



footballindustry

2018

Football Book
2018

СИСТЕМА ZXY Спортивный Трекинг

ПРЕИМУЩЕСТВА СИСТЕМЫ ZXY

- Общее системное готовое решение, полностью разработанное специально для целей спортивного отслеживания с применением уникальных технологий
- Гораздо более устойчива к окружающим переменным условиям на площадке по сравнению с другими технологиями
- Может использоваться как внутри, так и вне помещений
- Может полностью контролировать функции, статус и конфигурацию каждого транспондера динамически во время сессии
- Нет потерь информации о позиции во время онлайн трансляции. Не требуется повторная передача.
- Носимый транспондер меньше и легче, чем GPS и носится более безопасно и комфортнее
- Использует FCC/ETSI официально утвержденных на международном уровне каналов передачи в 5ГГц.
- Не нуждается в поддержке датчиками IMU вычислений и оценки отслеживающей технологии
- Отсутствие взаимодействия с любыми другими беспроводными коммерческими технологиями на площадках (таких как WIFI) (Zigbee использует 2.4GHz)
- Имеющаяся дальность — километр удовлетворяет большинство видов спорта
- Низкоэнергетический интерфейс bluetooth с поддержкой партии совместимых биометрических датчиков сторонних производителей
- Диагностику и обновления всех ZXY компонент системы можно сделать удаленно в режиме реального времени
- Интегрированный моночип IMU с 1000 — герцовыми 9-ти осевыми - акселерометром, магнитометром, гироскопом
- Может одновременно отслеживать с высокой точностью без потери данных до 80 игроков @20Гц или 32 игрока @50Гц или 16 игроков @100Hz — по Вашему выбору!

ПАРАМЕТРЫ ОТСЛЕЖИВАНИЯ

ID игрока

Интенсивность

- Высокая Интенсивность
- Ускорения (Спринт)
- Общая дистанция

Нагрузки и показатели тренировки

- Угол поворота
- Коэффициент мощности усилий
- Скорость вращения
- Пульс
- Позиции (X, Y и Z)
- Направление тела
- Скорость в зоне
- Замедление
- Ускорение
- Скорость вне зоны

Данные синхронизируемые во времени

- Позиция (с частотой 20 Гц или 100Гц)
- Расстояние пробежки, бега, быстрого бега и спринта
- Ускорения - замедления
- Индекс эффективности (общий и уск./ зам.)
- Частота шага
- Индекс мощности ноги (усилие)
- Интенсивность вращения
- Изменение курса (направления тела)

Статус батареи

Видеоряд

ТОЧНОСТЬ СИСТЕМЫ

Каждый радиоблок содержит 60 антенн и использует фазированную RF — методику — наиболее передовую в мире. Точность одиночного радиоблока составляет 0,05 градуса в свободном пространстве при идеальных условиях (8 см на 100 м)

Каждый блок имеет угловой охват в 100 градусов



ЭРГОНОМИЧНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ СИСТЕМЫ

Игроки, как правило, очень требовательно относятся ко всей новой экипировке, которую они должны носить, будь то бутсы, шорты или что-нибудь еще, что может рассматриваться как дополнительный раздражающий фактор во время игры. Это касается и любого устройства для измерения показателей, которые им приходится носить.

ZXY была разработана в результате многих итераций физического проектирования в работе с различными футбольными клубами для создания легкого и эргономичного транспондера, который игроки могут носить во время матчей на эластичном поясе вокруг талии.

Транспондер, расположенный выше на торсе, увеличивает риск столкновений игроков при контактной игре и связанных с этим травм. Это также требует более неудобной для ношения жилетки, которая ограничивает движения.

Любые опасения по поводу использования ZXY на основе RF транспондера на теле могут быть легко развеяны. Каждый транспондер излучает приблизительно 1 мВт энергии, что эквивалентно энергии, которую Вы получаете от солнечного света.

Это сопоставимо с излучением мощностью 2 Вт от типичного мобильного телефона (что в 2000 раз больше, чем у ZXY транспондера).

ПОДДЕРЖИВАЕМЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ ИНТЕРФЕЙСЫ

ZXY PC SUITE — Пользовательский интерфейс устанавливаемый на ноутбуках на базе Windows

Может быть использован для анализа динамических данных в ходе сессий или для анализа данных после сессии видео.

- Monitor — Создание, запись и контроль сессий
- Replay — Воспроизведение записанных сессий вместе со статистикой и видео
- Statistics — Подробная статистика за одну или несколько сессий
- Players — Администрирование Игроков
- Support — Веб-страница поддержки
- Status — Индикация текущей работы компонент
- Settings — Настройка размещения различных приложений

ZXY WEB STATISTICS UI — Онлайн web-портал с данными, доступными через 30 секунд после завершения сессии

- Team Statistics — Посмотр и сравнение статистики игрока за одну или несколько сессий
- Player Statistics — Индивидуальная статистика игроков и эффективность
- Report Generator — Создание простых отчетов
- Administration - Управление командами, игроками, настройками и т.д.

Приложения на IOS/Android — Доступны для использования во время сессии

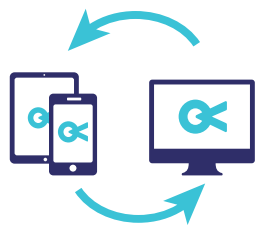
- Управление системой и сессиями (START/STOP).
- Дружественный интерфейс
- Автоматическая запись базы данных
- Доступ к данным в режиме реального времени
- Действия по просмотру и управлению отслеживающей камерой
- Публикация анализа и статистики



Английский в твоём ритме жизни!



Безлимитные занятия
с носителями языка



В любое время на
любом устройстве



Измерение
эффективности

*Пройди тестирование на сайте mmals.ru
и получи **бесплатный** доступ к онлайн занятиям
с носителями языка на **целых 48 часов!***

8 (495) 120-13-15
(доб.1013)

mmals.ru
online@mmals.ru



football industry 2018

Издатель:
ООО «Бизнес-технологии»

Генеральный директор:
Светлана Данилина

Арт-директор:
ИП «Матвеев И.В.»

Адрес:
г. Москва, ул. Ибрагимова, д. 31,
кор. 47, офис 410

Телефон редакции
+7 (495) 640 87 30

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

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

Отпечатано в типографии:
ООО «Вива-Стар»
г. Москва,
ул. Электrozаводская, д. 20 стр. 3

Тираж: 5 000 экземпляров
совокупно с электронной версией
Подписано в печать 31.05.2018

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

Согласно ФЗ от 29.12.2010
№ 436-ФЗ Каталог Football
Industry 2018 относится
к категории информа-
ционной продукции для
детей, достигших возраста
шестнадцати лет.

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

© ООО «Бизнес-технологии».

16+

Содержание

Футбольные поля: сделано в России! Компания «БАМАРД»	4
Система стабилизации корнеобразующего слоя Grass Max systems Компания «БАМАРД»	7
Освещение футбольных полей СТК «Гелиосити»	10
Компания «Дельта Контролс». Что нам стоит стадион построить? И эксплуатировать... ..	14
«Атлас-Фрактал» дебютировал на футболе благодаря проекту «Казань Арена» Компания «ИНТВ»	16
ISD / ООО «Разработка информационных систем»	20
Автоматизация профессиональных спортклубов и спортивных объектов. Компания «Инфоматика»	22
Компания «Коломаги-Спорт»	24
Инфраструктура «Екатеринбург Арены» полностью готова к ЧМ-2018. Компания КРОК	26
Зрительские кресла для спортивных сооружений. Компания «New Coliseum»	32
Оптилон – производство искусственных травяных покрытий	34
ШПП «РОССПОРТ» – один из ведущих российских производителей спортивной формы и экипировки	38
Компания SKIDATA – мировой лидер по разработке систем контроля и управления доступом и их эффективному управлению	42
Digital-трансформация «Спартак»: футбол в интернете	46
Группа компаний «СпортиКо»	50
LuckyTicket – инновационная и надежная билетная система компании Ticket Soft для решения любых маркетинговых задач	54
Компания «Флоордизайн»	60
Экипировочный центр «Юнайтед спорт»	64
Позитивные моменты и проблемы в работе российских футбольных клубов	66
Компания «Интерспортстрой»	70

Футбольные поля: сделано в России!



Стадион «Мелодия» г. Апрелевка Нарофоминский район.

ИСКУССТВЕННЫЙ ГАЗОН ВСЕРЬЕЗ И НАДОЛГО СТАЛ НЕОТЪЕМЛЕМЫМ ЭЛЕМЕНТОМ РОССИЙСКИХ СТАДИОНОВ. ПРОТИВНИКИ ИСКУССТВЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПЕРИОДИЧЕСКИ ВЫСКАЗЫВАЮТ СВОИ ДОВОДЫ «ЗА» И «ПРОТИВ», ОДНАКО СУРОВЫЙ РОССИЙСКИЙ КЛИМАТ В БОЛЬШИНСТВЕ РЕГИОНОВ СТРАНЫ С ТРУДОМ ПОДДАЕТСЯ НАМЕТИВШЕЙСЯ В МИРЕ ТЕНДЕНЦИИ К ГЛОБАЛЬНОМУ ПОТЕПЛЕНИЮ.

ДО НЕДАВНИХ ВРЕМЕН ИСКУССТВЕННЫЕ ГАЗОНЫ НА РОССИЙСКИХ СТАДИОНАХ УКЛАДЫВАЛИСЬ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ ИЗ ЕВРОПЫ И АМЕРИКИ. ОДНАКО СИТУАЦИЯ ИЗМЕНИЛАСЬ, И ВО МНОГОМ БЛАГОДАРЯ КОМПАНИИ «БАМАРД», КОТОРАЯ УСПЕШНО ОСВОИЛА ПРОЦЕСС ПРОИЗВОДСТВА ИСКУССТВЕННЫХ ПОКРЫТИЙ В РОССИИ.

Сегодня АО «Компания «БАМАРД» не только производит искусственные газоны, но и осуществляет комплексное строительство футбольных полей, используя в своей деятельности высокоточную лазерную планировку основания футбольного поля, дренажно-аэрационную систему MegaGried, системы жидкостного обогрева и полива, энергоэффективное искусственное освещение, мобильные фитосветовые установки для выращивания натурального газона, сборно-разборный модульный настил, технологию стабилизации основания методом имплантации искусственного волокна в натуральный газон Grass Max systems.

