

**ЖУРНАЛ
О КОММУНИКАЦИЯХ
В СПОРТИВНОЙ
ИНДУСТРИИ
И СМЕЖНЫХ
ОТРАСЛЯХ**

БОЛЕЛЬЩИК В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ



16+

КУБОК МИРА FIS

ПО ФРИСТАЙЛУ

ЛЫЖНАЯ АКРОБАТИКА

6 ЯНВАРЯ 18:00
ГРЕБНОЙ КАНАЛ
КРЫЛАТСКОЕ

ВХОД СВОБОДНЫЙ



Слово редактора



Несколько лет назад Президент России Владимир Путин в одном из своих выступлений заявил, что важно, чтобы массовый спорт стал модным трендом. И вот, сегодня — это уже реальность. Марафоны, триатлон, гонки с препятствиями, заплывы собирают огромные аудитории участников, любительский спорт стал популярным трендом.

Специалисты выделяют разные причины бегового бума и увлечения активных россиян соревнованиями, ориентированными на преодоление себя. Большинство экспертов сходятся в том, что мода на массовый спорт возникла и раскручивается благодаря высокому темпу жизни горожан, стрессовым нагрузкам на работе и желанию выплеснуть энергию.

Если раньше энергию граждан в правильное русло направляли городские муниципалитеты и спортивные ассоциации, то сейчас инициативу перехватили предприниматели и конкурируют за свободное время и внимание горожан с бездельем или нежелательными активностями. В современных рыночных условиях эта ниша оказалась интересна многим.

И не обязательно быть президентом или спортивным менеджером, чтобы понять, что массовый спорт сегодня может быть инвестиционно привлекательным. Не только предприниматели, но и городские администрации, просчитав экономический эффект для региона от крупных массовых стартов, участвуют в их проведении, перекрывают дороги и в целом демонстрируют взаимовыгодное сотрудничество бизнеса и власти.

Звезды и политики личным примером показывают увлеченность такими событиями. Персона номера — Алексей Смертин, посол ЧМ-2018, экс-капитан футбольной Сборной России, теперь страстный поклонник марафонов и в своих личных целях особое внимание уделяет преодолению дистанций.

Подробно о том, почему спонсоров интересуют массовые старты и как устроен бизнес триатлона и марафонов — в тематическом блоке выпуска «Тренды спортивной индустрии. Массовый спорт». Традиционные спутники массового — детский и студенческий спорт. Зачем корпорации, такие как Coca-Cola или «Норильский никель» поддерживают спортивные события в этих категориях — читайте в материалах выпуска.

*Анна Жукова,
издатель и главный редактор*



Джип спорт/GR sport
№ 01 [12] ноябрь 2017

Соучредители, издатели:
ООО «Бизнес-технологии»,
Жукова Анна Борисовна

Главный редактор:
Анна Жукова
zhukova@sportpravo.ru

Арт-директор:
Илья Матвеев

Генеральный директор:
Светлана Данилина
info@sportb2b.ru

Адрес, телефон редакции:
105583, г. Москва, ул. Ибрагимова, д. 31,
к. 407, офис 47, ООО «Бизнес-технологии»
+7 (495) 640 87 30

Сайт редакции:
www.sportb2b.ru
www.grsport.ru
info@sportb2b.ru

Распространение и подписка:
ООО «Бизнес-технологии»
+7 (495) 640 87 30
info@sportb2b.ru

Фото предоставлены:
Внешняя пресс-служба Проекта Системы
Coca-Cola в России по подготовке
к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018™,
компанией «Норникель»,
Группой Ингеррос, пресс-службой
IRONSTAR, Александром Барановым,
Валерием Гореликовым

Фото на обложке предоставлено Внешней
пресс-службой Проекта Системы Coca-Cola
в России по подготовке к Чемпионату мира
по футболу FIFA 2018™

Тираж 5000 экземпляров.
Цена свободная.

Журнал зарегистрирован в Федеральной
службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых
коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации
СМИ: ПИ № ФС 77-53281
от 22 марта 2013 года

Отпечатано в типографии
ООО «Медиа-гранд», 152900
Ярославская обл., г. Рыбинск,
ул. Луговая, 7, (территория завода)
Подписано в печать 27.11.2017

Редакция не несет ответственности за
содержание рекламных материалов.
Мнение редакции может не совпадать
с мнением авторов.

© ООО «Бизнес-технологии»,
Жукова А.Б.

Любое воспроизведение материалов или
фрагментов на любом языке возможно
только с письменного разрешения
ООО «Бизнес-технологии», Жукова А.Б.

© LLC Business technology, Zhukova A.B.
All rights reserved



10

СОБЫТИЯ

4 **ФОРУМ SPORT CONNECT**
высадился в Норильске

ИССЛЕДОВАНИЕ

6 **Болельщик в центре**
внимания. NIELSEN изучил
поведение и впечатления
посетителей матчей Кубка
Конфедераций FIFA 2017



18

ТЕМА НОМЕРА

10 **ТУР ОФИЦИАЛЬНОГО КУБКА.**
Путешествие со смыслом

ПЕРСОНА

18 **АЛЕКСЕЙ СМЕРТИН:**
«Задача посла Чемпионата
мира — чтобы в каждом
дворе снова гоняли мяч»



26

БИЗНЕС

24 **Страхование спортивных**
объектов

МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ СПОРТ

26 **Социально-ответственный**
бизнес. Студенческие игры
или инвестиции в будущее



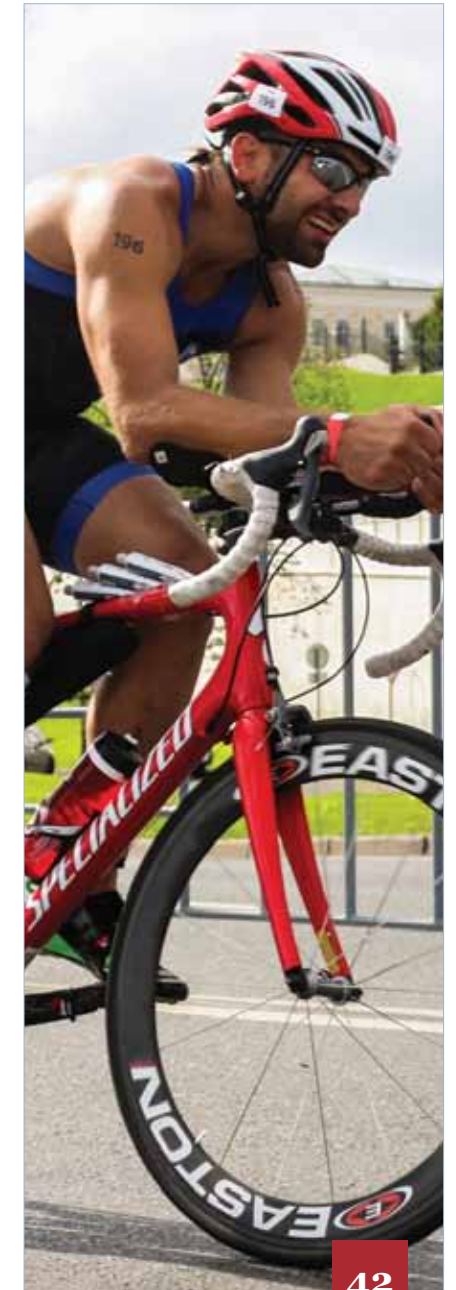
37

МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ СПОРТ

32 **Всесезонный курорт**
«МАНЖЕРОК»

МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ СПОРТ

36 **Тренды спортивной**
индустрии. Массовый спорт



42

МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ СПОРТ

37 **Спонсорство массового**
спорта

МАРКЕТИНГ СПОРТА

42 **АНДРЕЙ КАВУН (IRONSTAR):**
«Мы создали качественный
продукт, и сегодня он
становится инвестиционно
привлекательным»

ФОРУМ SPORT CONNECT высадился в Норильске

Осенью 2017 года организаторы форума — Группа «Интеррос», Российский Международный Олимпийский Университет при поддержке Агентства спортивного маркетинга и PR «Рейкьявик» решили расширить географию проведения мероприятия



Развитие спорта в Норильске и на Таймыре представляет большой интерес. Особенно после того, как в ледовом дворце в Дудинке весной этого года прошел Арктический кубок по кёрлингу 2017 (Arctic Curling Cup 2017) с участием восьми женских команд из числа ведущих женских кёрлинг-команд мира. Это был первый международный турнир по кёрлингу, проведенный за Северным полярным кругом.

Но не только это интересовало визитеров, и коллеги из компании «Норникель» помогли участникам форума получить всеобъемлющую картину того, как живет спортивная индустрия в условиях Крайнего Севера, в одном из самых суровых регионов мира.

Первый день форума 8 ноября прошел в Норильске, в Доме для молодых специалистов Заполярного Филиала «Норникеля». Предварительно участники смогли ознакомиться со спортивными объектами города: дворцом спорта «Арктика» (экскурсию провела и.о. директора Наталья Гладышева), стадионом «Заполярик» (сооружение представила инструктор-методист по адаптивной физической культуре Марина Третьяк), спортивно-развлекательным комплексом «Арена» и фитнес-клубом X-Fit (презентовал генеральный директор Игорь Лонзингер). Уже в аудитории произошел оживленный обмен мнениями. Территорию представляли начальник управления спорта Администрации города Норильск Михаил Голуб, начальник

управления корпоративных проектов Заполярного филиала «Норникеля» Игорь Щепилов, директор спортивного комплекса «Талнах» Алексей Лягин, генеральный директор мини-футбольного клуба «Норильский Никель» Павел Белкин, заместитель директора «Арена-Аквапарк» Борис Аветисов. Гости были представлены заместителем директора по развитию и маркетингу ХК «Северсталь» (Череповец) Сергеем Соколовым, генеральным директором АНО «Спортивный меридиан» Дмитрием Рыбьяковым (Тюмень).

Второй день форума Sport Connect прошел в городе-порте Дудинка, в ста километрах от Норильска. Здесь гости смогли не только совершить экскурсию по ледовой арене «Таймыр» под руководством главы города Дудинки Юрием Гуриным, но и сами покидать камни, попробовать постичь азы кёрлинга. Очень познавательным оказался визит в ДЮСШ по национальным видам спорта им. А.Г. Кизима, где директор школы Олег Рогоуленко в полной мере показал уникальность и самобытность северного пятиборья. Во второй половине дня на площадке Таймырского Колледжа перед участниками форума выступил Юрий Гуринов, а также замдиректора ДЮСШ им. Кизима Владимир Щелконогов. В ответ свои истории рассказали директор Казанского марафона Вадим Янгиров и экс-коммерческий директор ФК «Урал» (Екатеринбург) Владимир Горев.

