



нили дешевые «палки» под маркой Loomis — Franklin тайваньского производства. На самом деле использовать имя Loomis было удачным маркетинговым ходом, ведь по сути азиаты ничего не нарушали, ибо неискрушенный в бизнесе американец самолично сунулся к островным китайцам в поисках дешевой рабочей силы и зарегистрировал у них свою фамилию. Но из-за прорех в образовании буквально через полгода остался за бортом новой компании, которая совершенно легально делала и продавала по цене 25 долларов тяжелые «палки» а-ля Loomis.

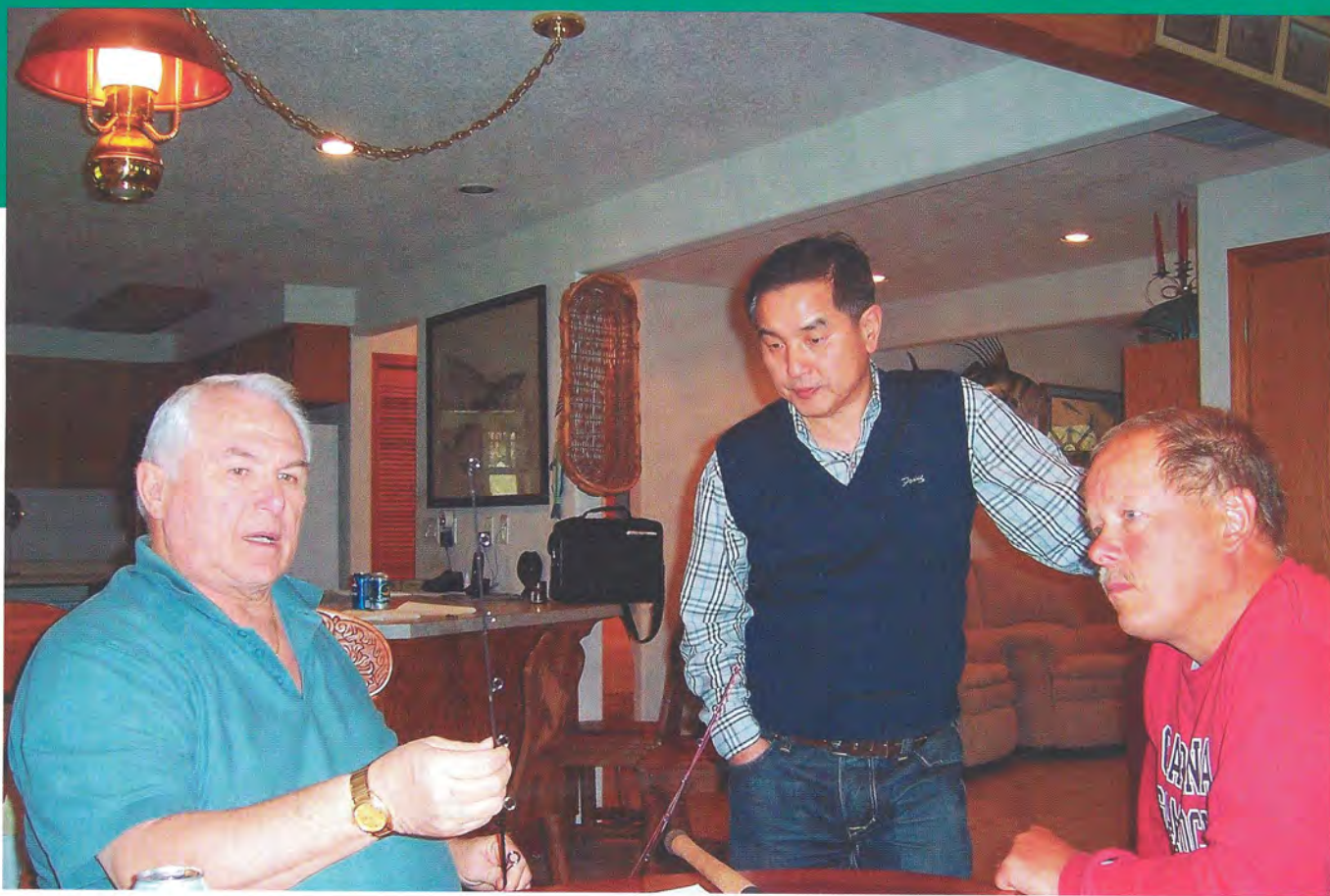
Спору нет, никто не умаляет заслуг Лумиса в развитии современного спиннинга и нахлыста, ведь созданный им бренд G. Loomis до сих пор занимает одну из лидирующих позиций на рынке рыболовных товаров США и Европы. Но многие нынче не знают, что сам Гари Лумис к этому названию уже не имеет никакого отношения, ибо еще в 1997 году он за очень хорошие деньги продал и завод, и сам бренд G. Loomis транснациональной корпорации Shimano.