Началась эта во многом поучительная история импортозамещения в далеком 1996 году, когда

фирма получила статус дилера у нескольких крупных европейских и американских поставщиков спортивных покрытий. Поскольку специфика товара подразумевает не только продажи, но и его монтаж, компания «БАМАРД» стала постепенно уходить в сегмент выполнения подрядных работ «под ключ».

ТРИ В ОДНОМ

В начале XXI века компания начала продвигать искусственные газоны на российском рынке спортивных сооружений сразу в трех качествах: производителя, поставщика и подрядчика в области монтажных работ. Требования к подрядной части еще более возросли, поскольку искусственные газоны требовали квалифицированного монтажа,



Стадион «РЖД-Арена» ФК Локомотив, г. Москва.

который немислим без целого комплекса инженерных работ, включая подготовку основания футбольного поля, монтаж специализированных инженерных систем, дренаж, обогрев и освещение. Так АО «Компания «БАМАРД» постепенно стала переходить в строительный сегмент, а ее корпоративная структура разрослась до уровня холдинга. Значительная часть компаний холдинга сохранила торговую специализацию, причем, в основном это касалось плоскостных спортивных сооружений.

2008 год стал переломным в корпоративной судьбе компания «БАМАРД». Несмотря на явно наметившийся в тот момент мировой финансовый кризис, фирма сумела освоить новый большой бизнес-сегмент — производство искусственной травы на отечественной материальной базе в Димитровграде на территории бывшей текстильной фабрики.

С технологической точки зрения, искусственная трава напоминает ковровую продукцию. Это подоснова, в которую прошиваются синтетические

нити. Изначально, до 2008 года, все сырье являлось привозным — это касалось и нитей, и подосновы из латекса. Буквально за 2 года ситуацию с сырьевым обеспечением компании удалось изменить до неузнаваемости: после организации производства латексного компаунда и полиэтиленовой нити на долю импортируемых материалов приходилось всего 15%! Иными словами, искусственные газоны «БАМАРД» стали российским товаром в чистом виде.

В 2007 году компания приобрела во Владимирской области небольшой завод по переработке шин и резино-технических изделий, который в настоящее время вырос в крупнейшее предприятие по изготовлению высококачественного резинового гранулята, используемого для засыпки искусственной травы.

В 2015 году АО «Компания «БАМАРД» основала на базе данного предприятия еще один завод по производству рулонных резино-каучуковых спортивных покрытий и резиновых плит Regumond, производительностью 450 000 – 500 000 м² в год.

>>>>>



Стадион «Петровский», г. Санкт-Петербург.

➡ Стадион «Спартак», г. Петрозаводск, республика Калерия.



Проектированием и подбором оборудования занимались российские и европейские специалисты, работающие в этой области несколько десятков лет. Данная продукция соответствует жестким требованиям, предъявляемым к спортивным покрытиям, и широко используется на открытых и закрытых спортивных площадках, в тренажерных залах, на теннисных кортах, а также на объектах промышленного назначения.

ЛИЦЕНЗИЯ ФИФА И КОНКУРЕНЦИЯ С КИТАЕМ

После того, как Россия получила право на проведение Чемпионата Мира по футболу 2018, АО «Компания «БАМАРД» удалось получить у ФИФА официальный статус российского производителя газонов. Теперь продукция компании сертифицирована на международном уровне после прохождения соответствующих ресурсных тестов в лабораториях ФИФА на предмет устойчивости производимых покрытий к механическому износу и погодным воздействиям.

Топ-менеджеры компании нередко подчеркивают довольно распространенную в России тенденцию, которая заключается в ежедневном противостоянии конкурентам из Китая. В этом не сложно убедиться, посетив любую из спортивных выставок, как в России, так и за рубежом.

Можно ли это назвать здоровой конкурентной борьбой? Здесь каждая из сторон имеет свой ответ. Неизменно лишь то, что российские производители традиционно не придерживаются практики демпинга. Продукция наших соотечественников

не является самой дешевой на рынке. И здесь во главу угла ставится вопрос качества и надежности.

«В прошлом году при Российском футбольном союзе была создана рабочая группа, в которую вошли представители крупнейших производителей и поставщиков. Среди них была и наша компания. В итоге на сайте РФС появился свод требований к искусственным полям», — отмечает Максим Львович Уклюдов, коммерческий директор АО «Компания «БАМАРД».

По его словам, есть достаточно неплохие китайские производители покрытий с лицензией ФИФА, но основная масса восточноазиатских производителей не контролируется никем и, попросту говоря, неподконтрольна рынку.

«С учетом того, что для российского потребителя фактор цены очень важен, а понимание важности тех или иных характеристик продукта отсутствует в силу небольшого опыта, возникает ситуация, когда с китайцами очень сложно конкурировать, потому что потребитель не понимает, за что он должен переплачивать. Мы, конечно, пытаемся это объяснить, но нас не всегда слышат. Пожалуй, это сейчас — основной вызов. Это понимают люди из всех компетентных структур: РФС, который в ряде случаев сертифицирует свои поля даже строже, чем ФИФА, Министерство спорта, которое выставляет достаточно суровые технические задания на поставку полей по федеральной программе и требует обязательной сертификации. Но всю страну не охватишь, некоторые проекты делаются на местные деньги, там уже люди принимают самые разные решения», — считает Максим Львович Уклюдов. ☑

Система стабилизации корнеобразующего слоя Grass Max systems



➡ Стадион «Фишт», г. Сочи.

К СОЖАЛЕНИЮ, НАТУРАЛЬНЫЕ ГАЗОНЫ НА ФУТБОЛЬНЫХ СТАДИОНАХ НЕ ОБЛАДАЮТ ПРОЧНОЙ КОРНЕВОЙ СИСТЕМОЙ, ПОЭТОМУ ЕЕ НЕОБХОДИМО УКРЕПЛЯТЬ И СТАБИЛИЗИРОВАТЬ. В ЦЕЛЯХ ПОДДЕРЖАНИЯ ВЫСОКИХ СПОРТИВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ТРАВЯНОГО ПОКРЫТИЯ КОМПАНИЯ «БАМАРД» ПЕРВОЙ В РОССИИ РАЗРАБОТАЛА И ЗАПУСТИЛА В ПРОИЗВОДСТВО ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ВЖИВЛЕНИЯ ИСКУССТВЕННЫХ ИМПЛАНТОВ В КОРНЕОБРАЗУЮЩИЙ СЛОЙ ПОЛЯ. СЕГОДНЯ О GRASS MAX SYSTEMS РАССКАЗЫВАЕТ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ, МАКСИМ УКЛЮДОВ.

— Что послужило первопричиной разработки Grass Max systems?

— Распространенные в спортивной индустрии системы стабилизации корнеобразующего слоя футбольных газонов — Fibrelastic и Fibresand — морально устарели и не устраивают владельцев стадионов по целому ряду причин. На смену этим технологиям пришла принципиально новая — Grass Max systems, которую в мире на данный момент используют 3 компании, одна из которых — БАМАРД. Суть технологии в следующем: каждые 2х2 см в натуральный газон при помощи специальной машины вживляются искусственные импланты на глубину 18 см. Импланты остаются в основании

поля и укрепляют корневую систему, а над его поверхностью имплант возвышается на 2,5 см, что ниже стандартной высоты натурального газона (3,5-4 см). Таким образом, процедура ухода за полем с вживленными имплантами остается неизменной, т.к. при стрижке газона искусственные импланты не затрагиваются.

— На каких расчетах основана глубина вживления имплантов?

— Дело в том, что корни натуральной травы растут на глубину от 10 до 20 см, поэтому мы рассчитали оптимальную глубину для имплантов — 18 см. Все футбольные поля строятся на песчаной основе

>>>>



➡ Стадион «Центральный» к ЧМ 2018 Екатеринбург-Арена, г. Екатеринбург.

с небольшим добавлением органики. Но песок — субстанция достаточно подвижная, и ее необходимо армировать. В данном случае армирование обеспечивают импланты. Они позволяют траве развиваться и иметь оптимальный стебель. Импланты стабилизируют песок и избавляют от необходимости «лечить» газон после игры, особенно после дождя или в период межсезонья.

В природе функцию стабилизации выполняют корни, которые держат дерн или корнеобразующий слой. Но большинство футбольных газонов характеризуются слабой корневой системой, поэтому функцию стабилизации выполняют искусственные импланты.

— Как технически организован процесс имплантации и каковы его сроки?

— На футбольном поле одновременно работают 2 машины, которые мы приобрели в Германии. А специальные импланты с повышенными эксплуатационными характеристиками мы разработали и производим на собственном заводе в России. Имплантационная машина работает на гусеничном ходу, имеет сервопривод и управляется при

помощи лазера. По всей длине футбольного поля устанавливаются лазерные датчики, а на самой машине — приемник, который и подает команды на сервопривод. Ширина имплантации — 1,76 м, один такт составляет 2,5 секунды, т.е. машина вживляет 88 имплантов за каждые 2,5 секунды. Таким образом, количество проколов на 1 м² футбольного поля составляет 2 500, а общая длина вживляемых имплантов на всю площадь — 47,1 км.

Время имплантации одного стандартного футбольного поля занимает 10-14 дней в зависимости от состояния основания. Вживлять импланты можно как в чистое основание без газона, так и в уже существующий газон. Основное требование заключается в том, чтобы в основании поля был песок без крупных камней, способных сломать иглы.

— Сколько футбольных полей с имплантами на сегодняшний день в активе компании?

Максим Уклюдов: В 2016 году мы проимплантовали 6 стадионов в Германии, включая основные и тренировочные поля ФК «Боруссия» (Дортмунд) и ФК «Кельн», а в России — стадион «Фишт» в Сочи. Кстати, сочинское поле тренер



➡ Стадион ФК «Боруссия», г. Дортмунд (Германия).