ПОДРОБНЫЙ РЕПОРТАЖ О МЕРОПРИЯТИИ МОЖНО ПРОЧИТАТЬ НА САЙТЕ WWW.SPORT-CONNECT.RU

SPORT CONNECT

СОЧИ, МОСКВА, НОРИЛЬСК,
ДАЛЕЕ ВЕЗДЕ...

У вас проходят интересные
спортивные мероприятия?

В вашем регионе эффективно
работают спортивные объекты?

Энтузиасты развивают массовый спорт?

Тогда мы едем к вам!

Подробности на сайте

www.sport-connect.ru

www.facebook.com/sportconnect2017

www.instagram.com/sportconnect2017

editor@sport-connect.ru



98%

ПО ЗАВЕРШЕНИИ КУБКА
КОНФЕДЕРАЦИЙ FIFA 2017БОЛЕЛЬЩИКОВ СКАЗАЛИ,
ЧТО ТУРНИР ОСТАВИЛ ОЧЕНЬ
ПОЗИТИВНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

91%

ЗРИТЕЛЕЙ ВЫРАЗИЛИ ГОТОВНОСТЬ ПО-
ДАТЬ ЗАЯВКУ НА БИЛЕТЫ НА ЧЕМПИОНАТ
МИРА ПО ФУТБОЛУ FIFA 2018 В РОССИИ™

БОЛЕЛЬЩИК В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ

NIELSEN ИЗУЧИЛ ПОВЕДЕНИЕ И ВПЕЧАТЛЕНИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ МАТЧЕЙ КУБКА КОНФЕДЕРАЦИЙ FIFA 2017

Компания Nielsen официальный поставщик маркетинговых исследований Кубка Конфедераций FIFA 2017 и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018™, провела исследование опыта посещения матчей Кубка Конфедераций FIFA 2017 по итогам опроса более 10 тысяч болельщиков. Среди участников опроса более 90% — российские граждане. В рамках исследования было изучено поведение болельщиков до турнира, во время и их впечатления, оставшиеся после. Результаты исследования прокомментировала для GR sport Мария Талакина, международный бизнес-консультант Nielsen Sports & Entertainment



МАРИЯ ТАЛАКИНА,
международный бизнес-
консультант Nielsen
Sports & Entertainment

ДО СОБЫТИЯ



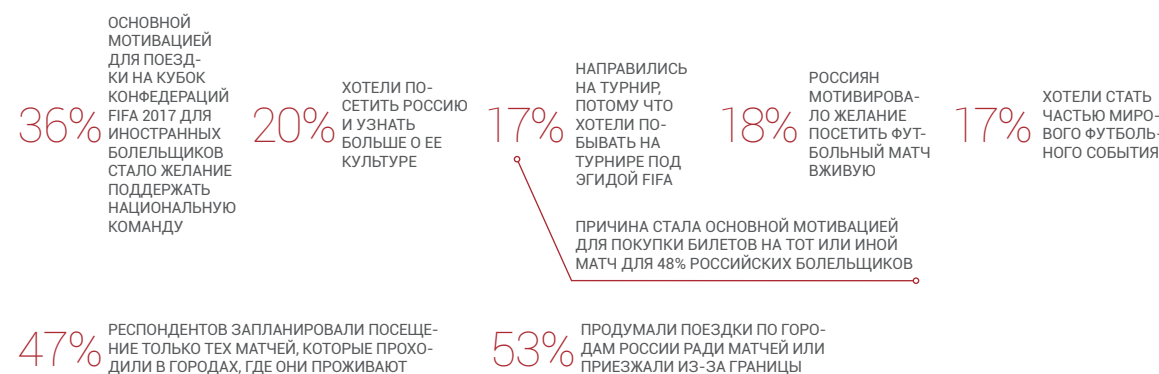
— Можно ли сделать какие-то выводы об информационной кампании Кубок Конфедераций? Среди зрителей и данной выборки скорее всего не оказалось тех, кто узнал о Кубке буквально накануне?

— Действительно, большинство зрителей, посетивших матчи КК-2017, знали о турнире задолго до его начала (за один год и ранее), однако была существенная доля зрителей, узнавших

о турнире примерно за полгода до начала турнира — в то время, когда началась основная маркетинговая кампания Кубка. Однако остальные 18%, пришедших на турнир, узнали о нем менее, чем за полгода до его начала. Таким образом мы говорим об основной массе людей, которые знали о турнире заранее, но были и те, кто узнал о турнире практически «накануне». Этому могло способствовать наличие дополнительных билетов на матчи, о которых объявили после первого этапа продаж, а также маркетинговые кампании в городах-организаторах.



МОТИВАЦИЯ

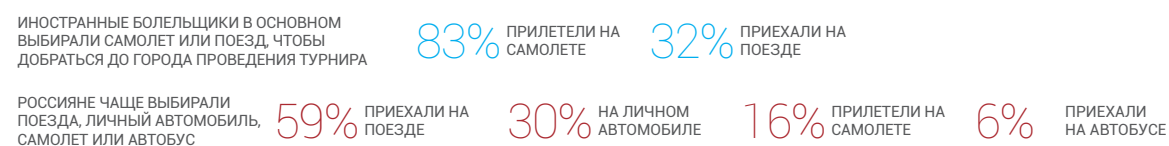


— Прокомментируйте, пожалуйста, результаты исследования по вопросам мотивации: получается среди россиян не было желающих поддержать национальную сборную? Какие стимулы, на ваш взгляд, будут определяющими при посещении россиянами ЧМ-2018?

— Среди россиян были желающие поддержать сборную, однако для большинства из них это не было основной мотивацией. Основной мотивацией для большинства россиян

стало посещение футбольного турнира уровня FIFA, то есть масштабного, международного форума, который проходит раз в четыре года и представляет собой особую категорию соревнований с точки зрения уровня организации, атмосферы и класса команд. Можно предположить, что аналогичные факторы будут основополагающими для посещения матчей Чемпионата мира, так как участие нашей сборной гарантировано только в четырёх матчах внутри группы, однако количество желающих посетить сам турнир гораздо выше количества желающих посетить игры конкретно сборной России по футболу.

ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ



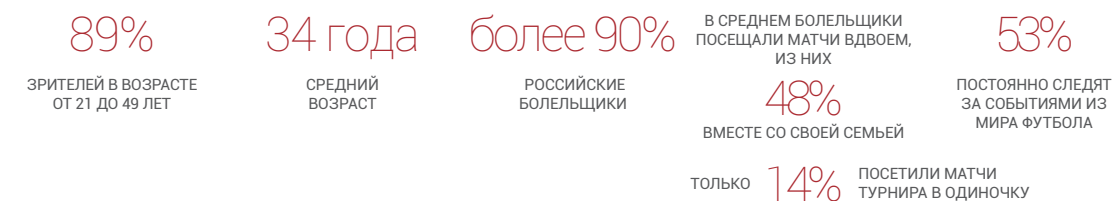
— Тот факт, что россияне предпочитали поезд, может быть результатом их большей осведомлённости о бесплатном транспорте FIFA?

— Для большинства иностранных болельщиков наиболее популярным транспортом, на котором они добрались до городов проведения, действительно, стал самолет, так как железнодорожное

сообщение не всегда доступно со странами, которые не граничат с Россией. Но для россиян основным способом перемещения оказался поезд, скорее всего потому, что в рамках проведения КК выделялись дополнительные бесплатные поезда для болельщиков. Можно также предположить, что спрос на дополнительные поезда в период проведения ЧМ-2018 будет снова высок, но и спрос на авиасообщение все равно вырастет в связи с большими расстояниями между городами проведения турнира.

ВО ВРЕМЯ СОБЫТИЯ

ПРОФИЛЬ БОЛЕЛЬЩИКОВ, ПОСЕТИВШИХ МАТЧИ КУБКА КОНФЕДЕРАЦИЙ FIFA 2017, В ЦЕЛОМ ВЫГЛЯДИТ СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ:



Среди городов проведения матчей Кубка Конфедераций 2017 наиболее популярными для посещения стали Москва (43%) и Санкт-Петербург (41%), за ними следуют Казань (26%) и Сочи (14%). При этом Сочи был городом, где останавливались на наибольшее количество времени (в среднем 4,6 дней).

Самым посещаемым среди респондентов матчем стал финал Кубка

Конфедераций с участием сборных команд Чили и Германии, вторым по посещаемости стал матч группового этапа Россия - Португалия.

Болельщики высоко оценили уровень безопасности как внутри футбольных стадионов (95% сказали, что чувствовали себя в безопасности во время матчей), так и в городе пребывания (93%). Иностранные болельщики активно посещали рестораны и бары во время своего пребывания в России (80%), посещали обзорные экскурсии по городу и ходили в музеи (по 69%), 47% — отправлялись на шопинг.

ПОСЛЕ СОБЫТИЯ



— Прокомментируйте итоги первого этапа заявочной кампании ЧМ-2018? Можно ли связать высокий интерес россиян с той готовностью зрителей Кубка конфедераций посетить матчи Чемпионата мира, отмеченной в исследовании?

— На основе наших данных, безусловно, можно сделать вывод о том, что готовность зрителей Кубка Конфедераций FIFA 2017 посетить матчи Чемпионата мира по футболу FIFA 2018™ оказалась очень высокой. 91% зрителей, посетивших КК-2017, выразили о готовность подать

заявку на покупку билетов на матчи Чемпионата мира. Это подтверждается и билетной статистикой FIFA: общее количество заявленных к покупке билетов достигло 3,5 млн (3,496,219), при этом количество заявок, поступивших из России составило 61% на начальном этапе продаж. После завершения первого этапа, в рамках которого билеты распределялись методом случайного отбора, и начала следующего, в рамках которого билеты продавались в порядке очереди, россияне также оказались наиболее многочисленной группой. При этом в топ-10 стран появились и другие страны, жители которых не посетили Кубка конфедераций, но подали заявку на матчи Чемпионата в связи с тем, что их сборная прошла отборочный этап.

