Соловьёв сбил его с ног и отправился внутрь за остальными. Хорошо, что следом прибежала Катя, поскольку в кафе сидели совсем другие люди. «Извини, ошибся!» – мрачно сказал Соловьёв пострадавшему. И, с надеждой взглядываясь в прохожих, нехотя вернулся назад.

В другое утро машину Соловьёва обогнал автомобиль. За рулём сидела женщина. Это бы ещё ничего, но её спутник зачем-то показал Соловьёву «фак». Соловьёв догнал машину, вытащил беднягу из салона и сломал ему нос. На Соловьёва завели уголовное дело: оказалось, нос принадлежал какому-то серьёзному немцу. Германское консульство потребовало наказать хулигана, и Александр Юльевич с трудом избежал тюрьмы.

Редкая неделя проката обходилась без поломок, конфликтов и приключений. Местные рыбаки считали, что снегоходы пугают сонную рыбу. В лесу лыжники норовили ткнуть водителей палкой. Приходили пьяные клиенты и быковатые «пацаны». Приезжали солидные гости с бдительной охраной.

Поработав в прокате, Соловьёв перешёл в офис – заведовать запчастями. Здесь ему многое не понравилось, особенно отдел рекламы. Однажды утром Соловьёв появился на пороге нашего с Образцовым кабинета.

– Так... – мрачно прищурился он. – Я вас выведу на чистую воду!

Мы ничего не поняли.

– А в чём дело?

– Вы знаете, в чём. Нечего прикидываться дурачками! – ещё более зловеще произнёс Соловьёв и вышел. На следующий день, как ни в чём ни бывало, он рассказывает нам морскую байку. Я рыдаю от смеха. А как же вчерашнее?

– Да ладно, он уже не помнит, – успокоил молодой продавец Койнов. – Вечером погулял, вот с утра и прицепился.

По вечерам они с Соловьёвым вместе отдыхали от работы.

Соловьёв любит быструю езду. Мы живём с ним в одном районе, и каждый день по дороге в офис меня стремительно обгоняет машина Соловьёва. Через какое-то время вижу его на обочине с инспектором ГИБДД. Спустя пару минут мимо снова проносится знакомый автомобиль. На работу Соловьёв приезжает не в духе:

– Суки, дармоеды! Поубивал бы!

Но с людьми в форме подчёркнуто вежлив:

– Послушайте, милиционер...

Это обращение почему-то всегда выводит инспектора из себя.

– ... у вас, – учтиво продолжает Соловьёв, – непорядок в одежде.

Инспектор рефлекторно глядывает себя с ног до головы. Соловьёв с удовольствием уточняет:

– Пуговица расстёгнута. Не по уставу!

Неудивительно, что Соловьёва штрафуют каждый день. Иногда по два раза.

Когда Соловьёва назначили начальником «технического обслуживания», он стал проводить семинары для сервис-менеджеров дилерской сети.

Механики съезжались со всей страны. По утрам командированным трудно сосредоточиться, в зале – тяжёлый дух перегара. Как нарочно, Соловьёв говорит медленно и с такими паузами, что невозможно понять, заканчивает он фразу или начинает новую. Скоро, к неудовольствию докладчика, осоловевшие (прошу прощения за каламбур) слушатели поголовно засыпали. Семинары длились несколько дней и завершались жёстким экзаменом, после которого Соловьёв ненавидел людей ещё больше.

В регионах его боялись и уважали. Эти чувства не были взаимными: на дверях соловьёвского кабинета висела табличка: **СОБАКАМ И ДИЛЕРАМ ВХОД ЗАПРЕЩЁН.**

Бомбардир-клуб

Водные мотоциклы всё ещё были диковинкой. Перевозя аквабайк по городу, я ощущал себя звездой: редкий прохожий не сворачивал шею, провожая взглядом прицеп. С соседних полос завистливо косились водители.

Клиенты оставались «штучными». Чтобы приобщить к гидроциклу очередного знакомого, Кушуль и Каневский не жалели выходных. Вскоре вокруг них образовалась постоянная компания. Иногда за городом собиралось с десятков человек, чтобы покататься вместе.

Нас с Образцовым это навело на мысль о клубе. Для чего? Во-первых, для сплочения и удержания клиентов. Во-вторых, для активного использования техники. А в идеале для того, чтобы владельцы Бомбардье ощущали себя членами некой касты избранных. «Ну, это уже перебор, – сказал Образцов. – Они уже каста».

Но в итоге получилось именно так.

По сути, неформально клуб уже существовал, оставалось разработать концепцию и придумать название.

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

Начали с идеологии.

– Нужен пафос, – сказал Образцов, – это же владельцы «Бомбардье». Золотая карта... глянцевого диплом... Что ещё?

– Нет, нафиг! Пафоса у них и так выше крыши. А у нас на это нет денег. Зато есть позитив, эмоции, драйв! В конце концов, они обычные парни. Все были детьми. Играли, хулиганили... Многие так и не наигрались.

– Ага. До сих пор играют.

– Кто играет? А-а... Бандитов принимать не будем.

– Как? Попробуй откажи!

– Да они сами не пойдут. Зачем им это? (Тут я погорячился). И вообще! Все любят игрушки и приключения. В каждом мужчине живёт мальчишка!

– Какой мальчишка?! Да они боятся шаг ускорить, себя уронить. Важные, как пингины.

– Кто? Полонский пингвин?

– Не знаю, может и пингвин. Где-то внутри. Я не его имел в виду.

– Тем более! – говорю. – А мы дадим им возможность расслабиться среди своих.

Идеологию клуба я изложил в ироничном буклете: отсутствие формализма, абсолютное равенство, лёгкое озорство. Название простое: *Bombardier Club*. По-русски – Бомбардир-клуб. Почему Бомбардир, а не Бомбардье?