сборной Бельгии после товарищеского матча со сборной России (3:3) назвал одним из лучших в мире. Помимо стадиона «Фишт», к Чемпионату Мира по футболу 2018 технология вживления искусственных имплантов применена на поле стадиона «Санкт-Петербург», на стадионе «Екатеринбург-Арена», на двух футбольных полях Учебного тренировочного центра в Новогорске, на стадионе им. Славы Метрели в Сочи.

Оставаясь примерно в одном ценовом диапазоне с двумя другими компаниями, осуществляющими вживление синтетических имплантов (одна из Германии, вторая — из Голландии), нашу компанию отличает более высокое качество. Например, в отличие от конкурентов, нам не нужно подрезать волокна после имплантации. Именно поэтому нас и пригласили работать на шести немецких стадионах. Цена имплантации является вполне подъемной не только для клубов высших дивизионов, она примерно сопоставима со стоимостью искусственного газона высокого качества. По мере ужесточения конкуренции в данной рыночной нише цены будут постепенно снижаться.

— Какова официальная позиция ФИФА по имплантированным газонам?

— По стандартам ФИФА, такие поля относятся к натуральным, а не к гибридным или тем более искусственным. Первые импланты появились на стадионах ЧМ-2010 в Южной Африке, затем — в Бразилии, и вот теперь будут задействованы на ЧМ-2018 в России.

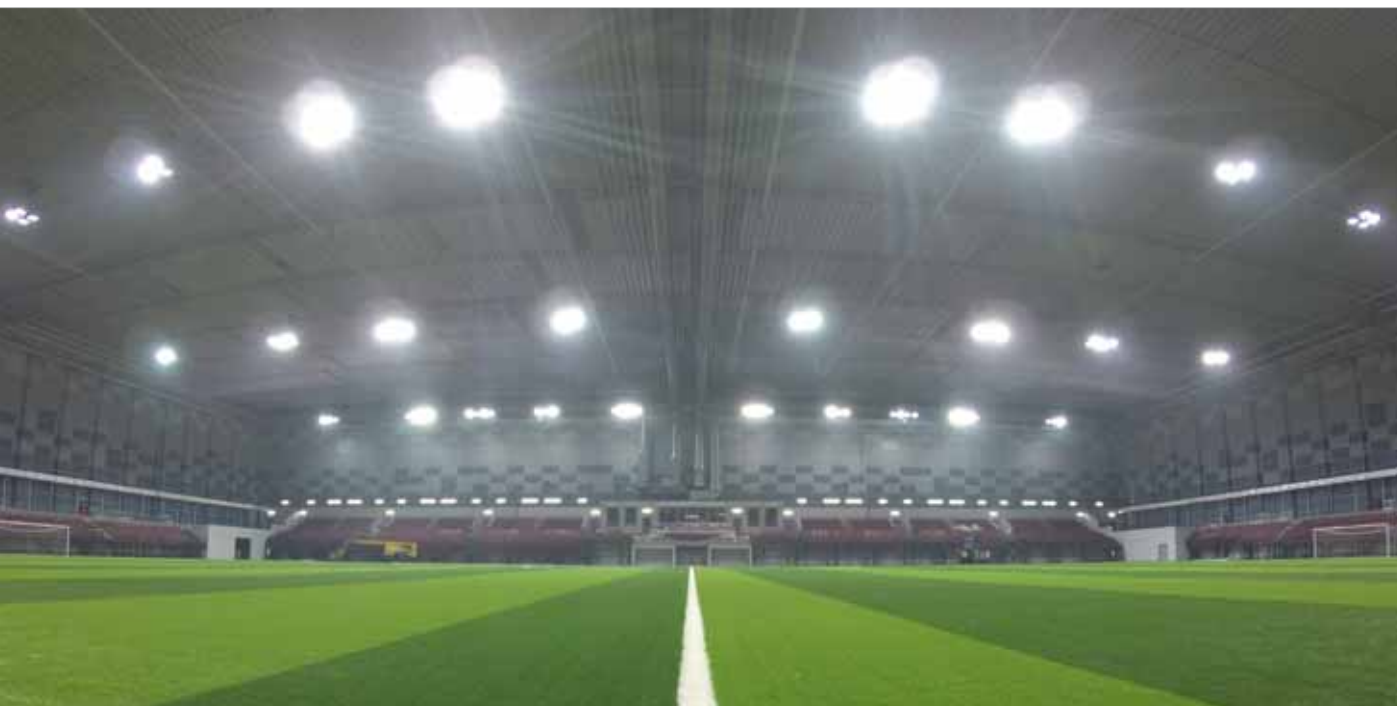
Все 12 российских стадионов в утвержденном ФИФА обязательном порядке должны применить технологию стабилизации корнеобразующего слоя. Тенденция последних 2-3 лет заключается в том, чтобы также провести имплантацию и на тренировочных полях. Это упрощает процесс ухода за натуральным газоном и ведет к существенному сокращению эксплуатационных расходов — для обслуживания таких полей нужно меньшее количество агрономов.

И если раньше футбольный клуб имел в распоряжении от 10 до 15 футбольных полей, которые нужно было постоянно содержать, то сейчас клубу достаточно 2-3 полей с имплантацией, на которые можно смело давать максимальную нагрузку. ➡



Компания «БАМАРД»
тел./факс: +7 (495) 510-67-67, +7 (495) 514-09-09
e-mail: s@bamard.ru
сайт: www.bamard-sport.ru, www.bamard.ru

Освещение футбольных полей



Освещение крытого футбольного манежа «Пермь Великая», г. Пермь.

СОЗДАНИЕ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЙ УСТАНОВКИ ДЛЯ ФУТБОЛЬНЫХ ПОЛЕЙ ЯВЛЯЕТСЯ СЛОЖНОЙ ЗАДАЧЕЙ, РЕШЕНИЕ КОТОРОЙ ТРЕБУЕТ ВЫСОКОЙ КВАЛИФИКАЦИИ ИНЖЕНЕРА-СВЕТОТЕХНИКА И ТЕСНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СО МНОГИМИ ДРУГИМИ УЧАСТНИКАМИ ПРОЕКТА: ЭЛЕКТРИКАМИ, АРХИТЕКТОРАМИ, КОНСТРУКТОРАМИ, ТЕХНОЛОГАМИ. ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ СПОРТИВНОГО ОСВЕЩЕНИЯ ТРЕБУЕТСЯ УЧИТЫВАТЬ ИНТЕРЕСЫ ИГРОКОВ, СУДЕЙ, ЗРИТЕЛЕЙ, ТЕЛЕРЕПОРТЕРОВ, ФОТОГРАФОВ.

Освещение футбольных полей — одна из интереснейших задач для проектных светотехнических компаний. Основные тонкости кроются в нормативных требованиях для обеспечения высококачественной телетрансляции игр. Так, например, для стадионов ЧМ-2018 цветовая температура должна быть в диапазоне от 4000 К до 6500 К, а индекс цветопередачи CRI более 90.

Также очень важно обеспечить минимальное слепящее действие и высокую равномерность как горизонтальной, так и вертикальных освещенностей в направлении всех ТВ-камер. Это обусловлено высокими требованиями телекомпаний для осуществления замедленных повторов игровых моментов. Все эти параметры обеспечиваются

не только грамотным выбором осветительных приборов, но и компетенциями проектировщиков, реализующих спортивное освещение.

ВЫБОР ОБОРУДОВАНИЯ

В настоящий момент для освещения спортивных сооружений с телетрансляциями часто применяются короткодуговые двухцокольные металлогалогенные лампы, короткая световая дуга и небольшие размеры которых позволяют наиболее эффективно распределять световой поток. Очень хорошее качество цветопередачи и возможность использования с устройством мгновенного перезажигания лампы в горячем состоянии позволяют применять их в осветительных установках высшего уровня,



предназначенных для проведения международных и национальных соревнований с ТВ-съемками.

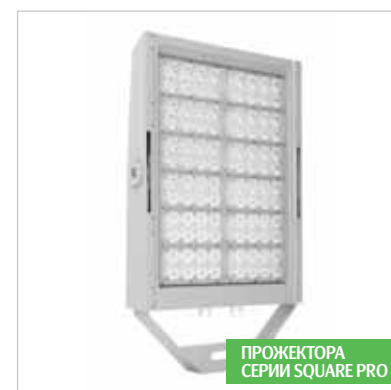
Также для этих целей все чаще используются более дорогостоящие светодиодные прожекторы, обладающие рядом неоспоримых преимуществ: срок службы, энергоэффективность, стабильность характеристик, моментальное включение, качество света, количество оптик, удобство обслуживания и многие другие.

Основными критериями выбора оборудования для освещения футбольных полей являются светотехнические параметры, эксплуатационные характеристики, экономические показатели и конструктивные

особенности, позволяющие наиболее рационально решить задачу освещения. В зависимости от нормируемого уровня освещенности и расстояний до освещаемой поверхности применяются осветительные приборы разного светораспределения и разной мощности источника света. Ряд зарубежных светотехнических фирм производят высококачественные прожекторы и светильники для освещения спортивных сооружений. Одной из таких компаний является итальянская фирма PiL (ранее SBP), продукция которой представлена на отечественном рынке с 1994 г. и имеет большой опыт эксплуатации в различных регионах России. Гарантия на продукцию составляет 5 лет.

Освещение тренировочного футбольного поля к ЧМ-2018, Олимпийский Комплекс «Лужники», г. Москва.

>>>>>



ПРОЖЕКТОРА СЕРИИ SQUARE PRO



ПРОЖЕКТОРА СЕРИИ HORO



ПРОЖЕКТОРА СЕРИИ RAY



➤ Прожекторы RAY 2000 на опоре освещения. Стадион «Локомотив», г. Калининград.

➤ Процесс нацеливания прожекторов RAY 2000. Тренировочное футбольное поле к ЧМ-2018, Олимпийский Комплекс «Лужники», г. Москва.

Для освещения футбольных полей применяются прожектора серии HORO – асимметричного светораспределения и серии RAY – круглосимметричного светораспределения с различными оптиками. Прожектора работают с металлогалогенными лампами мощностью 1 и 2 кВт и имеют версии снабженные блоками мгновенного перезажигания (БМП) лампы из горячего состояния.