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Исследование опыта болельщиков на Кубке Конфедераций FIFA 2017 в России Nielsen проводилось среди 10,786 обладателей паспортов болельщиков, посетивших матчи Кубка Конфедераций 2017. Исследование проводилось методом онлайн-опроса на пяти языках (русский, английский, немецкий, французский, испанский).



ТУР

ОФИЦИАЛЬНОГО КУБКА

ПУТЕШЕСТВИЕ СО СМЫСЛОМ

Являясь официальным партнером FIFA, компания Coca-Cola обладает эксклюзивным правом на проведение Тура Кубка Чемпионата мира по футболу FIFA™, в рамках которого всем желающим предоставляется уникальная возможность увидеть своими глазами единственный в своем роде, самый желанный в мире футбольный трофей

Впервые Тур Официального Кубка состоялся перед Чемпионатом мира по футболу FIFA 2006 в Германии™ и с тех пор становится все масштабнее с каждым разом.

Сейчас завершился первый этап путешествия легендарного символа футбола по России. С сентября по ноябрь 2017 года трофей посетил 16 российских городов. Теперь он отправится за рубеж и с января по май объедет более 50 стран мира. В мае 2018 года, за месяц до начала мундиала, награда снова вернется в Россию и посетит оставшиеся девять городов. Тур Кубка Чемпионата мира по футболу FIFA™ закончится в Москве, как раз перед стартом грандиозного международного турнира 14 июня 2018 года.

Специально для нашей страны Coca-Cola разработала самый продол-

жительный Тур Официального Кубка по стране-хозяйке Чемпионата мира за всю историю проекта. За 123 дня Официальный Кубок преодолеет более 27 тыс. км и сменит 11 часовых поясов. Он проедет по территории, на которой живут более 40 млн человек, а это значит, что возможность увидеть футбольную реликвию будет у каждого третьего россиянина.

В церемонии старта Тура Официального Кубка на «Стадионе Лужники» в Москве приняли участие Президент Российской Федерации Владимир Путин, Президент FIFA Джанни Инфантино, легенды футбола и юные футболисты из разных регионов России.

В каждом городе Кубок Чемпионата мира по футболу FIFA™ встречают известные россияне — представители местной администрации, Послы от городов-



АЛЕКСЕЙ СМЕРТИН,
посол Чемпионата
мира по футболу
FIFA 2018™

— «Тур Официального Кубка — это уникальное событие, только представьте — миллионы людей по всей стране получили возможность увидеть и сфотографироваться с оригиналом футбольной реликвии, к которой имеют право прикоснуться только победители турнира и главы государств!»

Это определенно делает футбол ближе к каждому зрителю. По статистике могу сказать, что в каждом городе, где уже был Официальный Кубок, на него приходили посмотреть десятки тысяч людей, как дети, так и взрослые.

Это самый высокий уровень популяризации футбола. Когда я был ребенком, для меня мировое первенство проходило дома в Барнауле у телевизора, а у этого поколения оно начинается с главного трофея, с цели, к которой стремятся

все футболисты на планете! Это самая лучшая мотивация для ребенка взять мяч и пойти играть футбол».



ФАТМА САМУРА,
генеральный
секретарь FIFA

— «В спорте нет символа сильнее, чем Кубок Чемпионата мира по футболу FIFA. Вся планета знает этот трофей, который ассоциируется с успехом. Но для FIFA он также олицетворяет страсть миллионов болельщиков со всего мира — вне зависимости от возраста, пола, происхождения и социального положения.

Мы считаем своим долгом дать возможность этим страстным болельщикам увидеть этот символ своими глазами, вблизи. Уже в течение десятилетия FIFA вместе с нашим многолетним партнером Coca-Cola работает над тем, чтобы это стало возможно».



организаторов Чемпионата мира по футболу FIFA 2018™, знаменитые футболисты, актеры и общественные деятели.

Тур Кубка Чемпионата мира по футболу FIFA™ — это возможность привлечь дополнительное внимание к таким темам, как развитие молодежного футбола в России и продвижение инклюзивного спорта, доступного всем вне зависимости от возраста, пола, физических и интеллектуальных способностей. Именно поэтому Официальный Кубок привозят в детско-

юношеские футбольные школы, детские дома, на спортивные площадки и специально организованные в городах, принимающих Чемпионат мира по футболу FIFA™, матчи по юнифайд-футболу.

> ТОЛЬКО ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Кубок Чемпионата мира по футболу FIFA — это главный приз, вручаемый победителям мирового первенства, но остающийся в распоряжении FIFA.

Официальный Кубок впервые использовался на Чемпионате мира по футболу FIFA™ в 1974 году. Конкурс





на создание главного трофея был объявлен в 1971 году. Свои работы прислали 53 скульптура из семи стран. Победителем стал итальянец Сильвио Гадцанига.

Официальный Кубок сделан из 18-каратного золота. Высота трофея 36,8 см, а общий вес — 6,142 кг. Основание награды диаметром 13 см украшено двумя слоями зеленого малахита под цвет футбольного поля. На кубке изображены две челове-



ческие фигуры, которые держат руками земной шар, венчающий трофей.

В соответствии с правилами FIFA, прикасаться к Кубку могут только победители турнира и главы государств, а оригинальный трофей не может быть передан кому-либо навечно, поэтому сборная страны-победителя турнира получает взамен Кубок победителей Чемпионата мира по футболу FIFA™.

Официальный Кубок хранится в футбольном музее FIFA в Цюрихе. Любое передвижение Официального Кубка, маршрут и детали перелета хранятся в строгой тайне — для обеспечения максимальной безопасности трофея.

> Первый Тур Кубка Чемпионата мира по футболу FIFA™ с Coca-Cola состоялся в 2006 году, в преддверии мундиала в Германии. За три месяца, с 7 января по 10 апреля, он посетил 31 город в 28 странах мира. Тур Официального Кубка начался в городе Аккра в Гане и закончился в Италии, в Риме. В число городов, которым удалось первыми увидеть Официальный Кубок, вошли

Рио-де-Жанейро, Мехико, Порт-оф-Спейн, Лос-Анжелес, Токио, Пекин и Лондон.

- > За свое второе путешествие Официальный Кубок посетил уже 84 страны и 130 городов по всему миру. В маршрут были включены 50 стран Африки, чтобы отпраздновать первый в истории Чемпионат мира по футболу FIFA™, проводимый на африканском континенте. Тур Официального Кубка продлился с сентября 2009 года по май 2010 года, в его маршрут вошли страны от Латинской Америки до Новой Зеландии, включая Казахстан, Грецию, Венесуэлу и многие другие.
- > Гимном Тура Официального Кубка перед Чемпионатом мира по футболу FIFA в ЮАР™ Coca-Cola выбрала ремикс на песню «Wavin' Flag» сомалийско-канадского рэпера К'наан. Гимн сопровождал главную футбольную награду в течение всех 225 дней тура.
- > Перед Чемпионатом мира по футболу FIFA в Бразилии™ Официальный Кубок увидели жители 90 стран. Тур Кубка

Чемпионата мира по футболу FIFA™ начался 12 сентября 2013 года в Рио-де-Жанейро со знаменитой площадки перед Статуей Христа-Искупителя на вершине горы Корковаду и завершился там же спустя 221 день.

> За время предыдущих международных Туров Официального Кубка, трофей посещал Россию дважды. В 2010 году он был представлен в Санкт-Петербурге и в Москве, а в 2014 — только в столице.

> НАСЛЕДИЕ СОСА-COLA

Система Coca-Cola в России — один из крупнейших иностранных инвесторов, вклад которой превышает 5,7 млрд \$. Более 10 тыс. сотрудников компании в России заняты в производстве таких продуктов как Coca-Cola, Fanta, Sprite, BonAqua, и Powerade.

Один из инвестиционных проектов компании Coca-Cola в России — строительство инклюзивных футбольных парков для 11 городов-организаторов Чемпионата мира по футболу FIFA 2018™. Цель проекта — внести весомый вклад в развитие спортивной инфраструктуры российских регионов. Футбольные парки будут расположены в спальных районах городов и станут центрами активного отдыха детей и взрослых.

Инклюзивные футбольные парки будут доступны людям с ограниченными возможностями здоровья и позволят



молодежи, вне зависимости от возраста, социальной принадлежности и физических возможностей, заниматься любимым видом спорта около дома.

Футбольные парки станут долгосрочным наследием Соса-Солы как титульного партнера FIFA в преддверии и после Чемпионата мира по футболу FIFA™. Проект строительства инклюзивных футбольных парков реализуется компанией Соса-Солы в партнерстве фондом «Обнаженные сердца» Натальи Водяновой и при поддержке администраций городов.

> СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ СОСА-COLA В ОБЛАСТИ СПОРТА

Более 100 лет компания Соса-Солы принимает участие в спортивных мероприятиях по всему миру. Это является неотъемлемой частью политики компании и важным элементом бизнеса.

С 1928 года компания является бессменным партнером Международного Олимпийского движения, и на настоящий момент уже существуют планы поддерживать Олимпийские игры как минимум до 2020 года.

Компания Соса-Солы является одним из наиболее давних партнеров Международной федерации футбольных ассоциаций — официальная спонсорская поддержка Чемпионата мира по футболу FIFA™ началась в 1978 году и продлится как минимум до 2022 года.

Система Соса-Солы в России не просто использует маркетинговый инструмент — спонсорство, но и инвестирует в спортивные социально-ориентированные проекты, уделяет пристальное внимание развитию

спортивной инфраструктуры. Поддержка глобальных футбольных мероприятий является важной составляющей бизнес-стратегии компании. Соса-Солы уделяет большое внимание популяризации футбола на всех уровнях, включая долгосрочное партнерство с Российским Футбольным Союзом и национальной сборной России по футболу, продвижение детско-юношеского футбола в рамках Всероссийского соревнования «Кожаный мяч — Кубок Соса-Солы», строительство инклюзивных игровых парков и другие инициативы.

> СПЕЦИАЛЬНАЯ ОЛИМПИАДА И ЮНИФАЙД-ФУТБОЛ

Компания Соса-Солы — главный партнер и спонсор Специальных Олимпийских игр, начиная с 1968 года. Специальная Олимпиада — это соревнования в различных видах спорта для детей и взрослых с особенностями интеллектуального развития. Участие в Специальной Олимпиаде дает возможность развивать физическое здоровье,

демонстрировать мужество, испытывать радость и общаться с другими участниками соревнований, обмениваться с ними опытом и памятными моментами.