Название клуба хотелось сделать простым, но многозначительным (а у слова «бомбардир» несколько значений). И заодно дистанцироваться от имени *Bombardier* – мало ли что?

Оказалось, не зря. Через несколько лет название канадской компании поменялось, и на имя «Бомбардье» было наложено табу. Кроме того, многие читали *Bombardier* как Бомбардир.

Открытие Клуба назначили на конец июля. Местом выбрали берег Финского залива, ведущим – Трахтенберга, который дальновидно не взял с нас денег. Для подготовки я приехал к нему домой, в крохотную квартирку у Нарвских ворот.

Сели на кухне.

– Ну, что у вас там, – снисходительно басит хозяин. – Давай план!

– Какой план?

– Сценарный!

Я растерялся.

– У вас что, и плана нет? Так не пойдёт. Без сценария работать не буду! – заявил Трахтенберг, доставая из буфета стаканы. И, насладившись бестолковым выражением моего лица, милостиво вернулся к столу:

– Ладно. Я тебе покажу, как надо делать. Водки хочешь?

ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ?

С позиции сегодняшнего дня в открытии Бомбардир-клуба видится что-то мистическое – как будто всё, что происходило в этот день, определило нашу жизнь на последующие десять лет.

Солнце, красивые девушки, хорошая музыка, немного спорта и много веселья, алкоголь и техника *Bombardier* – в разных пропорциях этот клубный коктейль будет повторяться всегда.

МЕЖДУ ПРОЧИМ

В истории наших праздников алкоголь играл важную роль. Я быстро понял, что самое страшное на мероприятиях *open-air* – нехватка спиртного и еды. Можно не угадать с погодой, пригласить не того ведущего, выбрать неподходящую музыку, плохо организовать парковку... Забывается всё, кроме настроения. А оно, как ни банально, зависит от желудка и от возможности расслабиться. Вторая страшная опасность – скука.

Но это не к нам.

Гости съехались почти одновременно, благо за городом не было нынешних субботних пробок. Море подозрительно притихло. У берега мирно качаются аквабайки. Под шатром *Sea-Doo* блестят бокалы, ветер колышет жёлтые шарiki на террасе. Музыка убаюкивает...

Спустя час, согласно сценарию, к берегу подошёл катер с русалками (они же – танцовщицы «Хали-Гали»). Русалками руководил Нептун-Трахтенберг. Спустившись на сушу, все степенно, как положено мифическим персонажам, направились к нам.

Трахтенберг не знал, что в песке их поджидает сюрприз: пиротехники с «Ленфильма» подготовили несколько взрывов. Об этом вообще не знал никто, кроме организаторов.

«Бабах!!!» Между нами и русалками поднялся чудовищный огненный гриб. Гости на террасе присели.

– Ё... – рёв Трахтенберга заглушил второй взрыв. Нас обдало жаром. Русалки с визгом побежали назад. Третий взрыв добавил им скорости.

Неожиданно проворный Трахтенберг уже сидит в катере.

– Да всё нормально, вылезайте! – кричу я в микрофон. Мне долго не верят.

– Бл... -а-дь! – крутит головой Трахтенберг, запивая перенесённый стресс водкой. Учредители довольно посмеиваются. Но не успел Нептун выпить ещё, как налетел такой ветер, что наш шатёр чуть не унесло с террасы. Хлынул проливной дождь. Мы укрылись в кафе, где предусмотрительно были накрыты столы. Стало тесно и весело.

– Дамы и господа, леди и джентльмены, сэры и сэрихи! – провозгласил голос Нептуна. – Прошу всех наполнить бокалы!

Бокалы были с удовольствием наполнены. Снаружи бушевала гроза, добавляя желания согреться. Чтобы финишировать, буре хватило получаса. Большинству гостей – тоже. Спортивный конкурс превратился в пародию: народ боролся не столько друг с другом, сколько с собой. Некоторые надеялись протрезветь, катаясь на гидроциклах, и скоро среди гостей появились забинтованные руки, ноги и даже одна голова в марлевой повязке. И все радостно улыбались.

Об открытии нового клуба написали все знакомые журналисты, и я с чувством выполненного долга уехал на глухую турбазу в Псковской области – отдохнуть от цивилизации в компании ротвейлера Джокера.

До дефолта оставалось десять дней.

После дефолта

В конце августа я вернулся в город и обнаружил всеобщее смятение: рубль подешевел в четыре раза!

На каждом углу развернулась торговля с рук, лица знакомых были одновременно таинственны и суетливы, и никто ничего не понимал. В магазинах цены подскочили так, что оставшихся у меня денег хватило на два дня вместо запланированной недели.

Все говорили о кризисе. О том, что настали трудные времена. Рассказывали, что многие компании продолжали платить сотрудникам прежнюю зарплату в рублях, и на фоне тотального подорожания эти люди мгновенно обнищали.

Ничего не изменилось только в телевизоре – те же лица, те же новости и та же реклама. Реклама была оплачена вперёд, и теперь лишь создавала иллюзию стабильности. Случались накладки, когда по телевизору шли ролики о товарах, уже покинувших рынок.

В РОСАНе зарплату выдавали в долларах. «Неужели так и оставят? Вряд ли...» – волновался я. Наш коллектив насчитывал человек пятнадцать. Все нервничали, думая об одном и том же.

Наступил день полочки. Едва сдерживая ликование, я вышел из кабинета учредителей, шевеля губами: «Если двести зелёных перевести по нынешнему курсу, то получится пять тысяч вместо прежних тысячи двухсот!» Даже с учётом роста цен это была фантастическая сумма.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.