Говоря о светодиодных прожекторах, то это, конечно же, SQUARE PRO, имеющий большой выбор мощностей и вариантов светораспределения.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ ОСВЕЩЕНИЯ ФУТБОЛЬНЫХ ПОЛЕЙ

За девятнадцать лет успешной работы «СТК «Гелиосити» накопила большой опыт в проектировании

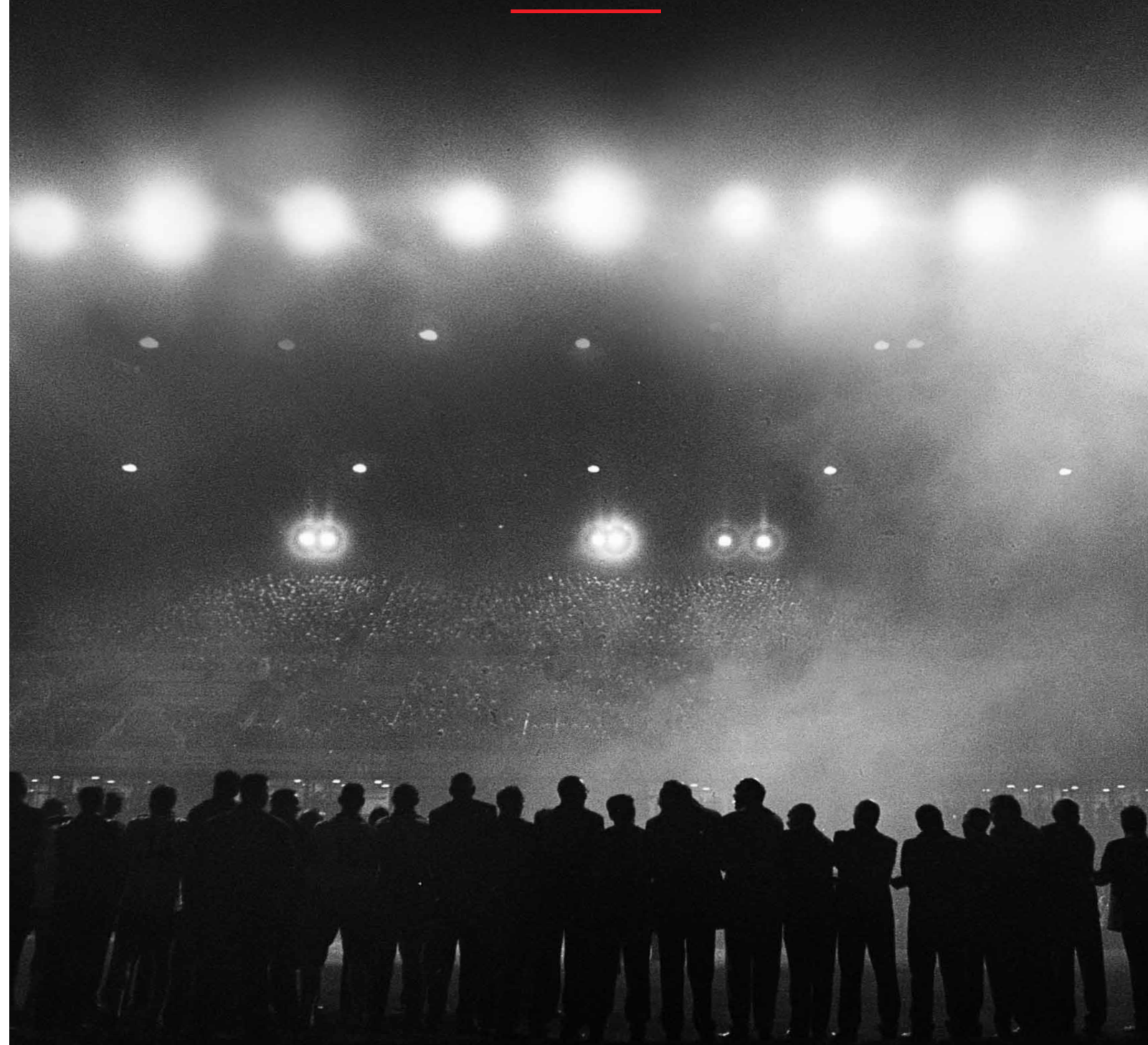
и реализации осветительных установок спортивных сооружений и, в частности, футбольных полей, и может гарантировать компетентный подход к освещению вашего спортивного объекта.

Специалисты «СТК «Гелиосити» соблюдают все стандарты, регламенты, нормы и правила по освещению спортивных сооружений для различных видов спорта. Проектируя спортивное освещение, мы стараемся учесть каждую деталь, совокупность которых приводит к реализации осветительных установок, отвечающих самым строгим требованиям Заказчиков.

Мы предлагаем нашим Заказчикам комплексный подход к задаче освещения спортивных объектов: Проектирование + Поставка осветительного оборудования и металлоконструкций + Монтаж. ☑

О С В Е Щ Е Н И Е О Б Ъ Е К Т О В Л Ю Б О Й С Л О Ж Н О С Т И

АРХИТЕКТУРНОЕ | ЛАНДШАФТНОЕ | СПОРТИВНОЕ | ТРАНСПОРТНОЕ | ПРОМЫШЛЕННОЕ



ООО «СТК «Гелиосити»
Россия, Москва, Дубининская ул., д. 57, стр. 2, офис 2.301
Бизнес-центр «Брент Сити»
тел.: +7 (495) 926-29-24
e-mail: info@heliocity.ru, сайт: www.heliocity.ru
www.facebook.com/heliocity.lighting/

HELI CITY
свет: концепция, поставка, реализация

HELI CITY

www.heliocity.ru
info@heliocity.ru
8(495)926-29-24

Компания «Дельта Контролс»

Что нам стоит стадион построить? И эксплуатировать...

➔ Панель аналитики CopperTree Analytics.



ТЕКСТ: Михаил Трифонов, генеральный директор ООО «Дельта Контролс»

В настоящее время Россия переживает строительный бум в области спортивных объектов: здесь и стадионы Кубка мира по футболу 2018 и ледовые дворцы и другие сооружения, строящиеся по федеральной программе «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016-2020 годы».

И для заказчиков и для подрядчиков понятна последовательность действий при строительстве стадиона: составление ТЗ, проектирование, строительство

и пуско-наладка. Когда же дело доходит до эксплуатации построенного, то начинается самое интересное: заставить работать то, что построили. Дело в том, что процесс проектирования и строительства сопровождается различного рода «оптимизациями» и результат может разительно отличаться от исходного видения. К тому же, служба эксплуатации организуется не в начале проекта, когда она может внести правильные требования к Техническому заданию, а «пост фактум» — когда стадион построен и с ЭТИМ надо что-то делать.

Стадион рассматривается владельцами как коммерческий объект, который должен принести

прибыль. Естественно, для увеличения прибыли можно пойти двумя путями: увеличение стоимости билетов, аренды, рекламы или уменьшение расходов: уменьшение затрат на персонал, удешевление обслуживания объекта, экономия ресурсов.

Поскольку спортивные объекты не являются предметом первой необходимости для населения (к сожалению), то увеличивать до плюс бесконечности доходную часть нереально — никто не придет на матч, никто не купит рекламные места или арендует площади. Поэтому основным направлением для владельца является сокращение расходов.

Сокращение расходов на эксплуатацию приведет к тому, что ремонты будут нужны постоянно, а их стоимость многожды перекроет экономию, полученную на строительстве. Убытки от действий или от бездействия неквалифицированных сотрудников могут превзойти затраты на хорошо обученный, грамотный персонал. И в результате никто не захочет иметь дело с таким объектом: ни приглашенные артисты или спортсмены, ни жители, ни персонал. И опять, владельцу придется тратить с таким трудом сэкономленные деньги еще раз подтверждая пословицу: «Скупой два раза платит, а ленивый два раза делает».

Таким образом, мы видим, что единственно возможным способом обеспечить необходимое качество обслуживания является грамотная организация и интеграция работы всех служб и всех систем стадиона. Интегрирует все эти службы и события — Автоматизированная Система Управления Зданием (АСУЗ). АСУЗ является единственным инструментом, который облегчает жизнь службе эксплуатации и снижает финансовую нагрузку на владельца.

АСУЗ обеспечит проведения спортивного или другого мероприятия с необходимыми мерами безопасности, комфортом и удобством для посетителей и игроков, простотой управления режимами и сценариями для службы эксплуатации и необходимым энергосбережением и оптимальным расходом ресурсов. В зависимости от графика



➔ Общая панель АСУЗ enteliWEB.

мероприятий изменяется нагрузка на инженерные системы и системы безопасности, причем при проведении игр или концертов динамика изменений гораздо выше чем при ежедневных занятиях спортом местных жителей.

Если сравнить доходно-расходную часть управления спортивным объектом, то выяснится, что разница доходов в дни проведения мероприятий и в обычные дни гораздо выше разницы расходов в эти же дни. Это получается из-за относительно высокого потребления ресурсов (электричество, тепло, вода) в обычные дни т.к. отапливать помещение необходимо, а доход от продажи билетов на каток или в спортзалы гораздо меньше чем от продажи билетов на игру.

В связи с этим особенно остро встает вопрос применения энергосберегающих технологий, утилизации или рекуперации тепла/холода, использования альтернативных и/или возобновляемых источников энергии.

Уменьшение штата эксплуатации, предупреждение аварий, уменьшение ЗИПа и увеличение межрегламентных интервалов — это только часть экономического эффекта от работы АСУЗ. На практике, реальное снижение потребления ресурсов может составить от 10% до 40% в зависимости от качества алгоритмов АСУЗ и вида систем. ☑



Компания «Дельта Контролс»
129626, Россия, г. Москва ул. Староалексеевская д. 5, офис 152
тел: +7 (495) 988-80-28
сайт: www.deltacontrols.ru

«Атлас-Фрактал» дебютировал на футболе благодаря проекту «Казань Арена»



Интерфейс предпросмотра и управления выходами медиасервера Атлас-Фрактал в Казань-Арене.