Компания Соса-Солы и Специальная Олимпиада разделяют общие ценности, заключающиеся в социальной инклюзивности и создании условий для счастливой жизни всех людей без исключения, вне зависимости от их физических и интеллектуальных возможностей. Последние 49 лет компания демонстрировала невероятный потенциал и силу духа людей с особенностями развития, равно как и уникальную способность спорта объединять людей.

В 2016 году Система Соса-Солы в России впервые объявила о поддержке соревнований по мини-футболу и юнифайд-футболу, проходящих в рамках Всероссийской спартакиады Специальной Олимпиады. Юнифайд (объединенный спорт) — одна из программ, которая позволяет атлетам Специальной Олимпиады (детям и взрослым с интеллектуальными нарушениями) и их партнерам (здоровым спортсменам) вместе тренироваться и участвовать в соревнованиях в составе одной команды. Система Соса-Солы в России выделила благотворительный взнос на поддержку футбольных команд, которые ранее не имели финансовых возможностей для участия в подобных соревнованиях. В итоге во Всероссийской Олимпиаде смогли принять участие новые команды из разных регионов России. [↗](#)

Интервью: Ульяна УРБАН

Алексей Смертин:

«Задача посла Чемпионата мира — чтобы в каждом дворе снова гоняли мяч»

Бывший капитан сборной России по футболу — о продвижении мундиаля, о борьбе против расизма и о жизни после ухода из профессионального спорта. У Чемпионата мира 2018 года 15 федеральных послов, и один из них — Алексей Смертин, бывший капитан сборной России по футболу, а ныне — инспектор РФС по борьбе с расизмом и дискриминацией. Как эффективно бороться с негативными проявлениями на трибунах и одновременно доносить до аудитории радость от предстоящего футбольного праздника? Об этом Алексей Смертин рассказал в интервью GR sport

«Футбол — отличная площадка для диалога»

— Алексей, в начале этого года вы стали инспектором РФС по борьбе с расизмом и дискриминацией в футболе. Сейчас на матчах РФПЛ работает специальная система мониторинга, которая и выявляет нарушения. Расскажите, как именно она работает? Ваши офицеры просто приходят на трибуну?

— Работа системы мониторинга предельно проста — мы выявляем матчи «повышенного риска», где возможны проявления дискриминации. Наблюдатели туда приходят по обычному билету и следят за ситуацией. Если на трибунах что-то происходит, то мы составляем рапорт и отправляем на рассмотрение в Контрольно-дисциплинарный комитет. И при всей этой простоте, система действительно уникальная — наш чемпионат первый из всех стран, который ее запустил.

— На Кубке Конфедераций ведь тоже работала похожая система. И судя по всему, справилась.

— Система мониторинга успешно себя зарекомендовала как на Кубке Конфедераций, так и в отборе на Чемпионате мира. И у этой системы есть огромные плюсы — моментальность принятия решений

и устранений проблемы, в том числе судья имеет право остановить матч, в случае проблем на трибунах и оскорблений.

— Сотрудничаете ли вы с FARE (Организация Football Against Racism in Europe борется против расизма и ксенофобии в европейском футболе)?

— Конечно, мы сотрудничаем! Как раз недавно, руководство FARE приезжало на наш круглый стол в Государственной Думе, где мы обсуждали вопросы дискриминации в спорте. А в октябре на матче ЦСКА — «Краснодар» прошла акция в рамках FARE Action week с участием игроков команд.

— FARE, которая отслеживает в том числе матчи российских команд в Еврокубках, обращает внимание не только на устные оскорбления, но и на дискриминационные баннеры. У них есть даже брошюра-шпаргалка с запрещенными символами. Вы тоже на это обращаете внимание на играх российского чемпионата?

— Мы руководствуемся не только дисциплинарным регламентом РФС, но и как раз документами FIFA и FARE, а в ближайшем будущем планируем сделать и собственную брошюру.

»» Мне удалось побывать на всех стадионах, которые уже построены. И лично для меня выбрать лучший сложно, потому что каждый является уникальным — я помню на каких полях и аренах мне иногда приходилось играть в России, так что, поверьте, эти стадионы — фантастика!

— Сейчас перед Чемпионатом мира в школах по стране проходят уроки «Футбол против дискриминации». По нашим сведениям, вы тоже принимали участие в них, и даже разбирали с детьми некоторые ситуации.

— Уроки в школах проводятся сейчас оргкомитетом Чемпионата мира по футболу. Недавно был как раз с певицей Зарой в одной из московских школ. Разобрали с детьми несколько кейсов, пообщались, было действительно интересно! Дети иногда предлагают абсолютно неординарные решения. Но всех секретов выдавать не буду (улыбается). Эти мероприятия будут не только перед Чемпионатом мира. Совместно с образовательным центром Insight мы разрабатываем уроки для учителей всех школ о культурном разнообразии нашей страны, где речь пойдет не только о футболе, а вообще о диалоге между людьми и взаимоуважении. А футбол на мой взгляд — это как раз отличная площадка для диалога.

«Привык говорить открыто то, что думаю»

— Помимо работы в РФС, вы еще являетесь послом Чемпионата мира в России. Задача посла — рекламировать мундиаль? Ведь даже такое грандиозное событие нуждается в том, чтобы о нем постоянно рассказывали.

— Задача посла, на мой взгляд, это не просто продвижение Чемпионата мира

в России, а популяризация футбола и его ценностей. Наша задача сделать все, чтобы как можно больше людей в России увлеклось этой игрой, чтобы Чемпионат мира-2018 стал только отправной точкой для того, чтобы снова в каждом дворе по всей стране ребята гоняли мяч.

— В качестве посла вы постоянно участвуете в мероприятиях Оргкомитета «Россия-2018», которые проходят по всей стране. Как-то специально готовитесь? Может, вам речи пишут?

— Над подготовкой каждого мероприятия Оргкомитета работает действительно великолепная команда профессионалов, и поэтому лично для меня участие во всех акциях приносит огромное удовольствие. Никаких заранее спланированных речей нет, я всегда привык говорить открыто то, что думаю.

— На конгрессе FIFA в Бахрейне вы были как посол Чемпионата? Что именно там обсуждалось? В чем состояло ваше участие?

— В Бахрейне я был не как посол, а как член FIFA Legends Team. Мы не были там номинально, мы участвовали как помощники президента Джанни Инфантино. На совещаниях обсуждали различные вопросы — это и видеоповторы и расширение команд-участников чемпионата мира. Все с полной серьезностью, ведь кто, как не футболисты могут принять здоровое решение.

— Что произвело самое сильное впечатление?

— Больше всего запомнилась игра против Диего Марадоны, даже не верилось, что выхожу на поле против легенды, за которой следил дома перед телевизором, когда был ребенком.

— Наверное, в ходе своей работы вы побывали на многих стадионах, открывающихся к Чемпионату мира. Какой из них вам показался самым лучшим?

— Мне удалось побывать на всех стадионах, которые уже построены. И лично для меня выбрать лучший сложно, потому что каждый является уникальным — я помню на каких полях и аренах мне иногда приходилось играть в России, так что, поверьте, эти стадионы — фантастика! Это великолепное наследие после турнира, которое способствует развитию футбола в стране. Сыграть на таких аренах будет мечтой для многих детей. К примеру, я был на открытии «Лужников» в сентябре, когда играли одновременно тысячи детей на новой арене. Эти глаза, полные счастья невозможно забыть.

— Вы сами играли на чемпионате мира за сборную России. Какие-то слова можете сказать тем ребятам, которые впервые выйдут за нашу национальную команду в таком турнире?

— Самое главное, что могу им пожелать — это раскованность и уверенность в своих силах. С самоотдачей проблем не будет, потому



ИМЯ: Алексей Геннадьевич Смертин
ДАТА РОЖДЕНИЯ: Родился 1 мая 1975 года.
ПРОФЕССИЯ: Российский футболист.
КАРЬЕРА: Выступал за «Уралан», московский «Локомотив», «Бордо», «Челси», «Портсмут», «Чарльстон Атлетик», Московское «Динамо», «Фулхэм». 1998-2006 — игрок сборной России. В 2004-2005 — капитан сборной. О завершении карьеры объявил в 2006 году. С 2010 года играл за «Локомотив» в пляжном футболе. После завершения карьеры футболиста работал советником президента «Локомотива» по селекционной политике, вице-президентом «Локомотива» по аналитической работе и спорту, советником президента в московском «Динамо». 29 мая 2012 года защитил диссертацию по специальности «социальная психология». **В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ:** В феврале этого года назначен инспектором РФС по борьбе с дискриминацией и расизмом. С сентября этого года совмещает этот пост с должностью исполнительного директора ФК «Динамо». Посол Чемпионата мира-2018.



что ребята и так чувствуют всю ответственность, а трибуны их будут гнать вперед. И раскованность как раз и нужна, чтобы домашние стены психологически ребят не передавили.

«У нас много талантливых ребят»

— В вашем родном Барнауле с 2005 года работает футбольная школа Алексея Смертина, которая недавно вошла в эксперимент, в рамках которого внедряется немецкая система подготовки футболистов. Чем она отличается от той, которая работала в России до этого?

— Самая главная особенность подготовки — это системность. Методология очень важна для закладки фундамента у будущих игроков. Раньше бывало так, что каждый





тренер учит так, как тренировали его самого. Теперь такого нет.

— Каких успехов за это время добились воспитанники школы?

— У нас много талантливых ребят, и к нам приезжают скауты футбольных клубов и приглашают их в свои академии. Мы не препятствуем переезду, так как это всегда развитие для игрока.

— В ней есть отделение для девочек?

— Да, и у нас очень успешные девочки. Несколько сейчас числятся в расширенном списке юношеской сборной, есть и те, кто заигран за взрослую команду.

«Легко выхожу за рамки комфорта»

— Закончив с профессиональным спортом, вы перешли в любительский — бегае марафоны. Как к этому пришли?

— Я всегда любил бегать. Это как вирус в крови. Всегда ставил сложные задачи

перед собой, и учился преодолевать себя. В марафоне все это присутствует.


— В чем принципиальное отличие в нагрузках между футболом и бегом?