Причем продал с условием не «рождать» в дальнейшем кон-

курентный продукт под собственным именем. Лумис без проблем подписал этот пункт контракта, ибо в действительности не собирался больше возиться ни с дорнами, ни с углетканью. Миллионер хотел посвятить остаток жизни охоте, рыбалке и рекреационно направленной просветительской деятельности.

Но жизнь есть жизнь: «умные» советчики и несколько неудачных инвестиционных проектов (наиболее крупные провалы — Targus, Loomis outdoors) оставили известного изобретателя за гранью банкротства. Американская мечта превратилась в суровую





реальность и «деду» пришлось возвращаться к основам — взяться за штангенциркуль и лекала.

Но... за последнее десятилетие вокруг нас произошли громадные изменения. И в мире, и в бизнесе, и в технологиях, и в материалах. В изготовлении качественных рыболовных снастей подтянулись азиатские страны, а квалифицированные рабочие в США за десять лет процветания «китайской кузницы» практически исчезли. Для продвижения на рынках уже не достаточно просто изготовить добротную вещь, немало усилий требует направленный маркетинг и позиционирование товара. Бурно расцвели интернет продажи. Но ничего этого во всех новых фирмах «деда» уже не было. Из-за неграмотного ведения дел и чехарды с персоналом за последние четыре года лопнули в общем-то хорошие спиннинговые проекты Лумиса — GLT и North Fork.

К сожалению, в голове у Гари Лумиса до сих пор живет бизнес модель 20-летней давности. К тому же к неискушенному в таких сценариях пожилому человеку то и дело липнут аферисты. Что, собственно говоря, и привело его к финансовому и деловому краху (миллионные долги по обанкротившимся компаниям, судебные дела, размолвка с собственным сыном, по сути дела основным локомотивом его последних графитовых начинаний).

Поскольку в интернете гуляет совершенно лживая информация о теперешнем Гари Лумисе и его бизнесе, скажу сразу — не верьте. В США вы не найдете ни одного магазина или каталога, где бы продавались удочки Edge. Все очень просто — в штатах они никому не нужны! В свое время та же история была с брендом Talon, который знали исключи-

тельно на 1/6 части суши, ибо его активно раскручивала одна известная московская компания.

Все оборудование North Fork Composites (где от случая к случаю изготавливается Edge) Лумису не принадлежит. Причем налаживал его и организовывал весь технологический процесс, изгнанный ныне с «завода» Бред Лумис. Постоянного персонала нет, гарантии на спиннинги нет, зато есть долги, постоянные судебные тяжбы с Shimano и очередной «генеральный менеджер» по имени Джон Байл. Казалось бы, пора закрывать занавес.

Одно непонятно — почему давно закатившаяся американская звезда до сих пор столь ярко светит исключительно над Россией? Значит, это кому-то нужно, как говорили в таких случаях Маяковский и Сэнт-Экзюпери...