Для формирования информационной графики и видеоконтента во время Кубка конфедераций 2017 и при трансляции Российской футбольной премьер-лиги компания ИНТВ развернула свой медиасервер «Атлас-Фрактал» на стадионе «Казань Арена» — домашней площадке футбольного клуба «Рубин». Оборудование и программное обеспечение будет использовано в ходе Чемпионата мира по футболу 2018 года.

После первой инсталляции на хоккейной арене в Уфе «Атлас-Фрактал», не имеющий аналогов на рынке, вызвал повышенный интерес со стороны стадионов, ориентированных на самые разные виды спорта. Благодаря возможностям медиасервера, интеграторы стали включать его в состав своих комплексных решений в тендерах. И один из таких комплексов был выбран для обновления медиастудии главной футбольной арены Казани в преддверии Кубка конфедераций 2017 года.

В ходе реализации проекта интегратором с нуля была создана новая медиастудия «Казань Аренy», куда установили стойку с оборудованием: медиасервер

«Атлас-Фрактал» (ИНТВ), видеосервер «Метеора» для кабельного и IP телевидения (ИНТВ), видеомикшер АТЕМ и видеокмутатор Smart Videohub (оба — Blackmagic Design), процессор видеостены VDWALL, а также различные преобразователи интерфейсов.

Специалистов компании ИНТВ пригласили, чтобы настроить оборудование для обеспечения информационной графикой двух больших светодиодных экранов, размещенных друг напротив друга внутри арены, а также видеобортов вокруг поля, на которых в ходе игры демонстрируется реклама.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТАБЛО

Светодиодные экраны «Казань Аренy» выполняют роль табло, на которых отображаются счет, номер тайма и текущее время матча, а также дополнительная информация. В различные моменты до, во время и после игры на экраны выводятся промо-ролики и логотипы команд, фамилии и номера игроков, забивших гол либо получивших желтую или красную карточку, время игры, а также картинка с камер на поле или из ПТС.



В перерывах на экраны могут выводиться заставки поздравлений или так называемые kisscam — для развлечения зрителей оператор ловит пары крупным планом, сопровождая такие врезки соответствующей графикой.

Чаще всего изображения на двух больших экранах повторяют друг друга. Это сделано для удобства, чтобы болельщикам из любого сектора не приходилось поворачивать голову назад (это классическая компоновка современных футбольных арен). Однако в рамках проекта экраны были подключены раздельно, то есть была предусмотрена возможность вывода на экраны разных изображений.

При формировании графики на экранах футбольные стадионы традиционно уделяют внимание тому, чтобы все параметры изображения соответствовали требованиям УЕФА. «Атлас-Фрактал» может формировать графику в полном соответствии с правилами спортивных федераций. Так, например, перед началом матча на экранах отображается текущее время.

Важно отметить, что «Атлас-Фрактал» имеет возможность стыковки со службой МЧС. В соответствии с требованиями к объектам массового скопления людей, в случае чрезвычайных ситуаций информационные табло позволяют выводить в экстренном режиме предупреждения и указания о дальнейших действиях болельщиков. Включаются эти сообщения из штаба МЧС.

ВИДЕОБОРТ

Видеоборта изначально не предназначены для вывода счета и прочей информации. Это рекламная площадка, благодаря которой арена имеет дополнительный заработок во время массовых мероприятий. Видеоборта в мире футбола не являются чем-то необычным. Но на «Казань Арене», в отличие от многих других стадионов, благодаря возможностям «Атлас-Фракталя» они обеспечивают расширенный художественный инструментарий рекламодателям, не ограничивая размер одного рекламного блока. Блоки фиксированы по высоте (размерами самого борта), но могут быть сколь угодно длинными.

Для упрощения работы «Казань Аренy» с рекламодателями специально под этот проект специалисты ИНТВ разработали новую программную опцию «Атлас-Фрактал — плей-лист» с логикой управления выводом и ротацией рекламных блоков. Опция позволяет задавать правила, по которым на видеобортах демонстрируется реклама из разных категорий. К примеру, ПО дает возможность автоматически не ставить рядом заставки конкурирующих брендов.

Так как расписание для видеобортов управляет воспроизведением многослойных графических шаблонов, можно поверх рекламных видеоклипов накладывать логотипы и другую информацию. Согласно регламенту, на видеоборту центральной трибуны поверх слоя рекламы был установлен логотип РФПЛ.

Атлас-Фрактал обеспечил инфографикой табло в первой тестовой встрече на стадионе «Мордовия-Арена», где «Мордовия» разошлась миром с командой «Зенит-Ижевск».

Пять стадионов Чемпионата Мира получили медиасерверы «Атлас-Фрактал», а Олимпийский стадион «Фишт» дополнительно и видеосервер замедленных видеоповторов «Метеора-Спорт».

>>>>



➤ Самара-Арена перед первым тестовым матчем.

➤ Атлас-Фрактал стадиона «Фишт» выводит видеоконтент на 2 больших экрана арены, на 2 малых экрана на входе перед стадионом и на рекламный видеоборт (при его установке в будущем).

АВТОМАТИЗАЦИЯ

Важной частью решения является автоматизация, заложенная в «Атлас-Фрактале». Система позволяет коммутировать периферийное оборудование вместе с выводом графических шаблонов. Например, при переключении на графику kisscam необходимо одновременно запустить видео с камеры, направленной на трибуны (нельзя наложить графику с сердечками на вратаря). Обычно эту работу выполняют два человека: один отвечает за графику, другой — за коммутацию видеопотоков. Но «Атлас-Фрактал» позволяет делать эту работу одному оператору с помощью заранее заданных настроек с командами управления коммутатором.

Таким же образом «Атлас-Фрактал» может управлять и другим оборудованием, например, несколькими видеопроекторами для формирования перед матчем изображения на спортивных площадках — на паркете, льду и т.д. В частности, запускать световые заставки на несколько видеопроекторов перед выходом игроков на поле (такой функционал востребован на хоккейных аренах).

В «Атлас-Фрактале» заложен большой потенциал, так что при реконструкции табло или рекламных экранов (в разумных пределах) достаточно будет лишь обновления лицензии медиасервера, но не «железа». Медиасервер регулярно

получает обновления в соответствии с запросами клиентов ИНТВ. Так, после полугода эксплуатации клиенты одной из арен попросили добавить отдельные рабочие места для управления новыми экранами, подключенными к «Атлас-Фракталу». Дополнительное дистанционное клиентское рабочее место позволяет получить дистанционный доступ к различным инструментам в соответствии с гибко настраиваемыми правилами. К примеру, одному клиентскому месту может быть дано разрешение на управление только ротацией рекламы на видеобортах, а другому — управление изображением на больших экранах стадиона. Эта опция сейчас в разработке.

Также планируется создать модуль, который будет автоматически формировать отчеты о демонстрации рекламы для рекламодателей (рассматривается интеграция с «1С Бухгалтерией»).

Помимо «Атлас-Фрактала», для развертывания системы внутреннего кабельного телевидения на «Казань Арена» подрядчик приобрел видеосервер многоканального воспроизведения контента «Метеора» (двухканальную версию).

Проект на «Казань Арена» был приурочен к Кубку конфедераций 2017 года и Чемпионату мира по футболу 2018 года. Но по завершении этих международных мероприятий «Атлас Фрактал» останется техническим наследием, которое может эксплуатироваться еще долгие годы на соревнованиях масштаба региона и страны.

Для самой компании ИНТВ проект в Казани стал важным шагом к поставкам на другие площадки Чемпионата мира 2018 — в Самару, Саранск, Екатеринбург и Сочи. Сейчас там идут плановые пусконаладочные работы, а на ближайшее время запланировано обучение персонала. В итоге пять стадионов Чемпионата Мира получили медиасерверы «Атлас-Фрактал», а стадион «Фишт» дополнительно и видеосервер замедленных видеоповторов «Метеора-Спорт», который также создан ИНТВ. Кроме того, ряд крупных проектов находится на стадии поставок оборудования. ☺

Компания «ИНТВ»

197101, Россия, Санкт-Петербург,
Каменноостровский проспект, дом 10 литер Д, офис 30-Н
тел.: +7 (812) 922-37-92
e-mail: info@intvco.ru, сайт: www.intvco.com

INTV
innovative television systems

МЕДИАСЕРВЕР ДЛЯ ЭКРАНОВ СПОРТИВНЫХ АРЕН:
МЕДИАКУБ, ВИДЕОБОРТ И ВИДЕОПЕРИМЕТР

INTV
innovative television systems

АТЛАС - ФРАКТАЛ



Компания ISD




Свою историю Компания «ISD», ведет, начиная с 1996 года, и на сегодняшний день является безусловным лидером на российском рынке. В портфеле внедрений ISD – самое большое количество инсталляций и наиболее значимые футбольные стадионы России и СНГ.

НА ШЕСТИ СТАДИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ПРЕМЬЕР-ЛИГИ, АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ КОМПАНИЕЙ ISD, УСТАНОВЛЕНА И ВВЕДЕНА В ЭКСПЛУАТАЦИЮ ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА ИДЕНТИФИКАЦИИ ЗРИТЕЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ MASTERCARD, ИНТЕГРИРОВАННАЯ С СИСТЕМОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ БОЛЕЛЬЩИКОВ РФПЛ. К ним относятся:

- > Спортивный комплекс «им. Ахмата-Хаджи Кадырова» г. Грозный (ФК Терек);
- > Стадион «Арсенал» г. Тула (ФК Арсенал);
- > Стадион «Олимп-2» г. Ростов-на-Дону (ФК Ростов);

- > Стадион «Звезда» г. Пермь (ФК Амкар);
- > Стадион «АНЖИ-АРЕНА» г. Каспийск (ФК Анжи);
- > Стадион им. Ленина г. Хабаровск (ФК СКА).

При этом темп развития компании нарастает с каждым годом. Мы разрабатываем вертикальные решения, благодаря которым, владельцы и менеджмент спортивных объектов получают готовую модель бизнеса с преднастроенными бизнес-процессами, основанными на проверенных временем российских практиках.

Их использование может дать новые идеи оптимальной организации бизнеса и тем самым способствовать его развитию. Кроме того, вертикальные решения – это самый быстрый и экономичный способ внедрения Платежно – Пропускных Систем, позволяющий за короткий срок получить работающую систему, отвечающую всем потребностям бизнеса. 