— Футбол более травматичный вид спорта, постоянные стыки. Марафон же гораздо энергозатратнее. Объемы тренировок выше и больше, чем у футболистов.

— Вам, как подготовленному спортсмену, было проще? Или как иногда говорят, проще научить чему-то заново, чем переучить?

— И проще, и сложнее. Бег у меня не экономный, футбольный. В 40 лет сложно себя переучить. Энергии больше затрачиваю. С другой стороны, благодаря той закалке, которую заложил в меня отец, могу легко выйти за рамки собственного комфорта.

— В одном интервью вы говорили, что ваша цель — пробежать все главные марафоны планеты. Когда вы планируете это сделать? Нынешний плотный график мешает вам?

— Сложно, конечно, успевать все, учитывая, что необходимо время на восстановление. Сейчас есть четыре марафона за плечами, в следующем году шесть хочу закрыть. Бостонский один из них. 

»»» Над подготовкой каждого мероприятия Оргкомитета работает действительно великолепная команда профессионалов, и поэтому лично для меня участие во всех акциях приносит огромное удовольствие



8–10 ФЕВРАЛЯ

Москва, КВЦ «Сокольники», пав. 4

14-я Международная Специализированная Выставка

ВЕЛО ПАРК 2018

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
РАДИО ПАРТНЕР



MEGAPOLIS
89,5 FM

МЕДИА-ПАРТНЕРЫ

SportE3

Спортовары
ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЖУРНАЛ

VELOMANIA.RU



КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО
СПОРТ АКАДЕМИЯ РЕКЛАМА

bike4u.ru
Любительский велоспорт

АКТИВНЫЙ ОТДЫХ МОСКВА

rte
exhibitions

тел.: +7 (495) 789 4901 | e-mail: velo@rte-expo.ru

www.velo-park.ru

СТРАХОВАНИЕ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ



СЕРГЕЙ СОКОЛОВ,
руководитель
центра страхования
имущественных рисков
СПАО «Ингосстрах»

Тема спорта у нас в стране — одна из наиболее актуальных и востребованных. Российские города все чаще принимают у себя крупные соревнования международного масштаба, формируя для этого соответствующую инфраструктуру: стадионы, спортивные комплексы, номерной фонд и т.д. Чемпионат мира по футболу 2018 — очередное событие мирового масштаба, которое пройдет в России. О том, что помогает нашим спортивным объектам соответствовать мировым стандартам, а организаторам — проводить мероприятия на высоком уровне, рассказывает руководитель центра страхования имущественных рисков СПАО «Ингосстрах» Сергей Соколов

В последнее время государство активно популяризирует спортивные мероприятия и прикладывает значительные усилия по созданию и поддержанию в рабочем состоянии спортивных объектов. На Западе организация спортивных соревнований является бизнесом, приносящим серьезный доход и требующим огромных инвестиционных вложений на возведение дорог и безопасной спортивной инфраструктуры.


Строительство и эксплуатация объектов спортивной индустрии, организация и проведение спортивных мероприятий связаны с серьезными рисками, механизмы управления которыми изучаются не один год. На опыте работы «Ингосстраха», как одной из системообразующих компаний, рассмотрим один из эффективных инструментов управления рисками — страхование.

Для защиты используются различные виды страхования: личное, имущественное, страхование ответственности. Страховые механизмы активно использовались при организации и проведении масштабных спортивных событий, таких как Международный турнир по теннису «Кубок Кремля», зимние Олимпийские игры в Сочи 2014 года, этап Гран-при «Формулы 1» в Сочи-2014, Международное ралли «Шелковый путь — 2016», Чемпионат мира по хоккею с шайбой 2016, Чемпионат мира FINA по водным видам спорта 2015, Континентальный кубок FIS по лыжным гонкам 2016, Кубок конфедераций по футболу 2017, Чемпионат мира по футболу 2018. В рамках таких

событий наиболее распространено страхование имущества и страхование ответственности.

Страхование имущества в основном касается самих спортивных объектов, а также сопутствующей инфраструктуры как на стадии строительства / реконструкции, так и в процессе эксплуатации. Страхование ответственности защищает от возможных претензий третьих лиц (зрители, игроки и т.д.) к компаниям, эксплуатирующим спортивные сооружения, а также к организаторам соревнований.

Опыт работы «Ингосстраха» показывает, что потребность в защите и специфические требования к ее наполнению могут определяться несколькими сторонами: собственником или управляющей компанией объекта, исходя из своего понимания возможных опасностей, государственным заказчиком, осуществляющим закупку в рамках действующего законодательства, международной спортивной организацией.

Зачастую сложности возникают при создании рабочего механизма, удовлетворяющего требованиям международных спортивных организаций и соответствующего действующему законодательству РФ. Многолетний опыт «Ингосстраха» позволяет учесть данные нюансы при организации защиты, а также задействовать имеющуюся в компании ресурсную базу профессионалов — инженеров и специалистов по урегулированию убытков — для минимизации рисков, связанных с созданием и эксплуатацией уникальных объектов. 

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh 7.

Страхование
спортивных объектов



127994, Москва, ул. Лесная, д. 41
Центр страхования имущественных рисков
8 (495) 959 59 16, 234 60 01
fireins@ingos.ru
www.ingos.ru

Страхование в седьмом поколении

СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС

СТУДЕНЧЕСКИЕ ИГРЫ ИЛИ ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕЕ



Универсиада-2019 уверенно приближается к отметке «Год до Игр». Уже в следующем, 2018 году, на спортивных объектах пройдут тестовые мероприятия. Генеральный партнер турнира — ГМК «Норильский никель» вкладывает в проведение Игр более 2 млрд рублей. Компания подготовит Фанпарк «Бобровый лог» к проведению соревнований по горным лыжам, а также поддерживает образовательные и культурные инициативы в преддверии предстоящего спортивного праздника

«Норникель» принимает активное участие в строительстве и реконструкции объектов социальной инфраструктуры в регионах, где работают активы компании, как в рамках соглашений с государственными органами власти и органами МСУ, так и в результате реализации собственных бизнес-проектов социальной направленности.

Поддержка спорта высших достижений, развитие массового, студенческого и детско-юношеского спорта — важный элемент социальной политики компании. Поддержка Универсиады в Красноярске для компании — это инвестиции в будущее. Студенты — участники и волонтеры Игр, скоро сделают первые шаги в деловом мире, станут первоклассными специалистами,

возможно, останутся жить и работать в Красноярском крае и будут уже представлять собой лояльный кадровый потенциал компании «Норникель».

Несомненно, проведение такого масштабного спортивного события как Универсиада, служит толчком для экономического, политического и статусного роста города Красноярска и Красноярского края на мировой арене. В ходе подготовки к студенческим играм создаются новые рабочие места, в первую очередь в строительной сфере.

Например, в Фанпарке «Бобровый лог» сейчас полным ходом идут работы по модернизации. Также активно развивается





ВЛАДИМИР ПОТАНИН,
президент
«Норникеля»

«Как крупнейшая российская социально ответственная компания, «Норникель» традиционно поддерживает значимые спортивные проекты, направленные на развитие массового спорта и пропаганду здорового образа жизни»



малый и средний бизнес в сфере услуг и сервисов, которые будут необходимы гостям города — это и гостиничный бизнес, и общепит, экскурсионное и туристическое направления, выпуск лицензионной продукции Универсиады-2019. Все это способствует развитию малого предпринимательства, помогает формированию конкурентоспособной среды, а также занятости населения.



> ФАНПАРК «БОБРОВЫЙ ЛОГ»

Всесезонный парк спорта и отдыха Фанпарк «Бобровый лог» — инвестиционный проект компании «Норникель».

В декабре 2006 года «Бобровый лог» открылся в формате горнолыжного комплекса, в июле 2007 года были введены объекты для летнего отдыха. В строительство уникального multifunctional спортивного комплекса «Норникелем» было вложено порядка 5 млрд рублей, на подготовку объекта к Универсиаде-2019 планируется потратить более 1 млрд рублей.

В заявочном досье Красноярска на право проведения Всемирной зимней Универсиады-2019 Фанпарк «Бобровый лог» был указан единственным готовым сертифицированным объектом для проведения соревнований (на момент предоставления заявки FISU, 2012 год).

Горнолыжный комплекс находится в городской черте, располагает 14 горнолыжными трассами разной степени сложности общей протяженностью почти 10 км с перепадом высот 350 м. Пропускная способность объекта более 5 тыс. человек в день. 9 горнолыжных трасс прошли сертификацию на соответствие мировым стандартам, установленным Международной федерацией лыжного спорта (FIS).

За год комплекс посещают более 300 тыс. человек. Более чем за 10 лет Фанпарк «Бобровый лог» по праву стал визитной карточкой не только города, но и края, и является любимым местом для отдыха и занятий спортом в любое время года. Фанпарк очень плотно интегрировался в спортивное и культурное пространство города и края. Событийная жизнь Фанпарка «Бобровый лог» насыщена



ЕЛЕНА БЕЗДЕНЕЖНЫХ,
вице-президент
«Норникеля»

— «Мы решили поддержать студенческий спорт, потому что это очень важно не только для Красноярского края, но и для всей страны. Мы горды тем, что «Норильский никель» стал генеральным партнером такого глобального мероприятия.

Для нас это вдвойне важно, поскольку Зимняя универсиада пройдет в Красноярском крае, где расположена наша основная производственная площадка — Заполярный филиал. Мы надеемся, что при нашей поддержке Студенческие игры будут не просто большим и увлекательным мероприятием, но и местом, где люди будут по-доброму общаться и встречаться, а потом вспоминать об этом много раз.

Важным для нас также является наследие Зимней универсиады. В наше соглашение с Дирекцией мы заложили целый пласт прав и обязательств по содержанию комплекса «Бобровый лог» после

проведения Студенческих игр для того, чтобы все жители Красноярского края, Сибири и всей России могли воспользоваться объектами и заниматься там спортом».



МАКСИМ УРАЗОВ,
генеральный директор
исполнительной
дирекции XXIX
Всемирной зимней
Универсиады 2019 года
в Красноярске

— «Сибирским городам выпал очень крупный шанс проявить себя. Участие компании «Норильский никель» — это инвестиции, это возможность использовать опыт компании, это залог успеха. Большое количество красноярцев смогут принять участие в подготовке и проведении Игр.

