

Сергей Трофименко

Бизнесмен, промоутер Camel Trophy в России
Ездит на шести разных Land Rover

В 1991 ГОД. В АВГУСТЕ агрессивно делили власть, устраивали путч и митинговали: хотели другого государства. О политике говорили все, кроме спортивных газет и автомобильных журналов. Тем летом на страницах «Советского спорта» и «За рулем» можно было встретить анкету-заявку участника Camel Trophy – приключения на желтых Land Rover Discovery.

Привез в Россию Camel Trophy и превратил это приключение в имя нарицательное не кто иной, как Сергей Трофименко. «Словосочетание Camel Trophy стало синонимом трудных дорожных приключений. В этом легко убедиться, заглянув в автомобильные журналы. «Мы ехали жестко, как на Camel Trophy» – так там и пишут до сих пор». Сейчас он преуспевающий пиарщик и маркетолог, генеральный директор коммуникационной группы Point Passat и называет свой первый пиар-проект самым запомнившимся общественности. В начале 90-х именно желтый верблюд в одной упряжке с Land Rover круто поменял его жизнь.

Сергей был среди той сотни 1991 года, которая решила попробовать себя в лэнд-роверовском приключении, а не следить

за перемещением власти и денег. Так получилось, что он не прошел отборочный тур. «Приключение меняло судьбы участников. В том числе и мою. В силу возраста, а мне в то время было 39 лет, конкурировать с более молодыми людьми я не мог. Тем более среди них были и кандидаты в космонавты, и мастера спорта. Но мне повезло в другом. Выручили хорошее знание английского, шестилетний опыт работы в Гайане, где должно

было проходить приключение 1992 года, и 15-летний журналистский опыт – меня взяли в команду в качестве корреспондента. А после Гайаны предложили заняться продвижением бренда на российском рынке. Для чего я и создал тогда агентство PR Passat».

В тот год Сергей провел безвылазно месяц в Discovery, который за это время стал, по его признанию, «домом родным».

Только спустя десяток лет у него появилась возможность приобрести желтый кэмл-трофический автомобиль в свою коллекцию Land Rover, самому раритетному экземпляру которой 59 лет. Кстати, любовь к английской марке началась вовсе и не с Disco. За несколько лет до Camel Trophy, по долгу службы находясь в Южной Америке, он познакомился с Defender и почему-то сразу полюбил его.

LR И CAMEL TROPHY

Camel Trophy ассоциируется с Land Rover, но участники первого рейда в 1980 году ехали на Jeep. С 1981 по 2000 год в Camel Trophy использовались только Land Rover. Преемником Camel Trophy в 2003 году стало соревнование G4 Challenge

«Только на Land Rover можно и податься к Большому театру, и отправиться в автотурное путешествие. Это лучший автомобиль», – вторит рекламе производитель г-н Трофименко. Он утверждает, что среди владельцев Land Rover принято своего рода братство, Team Spirit, который культивировался на Camel Trophy. «Особенно чувствуется в путешествиях: на дороге водитель одного LR всегда «подмигнет» водителю другого. Если человек купил LR, то или сразу меняет этот автомобиль, или останется верен этому клану».

Несмотря на то что Camel Trophy канул в Лету, Сергей по-прежнему привязан к клану Land Rover профессионально. Спустя восемь лет он все так же занимается рекрутингом энтузиастов Land Rover почитателей марки. Он создал в Москве внедорожную школу Land Rover Experience. Московская площадка включает все элементы внедорожных препятствий. Здесь можно попробовать всю линейку Land Rover или узнать, как пользоваться выбранной моделью, – пройти не только «кнопочный курс», но и изучить, как пользоваться лебедкой, прицепом, освоить приемы оказания первой помощи и защиты окружающей среды. Сейчас строится еще одна площадка в Подмосковье, в планах – крутые города России. «За три года через школу прошли 7000 человек. Для сравнения, во всех школах мира было около 12 000 клиентов».

«Я жертва марки, – честно признает известный пиарщик и маркетолог. – Я вообще люблю все английское: английских сеттеров, английские ружья, английский спортинг (стрельба по тарелочкам), ну и Land Rover, конечно». Сергей сделал так, что за десять лет существования Camel Trophy в России этот бренд стал стопроцентно узнаваемым, причем без затрат на рекламу и низким маркетинговым бюджетом. Так что с полным правом мог бы и сам претендовать на деревянную табличку – приз Camel Trophy – с надписью «Ты сделал это!».

**В КОЛЛЕКЦИИ ТРОФИМЕНКО
ЕСТЬ РАРИТЕТНЫЙ LAND ROVER
1949 ГОДА ВЫПУСКА**