ISD / ООО «Разработка информационных систем»
105082, г. Москва, ул. Большая Почтовая, д. 18/20, стр.6
тел.: +7 (499) 754-39-27
факс: +7 (499) 754-39-27 доб. 0
e-mail: info@isd.su, сайт: www.isd.su



Sport-Keeper

ПЛАТЕЖНО-ПРОПУСКНАЯ СИСТЕМА

PIKE ВИДЕОИДЕНТИФИКАЦИЯ
БОЛЕЛЬЩИКОВ

СДЕЛАНО В РОССИИ

Москва, ул. Большая Почтовая 18 стр.6
Телефон +7(499) 754-39-27 www.isd.su



Автоматизация профессиональных спортклубов и спортивных объектов



Автоматизированная билетно-пропускная система АСУ «Лента».

Компания «Инфоматика» является ведущим российским разработчиком и производителем интерактивного оборудования и билетно-пропускных систем для автоматизации спортивных и культурно-развлекательных объектов. Обладает всей производственной цепочкой для разработки, реализации и технической поддержки инновационных проектов.

Лидерство компании подтверждено наградами, рекомендациями и успешным опытом участия в организации крупнейших спортивных соревнований международного класса, таких как XXVII Всемирная

летняя Универсиада 2013 г. и XVI Чемпионат мира по водным видам спорта 2015 г., Лига чемпионов UEFA, Кубок Конфедераций 2017 г., Чемпионат мира по футболу 2018 г. и др.

5 стадионов Чемпионата мира по футболу – 2018 оснащены билетно-пропускной системой «Лента», производства компании «Инфоматика»:

- > «Казань Арена», (ФК «Рубин»).
- > «Самара Арена», (ФК «Крылья Советов»).
- > «Калининград», (ФК «Балтика»).
- > «Мордовия Арена», (ФК «Мордовия»).
- > «Ростов Арена», (ФК «Ростов»).

Компания «Инфоматика»

420074, Российская Федерация, Республика Татарстан,
г. Казань, ул. Петербургская, д. 52
тел.: +7 (843) 511-22-33, +7 (843) 203-58-28
e-mail: sales@infomatika.ru, сайт: infomatika.ru

ИНФОМАТИКА



БИЛЕТНО-ПРОПУСКНАЯ СИСТЕМА ЛЕНТА

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТКЛУБОВ И СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ



БПС АСУ «Лента» является программным продуктом российской разработки и включена в реестр отечественного ПО. Приказ Минкомсвязи России от 09.03.2017 № 103



Система имеет рекомендации УЕФА, АНО «Исполнительная дирекция XXVII Всемирной летней универсиады 2013 г.», АНО «Исполнительная дирекция спортивных проектов» АНО «Оргкомитет России – 2018»



Компания «Коломяги-Спорт»



Арена-Химки яркий пример успешного сотрудничества «Коломяги-Спорт» с российскими стадионами.

ГЛАВНОЕ СПОРТИВНОЕ СОБЫТИЕ 2018 ГОДА В РОССИИ — ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ. КОМПАНИЯ «КОЛОМЯГИ-СПОРТ» ПРИНИМАЕТ В НЕМ НЕПОСРЕДСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ В КАЧЕСТВЕ ВЕДУЩЕГО ПОСТАВЩИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СПОРТИВНОГО ИНВЕНТАРЯ И ОБОРУДОВАНИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.

Стадионы, где будут сыграны матчи Кубка мира, базы, на которых разместятся сборные-участницы, — все это не обошлось без внимания специалистов компании «Коломяги-Спорт». Весь инвентарь полностью соответствует требованиям ФИФА.

Компания «Коломяги-Спорт» участвовала в оборудовании тренировочных баз в Санкт-Петербурге, Павловске, Рощино, Ломоносове, Павловске, в подмосковных Ватутинках, в Краснодаре, в Сочи, где будут базироваться действующие и предыдущие чемпионы мира — сборные Германии, Испании и Бразилии соответственно. Оборудование, поставленное компанией «Коломяги-Спорт» будет использовано на тренировочных площадках в Волгограде, Ярославле, Саранске, Астрахани, Химках, Калининграде и других городах.

Примечательно, что большинству команд и игроков представленная компанией «Коломяги-Спорт»

продукция, прекрасно знакома: европейские производители La Rete, Liski, Barret, Actual и многие другие, чьи интересы «Коломяги-Спорт» официально представляют в России, давно зарекомендовали себя в мировом футболе.

Компания «Коломяги-Спорт» — ведущий поставщик профессионального тренировочного инвентаря клубам Российской футбольной премьер-лиги, стадионам РФПЛ, ФНЛ и ПФЛ. Сотрудничество с Российским футбольным союзом для компании является одним из приоритетных направлений. Это многолетнее, прочное и обоюдовыгодное партнерство, благодаря которому качественным и мобильным инвентарем оснащены не только мужская национальная команда, но также молодежная и женская сборные России.

В активе компании есть и работа с совсем юными спортсменами. С момента основания



Богатый ассортимент продукции позволяет выполнять упражнения на различные группы мышц. Тренировка ФК Краснодар.

Для своих тренировок национальная сборная выбирает инвентарь от компании «Коломяги-Спорт».

Без ворот не состоялся бы ни один футбольный матч! Тренировочная площадка к ЧМ-2018.

«Коломяги-Спорт» принимают самое деятельное участие в жизни одноименной футбольной школы. Продукция, поставляемая компанией «Коломяги-Спорт», активно используется тренерами-преподавателями в повседневной работе. Здесь же проходит тестирование новых образцов и технологий в тренировочном процессе футболистов.

Достаточно несложная в управлении предлагаемая ею электронная измерительная система позволяет в режиме реального времени отслеживать параметры работы футболистов не только в процессе тренировок, но и в игре,

быстро анализировать полученные данные и вносить коррективы в действия как отдельных игроков, так и всей команды.

Одно из важных направлений деятельности компании — проектирование и строительство тренировочных городков — также было отработано в ФК «Коломяги» в Академии ФК «Зенит», Академии ФК «Спартак», ДЮСШ ПФК «ЦСКА», в Академии Коноплева в Тольятти, футбольных школах «Чертаново», «Сокол» и «Строгино» в Москве, в Академии ФК «Анжи» и в других Центрах подготовки юных футболистов.



ООО «Коломяги-Спорт»
190020, Санкт-Петербург, набережная Обводного канала, д. 138
Бизнес-центр «Треугольник», офис 319
тел./факс: +7 (812) 245-10-05
e-mail: k-sports@mail.ru
сайт: k-sports.ru

Инфраструктура «Екатеринбург Арены» полностью готова к ЧМ-2018



Вид с трибун.

«Екатеринбург Арена» первым из семи стадионов, возводящихся в городах России специально к мундиалю, введен в промышленную эксплуатацию. Созданная КРОК инфраструктура полностью соответствует требованиям FIFA.

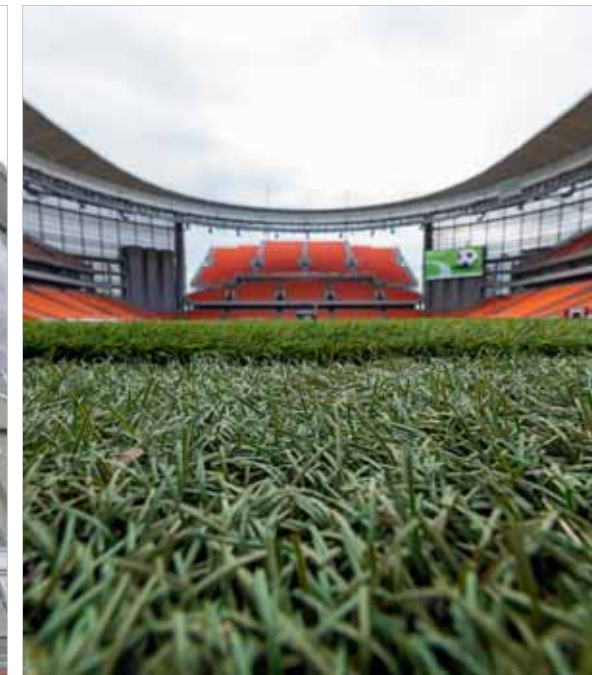
На объекте, вмещающем 35 тыс. зрителей, КРОК спроектировал и внедрил более 20 слабых систем, в числе которых билетно-пропускная система, системы физической безопасности, телекоммуникаций, телетрансляции, мультимедиа, а также мониторинга инженерных систем.

Стадион «Екатеринбург Арена» — главная спортивная площадка Урала, которая позволит на выс-

шем уровне провести матчи группового этапа Чемпионата мира по футболу 2018 года.

Благодаря КРОК болельщики смогут на 100% погрузиться в атмосферу матча — современные мультимедийные экраны и интеллектуальная система звукоусиления позволят следить за ходом игры из любой точки стадиона. При этом делиться впечатлениями в социальных сетях в режиме реального времени станет еще проще благодаря качественному беспроводному Интернету.

Для маломобильных групп населения КРОК обеспечил безбарьерный доступ на стадион, а также применил специальные ИТ-решения для максимально комфортного просмотра матча.



Безопасность зрителей, спортсменов и сотрудников стадиона обеспечивают билетно-пропускная система и комплекс решений для противодействия террористическим актам. Оперативно реагировать в случае нештатных ситуаций позволяют внедренные КРОК системы мониторинга инженерных систем и конструкций (СМИС и СММК), передающие актуальные сведения о состоянии стадиона дежурно-диспетчерским службам объекта 24/7.

«Стадион работает как единый механизм. В режиме реального времени контролируется каждая составляющая процесса: от централизованного управления контентом на всех мультимедийных поверхностях и автоматической адаптации системы озвучивания к внешним условиям

до функционирования всех инженерных систем объекта. Отмечу, что КРОК уже много лет в спорте. В числе наших проектов — создание инфраструктуры стадиона ФК «Краснодар» и ФК «ЦСКА», внедрение системы озвучивания чаши стадиона «Открытие Арена», — отметил Андрей Корогодин, директор по работе с корпоративными заказчиками компании КРОК.