Мы сможем открыть Красноярск и Сибирь миру, показать, что есть крупные города, с развитой инфраструктурой, доброжелательными жителями. Об этом проекте будут говорить с гордостью, а Красноярск появится на мировой карте событий, что позволит и в будущем проводить нам подобные мероприятия».



спортивно-развлекательными мероприятиями и детскими праздниками.

На склонах Фанпарка в ходе Универсиады будет разыграно 9 комплектов медалей по горнолыжному спорту. Соревнования пройдут в пяти дисциплинах: SL — слалом (трасса 5-4-2); GS — гигантский слалом; SG — супер-гигант; горнолыжная комбинация (SL+SG); PS — параллельные командные соревнования.

Для проведения соревнований на территории комплекса предполагается построить:

- > Спортивно-тренировочный блок (СТБ),
- устройство системы видеотрансляции.

Здание переменной этажности 3-5 этажей, общей площадью 4 200 кв. м, с многофункциональным спортивным залом и благоустройством территории. Помещения спортивно-тренировочного блока во время проведения студенческих игр будут использоваться для переоборудования спортсменов, работы технических делегатов, секретариата судейской бригады, медперсонала, тренеров, а также в здании запланировано размещение системы тайминга и комментаторских кабин.

Система видеотрансляции включает в себя коммуникации для размещения порядка 40 камерных позиций, расположенных непосредственно на горнолыжных трассах.



Кроме того, для подготовки Фанпарка «Бобровый лог» к Универсиаде будет реализовано:

- > Расширение горнолыжных трасс в соответствии с требованиями Международного технического комитета FISU по Зимней универсиаде 2019 и реконструкция системы искусственного снегообразования.
- > Создание интегрированной системы безопасности в соответствии с Требованиями по зонированию территории, антитеррористической защищенности и безопасности объектов проведения XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 в г. Красноярске.
- > Строительство вертолетной посадочной площадки для санитарного авиатранспорта.
- > Приобретение машин, оборудования и инвентаря, необходимых для проведения соревнований по горным лыжам.



78 номеров
221 место



Банный комплекс
вместимостью
до 40 человек



Зал для
конференций



Канатно-кресельная
дорога с обзорной
площадкой



Спортивная
площадка: 300 м



Горнолыжные
трассы общей
длиной 3 270 м



Байк парк
общая длина трасс
6 500 км



Трансфер

ВСЕСЕЗОННЫЙ КУРОРТ «МАНЖЕРОК»



ВЕСНА

воздушные ванны
праздник цветения
алтайской сакуры
пантовые ванны
фототуры



ЛЕТО

спортивная площадка
трассы для даунхилла
экскурсии
конные маршруты
прокат квадроциклов и велосипедов



ОСЕНЬ

грибные туры
банные программы
соревнования по даунхиллу
экскурсии
по "Золотому Алтаю"



ЗИМА

горные лыжи и сноуборд
обучение с инструкторами
прокат снаряжения
каток
снегоходы и мотособаки

15,5%
ежегодный
прирост
клиентов
за последние
5 лет



КРУГЛЫЙ ГОД

гостиничный комплекс
экскурсионные подъемы на обзорную площадку (высота 1200 м)
скадодром, веревочный парк
перевернутый дом
2 детские площадки
беседки, мангальные зоны
сувенирные лавки, фито-аптеки, медовые и сырные магазины
кафе-столовая русской домашней кухни



ЛОКАЦИЯ:

Алтай, на берегу озера Манжерокского
у подножья горы Малая Синюха

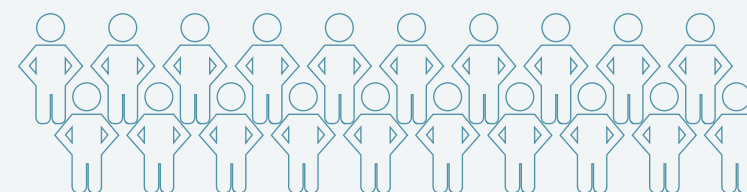


2389 м

протяженность канатно-
кресельной дороги



КУРОРТ В ЦИФРАХ



218 000 человек
посетили курорт в 2016 году



2 часа
средняя
продолжительность
катания



3,5 часа
средняя
продолжительность
пребывания на курорте



30 минут
продолжительность
подъема или спуска
на верхнюю станцию



ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ПРОГРАММЫ ПРОЕКТА

Реализация проекта осуществляется совместно с Правительством Республики Алтай через ФЦП. За счет ФЦП уже построена подъездная дорога от федеральной трассы до с. Озерное



**ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ
ОЗЕРА МАНЖЕРОКСКОЕ**
предусмотрено бюджетом - 70,8 млн руб.
реализовано на 11.2017 - 21,2 млн руб.
планируется 49,6 - млн руб.

СОСТАВ РАБОТ: очистка и углубление дна,
выборка иловых отложений. Окончание работ - 2018 г.



**СТРОИТЕЛЬСТВО МЕХАНИЧЕСКОЙ
СИСТЕМЫ ОСНЕЖЕНИЯ**
Предусмотрено бюджетом - 545,2 млн руб.
Реализовано на 11.2017 - 87,1 млн руб.
Планируется - 458,1 млн руб.

СОСТАВ РАБОТ: строительство инфраструктурной части
системы оснежения. Окончание работ - 2018 г.



ТРЕНДЫ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ. МАССОВЫЙ СПОРТ



ВАЛЕРИЙ ГОРЕЛИКОВ,
директор Центра
спортивного
менеджмента
Университета «Синергия»

СПОНСОРСТВО МАССОВОГО СПОРТА

Валерий Гореликов, директор Центра спортивного менеджмента Университета «Синергия», — о том, с чем связан рост интереса спонсоров к аудитории массовых спортивных стартов и почему организаторы событий все чаще обращаются к подобному формату мероприятий

> СПОНСОРАМ ИНТЕРЕСНЫ АУДИТОРИИ

Профессиональный спорт является отличной возможностью для интеграции спонсоров, не зря самая дорогая реклама в мире — в спорте! Спортивные соревнования продолжают притягивать много-миллионные аудитории. Это болельщики, которые приходят на стадионы и арены, телевизионные болельщики и те, кто следит за спортом в новых медиа (интернет-ресурсы, социальные сети и мобильные приложения). Все эти аудитории спорта сегодня востребованы и активно используются спонсорами.

В последнее время большой интерес для спонсоров представляет такая аудитория как участники мероприятий, особенно в массовых видах спорта. Массовый спорт в России представлен множеством соревнований — лыжные гонки, легкоатлетические забеги и марафоны, студенческий и школьный спорт. Все эти старты собирают большие аудитории участников и болельщиков, многие соревнования проводятся одновременно по всей стране.

Всероссийская массовая лыжная гонка «Лыжня России» является самым масштабным по количеству участников

и географическому охвату зимним спортивным мероприятием во всем мире. От Камчатки до Балтики в нашей стране на старт выходят более чем 800 тыс. любителей спорта. Большой интерес к спортивному празднику проявляют представители бизнес-сообщества. Спонсорами «Лыжни России» в разные годы выступали крупнейшие корпорации — «Газпром», «Роснефть», ЛУКОЙЛ и другие.

Всероссийский день бега «Кросс нации» стал одним из самых массовых спортивных мероприятий. В 2004 году он собирал около 100 тыс. участников, а уже в 2017 году на старт вышли почти 1,5 млн по всей стране. Все эти соревнования привлекают своей массовостью и географией.



> МАРАФОНЫ

Примером качественной работы спонсоров в массовом спорте является Московский марафон. На протяжении последних лет аудитория этого события растет и уже насчитывает более 30 тыс. человек. В 2016 году «Промсвязьбанк» подписал пятилетнее соглашение о титульном партнерстве с Московским марафоном. Доля финансового участия «Промсвязьбанка» в этом проекте составляет порядка 40% от бюджета всего мероприятия. С 2016 года забег носит название «Промсвязьбанк Московский марафон».



В последнее время большой интерес для спонсоров представляет такая аудитория как участники мероприятий, особенно в массовых видах спорта

Была выпущена банковская карта Mastercard World «В движении» — это первая в России карта для любителей спорта и бега с технологией бесконтактной оплаты Mastercard Contactless. Помимо титульного спонсора у Московского марафона есть несколько уровней спонсоров и партнеров — так компания Asics выступает спортивным партнером. «ВТБ-Страхование» и AQVA mineral active — официальные партнеры марафона.

Интересный региональный опыт работы с аудиторией любителей бега наработан в Татарстане. На старт самого массового забега, в рамках проекта TatarRun, «Казанского марафона-2017» вышло порядка 10 тыс. человек. Перед гонкой в Казани соревнования прошли в Иннополисе,

Нижнекамске, Альметьевске, Набережных Челнах, а также состоялся забег по ночной Казани. У всех этих забегов были спонсоры и партнеры. Такие компании как «Ак Барс Банк», «ТАТНЕФТЬ» и «Нижнекамскнефть» выступили титульными спонсорами пробегов. Но у организаторов проекта TatarRun уже есть планы по расширению аудитории участников — есть планы проведения в республике аналогичных соревнований в плавании, велогонках и лыжных гонках. Есть идея нового бренда для всех этих мероприятий — Timerman. Проект Timerman расширит число участников событий и видов спорта. Это приведет к увеличению интереса со стороны спонсоров к этим мероприятиям, которые будут интересны за пределами Татарстана и России.

Оригинальная идея у организаторов серии пробегов Фармэко «Бегом по «Золотому кольцу». Это красивая серия забегов по историческим городам России — Кострома, Сергиев-Посад, Рыбинск, Ярославль, Ростов Великий и Москва. Такой серии марафонов нашелся титульный фармацевтический партнер — Группа компаний «Фармэко».

Одновременно как спонсор и организатор выступает сеть спортивных магазинов «Высшая Лига», которая



проводит серию беговых событий, серию тренировочных сборов, академию бега, плавания и триатлона у себя в Краснодарском крае. «Сочи Автодром полумарафон», «5000 м с Высшей Лигой», «Абрау Дюрсо заплыв «Шампанское Озеро», #СоchiМарафон и многие другие активности стоят в календаре событий спортивного ритейлера.

Все эти мероприятия проходят в красивых локациях, расположенных у моря или в горах — Сочи, Анапа, Геленджик, Краснодар, — отличные места для проведения соревнований и отдыха участников.