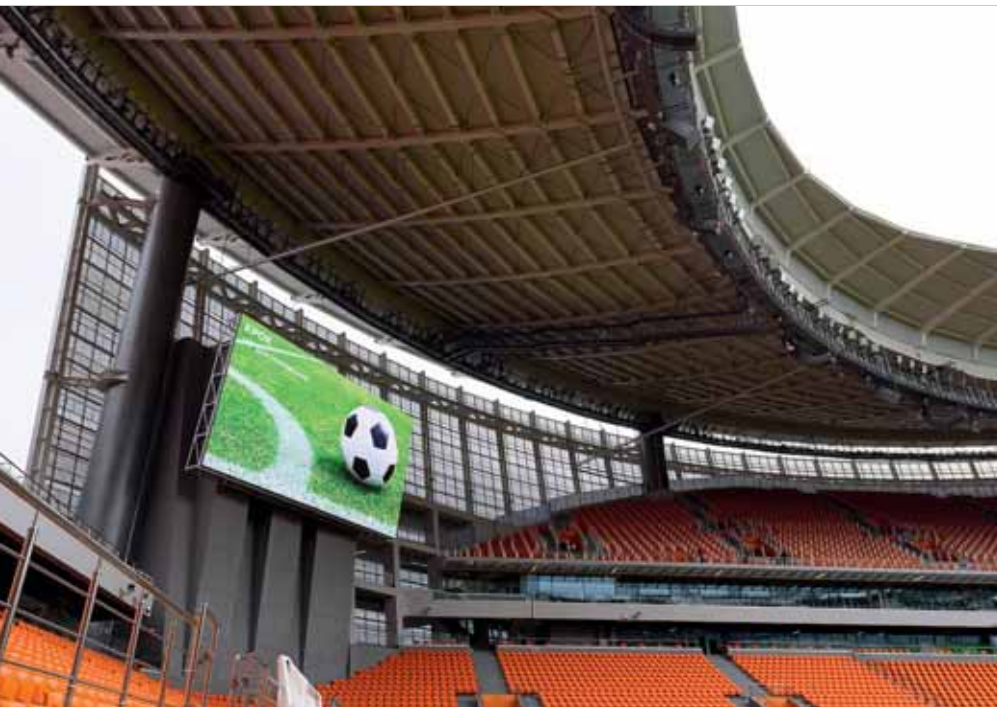
Специально для Чемпионата мира по футболу вместимость арены была увеличена с 23 до 35 тыс. зрителей. Согласно нормам FIFA, все болельщики должны разместиться на стадионе за 1 час. Для выполнения этого требования КРОК построил два дополнительных павильона досмотра с общей пропускной способностью 11 тыс. зрителей в час.

- Исторический фасад стадиона.
- Футбольное поле.

>>>>



- Система озвучивания на прилегающей территории.
- Временный павильон досмотра.



Мультимедийный экран в чаше стадиона.

Система звукоусиления и точки доступа Wi-Fi.

Одна из ключевых задач «Екатеринбург Арены» — обеспечить максимально комфортное пребывание болельщиков на трибунах во время матча. Для того, чтобы зрителям были хорошо видны лучшие моменты игры, непосредственно в чаше стадиона КРОК установил два мультимедийных экрана размером 18х9 метров.

Максимально четко расслышать звуки, вне зависимости от того, какое место занимает болельщик, позволяет внедренная КРОК интеллектуальная система звукоусиления. Она мгновенно реагирует на посторонние внешние шумы, подавляет эффект эха и в автоматическом режиме усиливает либо ослабляет основной звук стадиона.

Болельщики могут выходить в Интернет прямо во время матча и размещать фото/видео в социальных сетях. Для этого была создана Wi-Fi-инфраструктура в чаше стадиона (что является особенной технической задачей, так как в чаше сигнал может затухать) и прилегающей территории.

Зрители могут наблюдать за ходом матча не только с трибун, но и других зон «Екатеринбург Арены», например, из кафе. Для этого КРОК установил в помещении стадиона 250 экранов с системой IP-TV, часть из которых в термокожухах. Специальная система позволяет управлять содержание видеопотока для зрителей разных зон (VIP-ложи, магазина сувениров, фуд-корта), например, в какие-то зоны



Диспетчерская. Управление звуком и медиаконтентом.



VIP ложа.

Система кабельного, эфирного и спутникового телевидения. IP-TV.

Оборудование пресс-центра. Точки доступа Wi-Fi, видеокамеры, микрофоны.

Оборудованные места для синхронного перевода.

может транслироваться реклама, а в какие-то — матч в режиме онлайн. Даже находясь на подступах к стадиону зрители могут получать интересную информацию о предстоящей игре (статистика ЧМ 2018, состав команд, интересные факты) с двусторонних мультимедийных экранов 7х4 м.

за помощью к стюардам и получить персональный радиоприемник, интегрированный с интеллектуальной системой звукоусиления.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РАБОТЫ СМИ

КРОК оснастил трибуну для СМИ и пресс-центр современным мультимедийным оборудованием. На рабочем месте каждого журналиста в трибуне для СМИ будет установлен персональный экран, с которого можно наблюдать игру в HD качестве. В пресс-центре внедрена система видеоконференцсвязи и система синхронного перевода, а для наглядного отображения информации установлены два проектора.

ДОСТУПНАЯ СРЕДА «ЕКАТЕРИНБУРГ АРЕНЫ»

На внешнем и внутреннем периметрах безопасности объекта КРОК установил турникеты для маломобильных групп населения, тем самым обеспечив безбарьерный и максимально комфортный доступ на стадион. Кроме того, слабослышащие посетители стадиона могут обратиться

>>>>



➡ Турникеты-триподы. Внутренний периметр безопасности.

➡ Билетно-пропускная система. Турникеты и считыватели.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСТЕЙ

Первым рубежом безопасности служит более 80 полноростовых турникетов и более 100 считывателей билетов, установленных при входе на стадион в павильонах досмотра. Все считыватели объединены в общую сеть, синхронизированную с базой данных ФСБ, что позволяет предотвратить запуск нежелательных лиц на территорию. Размещение болельщиков согласно купленным местам, реализуется за счет турникетов на внутреннем периметре — зрители могут пройти по билетам

только на свой сектор, в противном случае в доступе будет отказано. Информация о количестве прошедших и вышедших через турникеты болельщиков передается в единый центр управления стадионом (ЕЦУС). Поэтому службы безопасности могут в любой момент узнать точное количество человек на спортивной арене.

Для обеспечения антитеррористической защищенности стадиона КРОК установил в павильонах досмотра арочные металлодетекторы, интроскопы, а также датчики и приборы обнаружения радио-



➡ Интроскопы и металлодетекторы.

➡ Датчик обнаружения радиоактивных веществ.



активных и взрывоопасных веществ. Вход для VIP и VVIP также оснащен досмотровым оборудованием. Кроме того, транспортный КПП был оснащен шлагбаумами, боллардами и дополнительными средствами ограничения движения транспорта. Такие меры позволят предупредить противоправные действия, а также пресечь попытки пронести запрещенные предметы на объект.

ОПЕРАТИВНАЯ РАБОТА СПЕЦСЛУЖБ

Для организации безопасности «Екатеринбург Арены» были реализованы системы для государственных спецслужб и служб стадиона. Так, в интересах МВД, ФСБ и ФСО были подготовлены отдельные помещения с независимым сегментом системы связи и передачи данных. Инженерная инфраструктура и автоматические телефонные станции, развернутые КРОК, позволили обеспечить устойчивую связь для ведомств со своими подразделениями.

Чтобы различные службы стадиона (охрана, стюарды, диспетчеры и пр.) могли оперативно взаимодействовать между собой и максимально быстро реагировать на любые нештатные ситуации, КРОК создал отказоустойчивую цифровую

телеком-платформу на базе решений Extreme Networks. На стадионе установлено современное сетевое оборудование, а к системе телефонии подключено более 400 сотрудников.

Также КРОК создал диспетчерскую для мониторинга инженерных систем и конструкций (СМИС и СМИК). Это позволяет службе эксплуатации стадиона в режиме реального времени получать сведения о текущем состоянии объекта, а внешним городским службам — о предаварийном и аварийном состоянии инфраструктуры.

На автоматизированное рабочее место (АРМ) оператора СМИС поступают параметры функционирования механических, электрических, противопожарных систем, а также систем безопасности и связи. Его задача — в случае возникновения аварийных и чрезвычайных ситуаций техногенного характера оперативно информировать все необходимые службы для обеспечения максимально быстрого реагирования. Оператору СМИК поступает информация о состоянии несущих конструкций. Если будет выявлена деформация сооружения, он оперативно оповестит службы эксплуатации для принятия дальнейших мер согласно внутреннему регламенту. ☑

➡ Вход для VIP.

➡ Комната для переговоров.

Зрительские кресла для спортивных сооружений Компания «New Coliseum»



Кресла универсальны, безопасны в эксплуатации, функциональны и комфортабельны.

Наша компания уже 16 лет работает в сфере оснащения спортивных сооружений. Проведя маркетинговые исследования мирового рынка производителей, технологий и конструкций, а также действующих спортивных объектов, мы проанализировали преимущества и недостатки кресел для современных спортивных трибун и открыли в 2012 году собственное высокотехнологичное производство.

Компания обладает всем необходимым оборудованием для выпуска продукции высокого класса и международного уровня.

Преимущества наших кресел: современный дизайн эргономичность антивандальность соответствие требованиям FIFA соответствие требованиям пожарной безопасности. В производстве используются материалы, предполагающие эксплуатацию продукции на открытых и закрытых спортивных сооружениях. Наши кресла универсальны, безопасны в эксплуатации, функциональны и комфортабельны.

Выполнение всех этапов производственного цикла на базе собственного оборудования и производственных площадях, позволяет обеспечить полный контроль качества на каждом этапе производства, а также гарантировать выполнение в срок взятых на себя обязательств перед заказчиком. Наличие вышеуказанного парка оборудования

и собственного конструкторского отдела позволяет адаптировать нашу продукцию к техническому заданию практически каждого объекта и требованиям заказчика.