Более 25 тыс. атлетов приняло участие в этих турнирах в 2017 году. Это не осталось незамеченным партнерами «Высшей лиги», которые стали спонсорами этих стартов наравне с организаторами. Ведущие производители спортивной экипировки Nike, Puma и Asics выступили титульными и техническими спонсорами серии беговых событий, за последние несколько лет. В планах организаторов расширение географии и количества турниров.





➤ СТУДЕНЧЕСКИЙ СПОРТ

Еще одной перспективной аудиторией массового спорта является студенческий спорт, который сегодня активно продвигается через создание студенческих лиг по различным видам спорта — Национальная футбольная студенческая лига (НФСЛ), Студенческая хоккейная лига (СХЛ), Студенческая волейбольная ассоциация (СВА), проект «Мини-футбол в ВУЗЫ» и самая массовая студенческая лига — Ассоциация студенческого баскетбола (АСБ).

АСБ на сегодня лидер по всем показателям студенческого спорта — более 800 команд из 69 регионов России, в которых выступают более 10 тыс. молодых спортсменов. Лига проводит более 4 тыс. матчей за сезон. Это очень привлекательные показатели для многих брендов, которые готовы выстраивать свои долгосрочные коммуникации с теми, кто уже завтра станет активным потребителем. И лига эти преимущества эффективно реализует, выстраивая разноплановое сотрудничество со своими спонсорами и партнерами уже на протяжении длительного времени. У Ассоциации студенческого баскетбола есть приличный пул спонсоров и партнеров. Генеральным партнером лиги является компания НОВАТЭК. Генеральные спонсоры — компания СИБУР и Банк ВТБ,

официальный технический спонсор — компания Spalding, партнеры — «НортГаз» и «Калинов родник». Со всеми своими партнерами лига выстраивает взаимовыгодное партнерство — бренды активно интегрированы в многочисленные проекты АСБ («Студенческая лига ВТБ», «Матч Звезд АСБ», «Лига Белова» и другие), баскетбольные команды АСБ принимают участие в мероприятиях спонсоров (SIBURCUMP, Мастер-классы для корпоративных мероприятий СИБУР и Банка ВТБ).

➤ ШКОЛЬНЫЙ СПОРТ

Школьный спорт уже давно имеет свое массовое представительство во многих видах спорта. Особенно это видно в игровых видах — футбол, хоккей и баскетбол пользуются популярностью у современных школьников так же, как и много лет назад. Но сегодня в организации масштабных всероссийских турниров помогает поддержка многочисленных спонсоров и партнеров детских соревнований.

Знаменитый турнир «Кожаный мяч» собирает ежегодно более 14 тыс. любительских футбольных команд, состоящих из игроков в возрасте от 12 до 15 лет и проводится уже более 50 лет. Благодаря поддержке компании Coca-Cola Россия этот турнир позволяет ребятам не только соревноваться со своими сверстниками со всей России, но и дает реальный шанс прикоснуться к событиям мирового уровня.

Так, в 2017 году лучшие юношеские любительские футбольные команды получили право сыграть в международном юношеском турнире COPA Coca-Cola и побывать на матчах Кубка конфедераций FIFA 2017. В следующем сезоне победитель всероссийского финала турнира «Кожаный мяч — Кубок Coca-Cola» в старшей возрастной категории примет участие в международном футбольном

лагере COPA Coca-Cola, который в 2018 году пройдет в России. Победители в других возрастных группах, смогут посетить игры Чемпионата мира по футболу FIFA 2018™. Благодаря проведению Кубка конфедераций FIFA 2017 и Чемпионата мира по футболу FIFA 2018™ в России турнир «Кожаный мяч» выйдет на новый уровень.

В хоккее есть массовый турнир среди дворовых команд — Всероссийский традиционный турнир на призы клуба «Золотая шайба» имени А.В. Тарасова. Турнир «Золотая шайба» — массовое детское спортивное соревнование, всесоюзный и всероссийский хоккейный турнир среди детских команд с полувековой историей. Поддержку турниру оказывают компании «Роснефть» и «Адамас».

Еще одним примером детского хоккейного турнира является «Кубок Газпром нефти» — крупнейший детский хоккейный турнир Европы U-11. Турнир проходит с участием детских команд клубов Континентальной хоккейной лиги. Сегодня в турнире принимают участие команды из России, Белоруссии, Казахстана, Латвии и Финляндии. «Кубок Газпром нефти» имеет беспрецедентный для детских соревнований уровень организации: матчи обслуживают профессиональные судьи, игры проходят на ледовых аренах, профессиональных команд КХЛ. Партнерами турнира выступили компании ССМ и Honka. Оба детских хоккейных турнира поддерживает благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко.

Интересный массовый проект в баскетболе — школьная баскетбольная лига «КЭС-БАСКЕТ». В этом году проект стартует уже в 11-й раз, с каждым годом к «КЭС-БАСКЕТ» присоединялись десятки регионов. Теперь состязания охватывают сотни тысяч школьников в 68 областях страны. Для определения финалистов соревнования проходят в несколько этапов, начиная от районного и заканчивая окружными.

Главная его «фишка» в том, что победитель среди юношеских и девичьих команд получает бесплатную путевку на Финал четырех Евролиги УЛЕБ — самого крутого турнира в европейском баскетболе. При этом организаторы проекта дарят участникам настоящую профессиональную баскетбольную

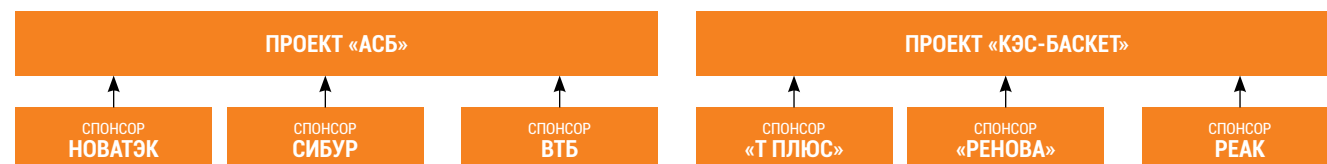


➤➤➤ **Организованный массовый спорт, особенно в школьном и студенческом сегменте, является очень перспективной аудиторией для сотрудничества спорта и бизнеса**

форму и профессиональные баскетбольные мячи. Поддерживают данный турнир компании «Т-Плюс», «РЕНОВА» и поставщик спортивной экипировки компания РЕАК.

Еще одним ярким примером стал проект Ассоциации мини-футбола России, который проводит турнир «Мини-футбол — в школу». Стартовав в 2005 году, турнир собрал под свои знамена 240 школ из 6 субъектов Российской Федерации. В прошлом сезоне число участников составило более 1,3 млн человек и 12 110 школ из 84-х субъектов нашей страны. Памятные призы и подарки участникам соревнований вручали партнеры проекта: компании «Норильский никель», «Спортмастер», Росбанк. Победители 12-го сезона получили от компании «Йокохама Рус» путевку в летний «Лагерь Чемпионов ФК «Челси»», где прошли подготовку у тренеров английского клуба. Компания «Таркет Рус» предоставила победителям спортивное напольное покрытие для школьного зала.

Организованный массовый спорт, особенно в школьном и студенческом сегменте, является очень перспективной аудиторией для сотрудничества спорта и бизнеса. Это активная часть населения, через которую можно выстраивать интересные каналы взаимодействий и активаций. Это перспективный потребитель, который легко воспринимает новые продукты и сервисы компаний. Успешное взаимодействие с такими аудиториями — большой потенциал для спонсоров в будущем.



АНДРЕЙ КАВУН (IRONSTAR): «Мы создали качественный продукт, и сегодня он становится инвестиционно привлекательным»

Андрей Кавун, генеральный директор и партнер IRONSTAR, рассказал GR sport о том, как компания, основанная в 2013 году группой триатлетов-любителей, объединённых идеей проведения соревнований, смогла завоевать рынок триатлона в России и создать на российской территории аналог знаменитого бренда Ironman



АНДРЕЙ КАВУН,
генеральный директор /
партнер IRONSTAR, член
Общественного совета
при Министерстве
спорта РФ, бизнесмен

> ПРО СПОНСОРОВ

Рынок спонсорства в секторе спортивных ивентов только начинает развиваться, а рынок триатлона сегодня представляет собой еще более узкий и молодой сегмент.

Парадигма спортивного маркетинга больше уходит в охват аудитории, мы же всегда представляем потенциальным спонсорам и партнёрам не только ширину охвата, а в первую очередь качество аудитории — тех участников

стартов IRONSTAR, с которыми соприкасается бренд во время соревнований, до и после них. Триатлеты (и начинающие, и те, кто уже давно в спорте) — это достаточно интересная аудитория по своему профайлу. Около 30% участников наших стартов — владельцы собственного бизнеса, 15% — топ-менеджеры компаний; собственники компаний управляют активами более 200 млрд руб в год и предоставляют более 50 тыс. рабочих мест. Многие заводят на стартах новые знакомства, находят бизнес-партнёров и даже заключают сделки. Поэтому и премиальные бренды, и бренды среднего плюс сегмента интересуются партнёрством с IRONSTAR.

ТРИАТЛОН В МИРЕ

ТРИАТЛОН — это вид спорта, состоящий из плавания на открытой воде, велогонки и бега. Все этапы проходятся в непрерывной последовательности.

САМЫМИ РАСПРОСТРАНЕННЫМИ ДИСТАНЦИЯМИ ЯВЛЯЮТСЯ:

			
★ СУПЕРСПРИНТ	0.4	10	2.5
★ СПРИНТ	0.75	20	5
★ ОЛИМПИЙСКИЙ	1.5	40	10
★ ПОЛУЖЕЛЕЗНЫЙ	1.93	90	21.1
★ ЖЕЛЕЗНЫЙ	3.86	180	42.2
★ УЛЬТРА ЖЕЛЕЗНЫЙ	10	420.2	84.3

единицы измерения в километрах



Мы сотрудничаем с известными спортивными компаниями: например, Argon 18, TYR и Hoka One One, в 2017 году пул спонсоров пополнил международный автомобильный бренд Mercedes-Benz. Мы придумываем различные модели взаимодействия наших

партнёров с целевой аудиторией IRONSTAR. Обычно они интегрируют в старты свои активности — устраивают тест-драйвы, делают лаунж-зоны и участвуют в атмосферной упаковке соревнований.

Однако на текущий момент я не могу сказать, что партнёров и спонсоров достаточно много. Эти категории я дифференцирую по принципу взноса: спонсоры участвуют непосредственно финансово, а партнёры — это бартерное взаимодействие. Но и то и другое участие оказывает необходимый экономический эффект на проведение мероприятий, бюджет которых варьируется от 7 до 25 млн рублей и более. Много зависит от статуса мероприятия и интеграции профессиональных спортсменов в участие. А некоторые зарубежные масштабные старты по триатлону иногда стоят более \$1,5 млн.

Сейчас я оцениваю спонсорскую поддержку в районе 10% от общих затрат на мероприятие, но уверен, что в ближайшем будущем гораздо больше спонсоров соприкоснется с брендом IRONSTAR. Хорошим результатом на растущем рынке триатлона будет 30%-40% доля спонсорских денег, тогда проект будет интересен не только участникам, но и акционерам, которые этот бизнес организуют.

IRONSTAR

ОПТИМАЛЬНЫЙ ПУТЬ К ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



Первоначально бизнес был убыточным из-за того, что рынок был очень маленьким. В проект были вложены десятки миллионов рублей от шести сооснователей IRONSTAR. Мы создали качественный продукт, и сегодня он становится инвестиционно привлекательным.

Вместе с ростом рынка мы постепенно приближаемся к той цели, которую изначально перед собой ставили. Прогноз бюджета на 2017 год положительный, а в ближайшем будущем надеемся выйти на прибыль.

> ПРО РЫНОК

Рынок триатлона в России будет развиваться и дальше. Если в 2015 году на старты IRONSTAR вышли чуть менее тысячи участников, то в 2017-м — около 4 тыс. триатлетов. В следующем году мы планируем увеличить этот показатель вдвое. Тренд налицо: ежегодный прирост трафика колоссальный.

Ёмкость рынка триатлона в России мы оцениваем примерно следующим образом: в стране около 8 — 10 тыс. триатлетов, и половина из них активно участвует в соревнованиях. Потенциальный рынок я оцениваю в 25-30 тыс. и рассчитываю,

Многие сегодняшние триатлеты сначала бегали марафоны или полумарафоны. В какой-то момент они заскучали и решили испытать себя на следующей ступени — в трех дисциплинах — в циклических видах спорта, испытать свою выносливость и раздвинуть границы невозможного.

что мы приблизимся к этой цифре в 2020 году. Для сравнения: в небольшой Великобритании — 140 тыс. триатлетов, в Германии — 100 тыс., в США в прошлом году было 4 млн финишеров триатлонных стартов.

На необъятных просторах нашей страны количество увлеченных триатлоном однозначно будет расти. Рынок будет все более конкурентным, причём российские соревнования будут конкурировать с международными стартами. Но учитывая экономические факторы: то что участие в иностранных стартах значительно дороже, качественные продукты на рынке триатлона в России с уникальными локациями просто необходимы.

Кроме того, Россия сейчас на первом месте в мире по приросту трафика марафонцев — набирая около 300% в год, мы обошли Китай и Филиппины. Однако в абсолютном выражении у нас очень скромные показатели: если за 2016 г. в России было 250 тыс. человеко-стартов,



на беговых соревнованиях, где использовался электронный хронометраж, то в той же самой Америке в этот период было — 20 млн. При этом динамика роста потрясает. Я думаю, что параллельно также будет развиваться триатлон и выходцы из марафона придут в триатлон.

Многие сегодняшние триатлеты сначала бегали марафоны или полумарафоны. В какой-то момент они заскучали и решили испытать себя на следующей ступени — в трех дисциплинах — в циклических видах спорта, испытать свою выносливость и раздвинуть границы невозможного. Триатлон молодеет, становится модным, и в тоже время более доступным.

На российском рынке появились компании, которые дают велосипеды, гидро-

костюмы и прочее снаряжение в аренду. Поэтому порог входа в триатлон стал гораздо ниже. Новички покупают или арендуют экипировку попроще и готовят несколько месяцев к короткой дистанции. За это время они понимают, нужен им триатлон или нет.

ПРО МАРКЕТИНГ

Продвижение триатлона в рамках IRONSTAR началось с наших indoor-соревнований. Мы вместе с нашим партнером, компанией World Class, начали проводить старты и собирать базу участников, необходимую для конвертации в outdoor-старты. Это был первый камень в фундаменте IRONSTAR.

ТРИАТЛОН В РОССИИ

ПРОЕКТ IRONSTAR TRIATHLON RUSSIA СОЗДАН ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ АКТИВНОГО И ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В РОССИИ

IRONSTAR

ДЛЯ УЧАСТНИКОВ

- соревнование и отдых
- профессионалы и любители, а также люди с ограниченными возможностями
- забеги для детей и женщин

ДЛЯ БИЗНЕСА

- экономическая выгода
- аудитория и качество контакта
- networking
- узнаваемость бренда

Мы посчитали, что экономический эффект в 2016 году в федеральный, региональный и городской бюджеты в среднем за старт составлял около 200 млн рублей.

Затем мы начали использовать все каналы маркетинга — и оффлайн, и онлайн, чтобы работать с триатлонными сообществами и клубами.

Кроме того, трафик триатлетов мы увеличиваем за счет корпоративных клиентов. Например, в эстафетном зачете доля корпоративных участников уже больше трети от общего состава. Мы работаем с Роснефтью, Сбербанком, SAP, Газпромом, Лукойлом, СИБУР и другими.

Привлекаем звезд в качестве амбассадоров. Приглашаем политиков к участию в наших стартах и ведем GR-работу. Среди наших участников ВРИО Глава Удмуртии Александр Бречалов, министр по делам молодежи и спорта Татарстана Владимир Леонов, ведем переговоры и с другими министрами.

Сейчас мы сконцентрированы на уникальных российских локациях, прорабатываем их с точки зрения привлечения спортсменов и работы с администрациями. Помимо наших главных локаций — Сочи и Казани, сейчас в пуле городов

IRONSTAR и Завидово. Вот-вот будет открыта регистрация на эпический старт в городе Москва.

Сегодня основная маркетинговая задача — привлечение иностранных участников на наши старты. Они уже приезжают к нам и участвуют в соревнованиях, в этом году в Сочи мы дважды проводили брифинг на английском языке.

ПРО ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

Городские администрации с радостью идут на контакт. Нам даже приходят запросы и предложения из регионов, которые пока не входили в планы по проведению наших стартов. Чиновники понимают, какой эффект наши соревнования оказывают на экономику региона.

Мы посчитали, что экономический эффект в 2016 году в федеральный, региональный и городской бюджеты в среднем за старт составлял около 200 млн рублей. В каждое из мероприятий IRONSTAR вовлечены около 7-10 тыс. человек. Согласно нашей статистике, каждый участник триатлона привозит с собой минимум четырех болельщиков — это друзья и родственники.

80% участников прошлого года соревнования в Казани приехали из других городов, в среднем они провели там 4 дня.



Расходы на билеты, питание и проживание за это время мы оцениваем в 32 тыс. рублей на человека — именно такой средний чек был в прошлом году в Казани. Суммарные затраты гостей из других городов — 192 млн рублей. Когда мы проводим соревнования в Сочи, доля приезжих участников составляет 99%, а чек повыше — 40 тыс. рублей на человека. Эти деньги, соответственно, возвращаются в федеральные и региональные бюджеты в виде налогов. А несколько лет назад триатлеты уезжали на страты за границу и эти деньги оставляли там. Наша задача — предложить спортсменам качественный продукт в России.

Городские власти, наблюдая такую тенденцию, помогают нам в организации стартов, например, в сложнейшем перекрытии дорог. Рестораторы и отельеры поняли, что мы привозим именно ту платежеспособную аудиторию, которую они хотели бы видеть у себя. Работаем с представителями инфраструктурных объектов, отелями. Ведь, наши соревнования — это всё-таки не только про сам триатлон, мы рассматриваем старты как спортивно-туристические мероприятия, где участники привозят свои семьи и могут отдохнуть одновременно.

21 ВСЕРОССИЙСКИЙ СЪЕЗД ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ

Fit Hit company

6-7
ДЕКАБРЯ



МИНИСТЕРСТВО СПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЛИЧНОЕ УЧАСТИЕ В МОСКВЕ
+ ОНЛАЙН ВСЯ РОССИЯ

ГЛАВНОЕ ДЕЛОВОЕ СОБЫТИЕ

- Освещение наиболее актуальных вопросов в продвижении современных методов управления и инноваций в развитии спортивно-оздоровительной индустрии.
- Распространение передового опыта и технологий построения успешного бизнеса.
- Консолидация усилий по созданию высоких стандартов оказания фитнес-услуг.

Генеральный
косметический партнер

faberlic

Стратегический
партнер

ПРОМЫСЛОВЫЙ
МОСКОВСКИЙ
МАРАФОН

Инновационный
партнер

5FIT INNOVATION
FITNESS

Технический
партнер

FITMC.
PRO

Официальные партнеры:

УНИВЕРСИТЕТ
СИНЕРГИЯ

СИНЕРГИЯ
ШКОЛА БИЗНЕСА

WISDOM COLLEGE
OF FITNESS
& WELLNESS
КОЛЛЕДЖ ФИТНЕСА
И ВЕЛЛНЕСА

savetax
Антиналоговый консалтинг

Белая Дача

Официальные информационные партнеры:

РОССИЯ 24

МАТЧ!

ONFITRU

СБК

CLUB BUSINESS
RUSSIA, CIS and BALTICS

Sport
магазин

SportB3

SportsFacilities
сооружения и индустрия спорта

iceindustry

www.fithitcompany.ru

www.nationalfitness.ru



WHF
WORLD
HOCKEY
FORUM

2017
14-15
ДЕКАБРЯ

WORLD
HOCKEY

FORUM

Главное событие года
в профессиональном
хоккее



*The main ice hockey
event of the year*

КОНГРЕСС-ПАРК ГОСТИНИЦЫ "РЭДИССОН РОЙАЛ" МОСКВА
РЕГИСТРАЦИЯ: WHFORUM.RU / +7 495 256 80 82

II МЕЖДУНАРОДНЫЙ ХОККЕЙНЫЙ ФОРУМ