МАТЕРИАЛЫ И ДОБАВКИ

Пластиковая часть кресел изготавливается современным методом — ВЫДУВА и может быть изготовлена из морозостойкого полипропилена или полиэтилена высокой плотности. По техническому заданию заказчика, возможно изготовление пластиковой части кресла с определенными характеристиками огнестойкости и стойкости к ультрафиолету, благодаря дополнительным добавкам к основному материалу.

СТАНДАРТНОЕ ИСПОЛНЕНИЕ:

- > Соответствует требованиям «Систем противопожарной защиты. Ограниченное распространение пожара на объектах защиты. Требования к объемнопланировочным и конструктивным решениям» по горючести и токсичности.
- > Устойчивость к ультрафиолету минимум 5 лет.

ПАТЕНТЫ

В конструкции кресел имеется два уникальных технических узла запатентованных в Роспатенте, один из которых усиливает вандалостойкость, второй — быстрый и удобный способ крепления на монорельс.



Во время проведения ЧМ-2018 стадион будет вмещать 45 тыс.

В конструкции кресел имеется два уникальных технических узла запатентованных в Роспатенте, один из которых усиливает вандалостойкость, второй — быстрый и удобный способ крепления на монорельс.

Крупный проект, реализация которого для нас стало очень почетным, был выполнен в срок и качественно — производство и поставка кресел на стадион «Ростов Арена», построенный к Чемпионату мира по футболу 2018 года. Новый стадион

на левом берегу Дона официально ввели в эксплуатацию 16 марта 2018. Строительство стадиона началось в 2013 году. Во время проведения ЧМ-2018 стадион будет вмещать 45 тыс. Общая площадь стадиона составляет 71,6 тыс. кв. м.



Компания «New Coliseum»

Республика Татарстан, г. Казань, ул. Волочаевская, д. 8

тел.: +7 (843) 258-33-77

e-mail: new-coliseum@bk.ru

сайт: www.new-coliseum.com

Оптилон – производство искусственных травяных покрытий



Современное монофиламентное покрытие для футбола Optigrass TR.

О КОМПАНИИ

ООО «Оптилон» — молодая, динамично развивающаяся компания. Мы специализируемся на производстве искусственных травяных покрытий для различных видов спорта, таких как футбол, теннис, регби, хоккей с мячом, а также для ландшафтного дизайна и универсальных детских площадок. Наша компания своим производством активно способ-

ствует развитию спортивной инфраструктуры, тем самым напрямую участвуя в развитии физкультуры и спорта в нашей стране.

Завод был построен и начал свою деятельность в 2007 году. За время работы было выпущено более 2-х миллионов кв.м. покрытий для различных видов спорта. Наша продукция широко представлена во всех регионах России и СНГ.



Теннисные корты производство ООО «Оптилон».



За время работы завод проявил себя как ответственный поставщик надёжный партнёр.

Всё сырьё закупается в Европе у ведущих фирм-производителей и поставщиков, признанных мировых лидеров. Так у голландской фирмы «Tep Cate Thiolon/Thiobac» закупается волокно и первичная основа, а закупка латексного компаунда (закрепляющей основы) производится у бельгийской фирмы «EOC Group». Специально подобранная комбинация первичной основы, волокна и закрепляющей основы помогает создавать прочные и долговечные травяные покрытия с отличными

игровыми/эксплуатационными характеристиками, максимально похожие на натуральную траву.

ПРОИЗВОДСТВО

Завод оснащён изготовленным по заказу современным оборудованием с новейшими средствами контроля технологического процесса. Тафтинговые станки (для вшивания ворса в первичную основу), производителями которых являются фирмы «THOM Engineering Ltd», Великобритания и «Card-Monroe Corp.», США, позволяют производить искусственные травяные покрытия

Высокое качество достигается новейшими технологиями и оборудованием.

Вшивание боковой разметки при производстве площадки.

Европейское сырьё обеспечивает качество покрытий.

>>>>





Своевременный уход обеспечивает долгий срок эксплуатации.

Иновационные технологии позволяют производить травяной ворс от 10 до 70 мм.

из различных типов волокна (монофиламентного, фибриллированного, моноленточного или комбинированного) с высотой ворса от 10 мм до 70 мм:

- > с длинным ворсом для футбола, регби;
- > со средним ворсом для футбола, мини-футбола, многофункциональных спортивных площадок;
- > с коротким ворсом для тенниса, баскетбола, хоккея, а также декоративных зелёных участков на разделительных полосах автомобильных дорог, рядом с домом, офисом и т.д.

Оборудование сделано с учётом характеристик современного сырья — волокна для ворса и различных конструкций первичной основы, а также с учё-

том существующих конструкций и классов тафтинга: 5/8", 5/16". Закрепление ворса в первичной основе обеспечивается в результате нанесения латексного компаунда на изнаночную сторону покрытия.

Возможности оборудования позволяют производить оптимально широкий ассортимент искусственных травяных покрытий для российского рынка.

ПРОДУКЦИЯ

Наша продукция — искусственные травяные покрытия для футбола, регби, хоккея на траве, тенниса и детских площадок. Мы постоянно расширяем список клиентов в России, Казахстане и Республике Беларусь.



Современное монофиламентное покрытие Optigrass LSR MF.

ОБЛАДАЯ БОЛЬШИМ АССОРТИМЕНТОМ, МЫ ВЫПУСКАЕМ СЛЕДУЮЩИЕ ЛИНЕЙКИ ПОКРЫТИЙ:

- > Multi LSR — фибриллированные покрытия многофункционального применения.
- > Optigrass LSR — фибриллированные покрытия для футбола, наиболее доступный вариант.
- > Optigrass LSR MF — монофиламентные покрытия для футбола, как полупрофессионального, так и профессионального уровня.
- > Optigrass TR — монофиламентные покрытия для футбола, ориентированные на стандарт РФС, с января 2015 года покрытие optigrass 60 TR включено в перечень покрытий рекомендованных РФС для оснащения футбольных полей.
- > Optigrass Plus MF — монофиламентные покрытия для футбола, отвечающие требованиям всех европейских стандартов, с января 2015 года покрытие optigrass Plus 60 MF включено в перечень покрытий рекомендованных РФС для оснащения футбольных полей.

СТРОИТЕЛЬСТВО ПЛОЩАДОК

- Строительство спортивной площадки с искусственной травой включает в себя несколько этапов:
- > Подготовка основания (щебеночно-песочное, асфальтовое, бетонное). От правильно выполненного основания зависят качество и долговечность искусственного газона.
 - > Монтаж искусственного покрытия. Данный этап включает в себя укладку рулонов в определенной последовательности согласно монтажного плана, составленного нашими специалистами, и их склейку с учетом разметки. Высокое качество работ достигается привлечением квалифицированных специалистов.
 - > Внесение песка и резинового гранулята. Для данной операции используется специализированное профессиональное оборудование.

ПРЕИМУЩЕСТВА

- > Продукция европейского качества.
- > Цены на 20-25% ниже зарубежных аналогов без ущерба качеству.



- > Удобные сроки поставки в течении 1-2 недель.
- > Все необходимые российские сертификаты.
- > Дифференцированная система скидок.
- > Срок гарантии на любое искусственное травяное покрытие 6 лет.
- > Строительство и сдача спортивных объектов «под ключ».

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СЕРВИС

- > Услуги по подготовке оснований для спортивных площадок.
- > Инсталляция наших покрытий.
- > Комплектование сопутствующими материалами, необходимыми для монтажа (клей, стыковочная лента, кварцевый песок, резиновая крошка).
- > Доставка продукции в любой регион России.

Наша компания готова сотрудничать со всеми российскими компаниями, занимающимися инсталляцией искусственных травяных покрытий, рассматривать заказы областных и муниципальных спорткомитетов, частных лиц и торговых центров. ☎

Покрытие Optigrass Plus 60 MF, лучшее соотношение цена-качество.



ООО «Оптилон»
тел./факс: +7 (49645) 62-605
тел: +7 (916) 452-12-81, +7 (916) 032-68-13, +7 (916) 961-64-21
e-mail: optilawncom@gmail.com
сайт: www.optilawn.ru

ШПП «РОССПОРТ» — один из ведущих российских производителей спортивной формы и экипировки



ЗА 14 ЛЕТ РАБОТЫ КОМПАНИЯ ПРЕВРАТИЛАСЬ В РАЗВИТЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ РАЗНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ, СРЕДИ КОТОРЫХ ФУТБОЛ ЗАНИМАЕТ ВАЖНЕЙШЕЕ МЕСТО. О ТЕХНОЛОГИЯХ И РЕШЕНИЯХ ДЛЯ ФУТБОЛА МЫ БЕСЕДУЕМ С ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ ШПП «РОССПОРТ» АЛЕКСЕЕМ ВАЛЕНТИНОВИЧЕМ ЗУЕВЫМ.

— Алексей Валентинович, Ваша компания — известный и авторитетный производитель спортивной одежды и сувенирной продукции, в ее активе на сегодня — огромное количество реализованных проектов, в ассортименте представлена продукция для разных видов спорта. Какая роль отведена такому популярному виду спорта, как футбол?

— Футбольная индустрия для нашей компании является одним из приоритетных направлений. И я говорю не только о заинтересованности нас,

как производителя футбольной формы и атрибутики, но и о потенциале российской футбольной культуры, который мы можем помочь раскрыть даже больше, чем в любом другом виде спорта.

В футболе, при огромной ёмкости рынка, традиционно акцент делается на так называемой «сиюминутной выгоде»: большая часть внимания аудитории концентрируется на мероприятиях. Отсюда феномен — попытка создать «событийную культуру». Футбольное сообщество в России исходит из того, что большинство его участников



Самая передовая технология нанесения «Prist». Именно она использовалась на Чемпионской форме ФК Локомотив и будет нанесена на форму для сборной к ЧМ-2018 г.

Сувенирная продукция — неотъемлемая часть имиджа клуба, клубной культуры, своеобразный «элемент» коммуникации с болельщиками (флажная продукция изготовлена для Футбольной школы Барселоны).

воспроизводит свою причастность к футболу только в дни матчей, которые они посещают или смотрят по телевизору.

Между тем, огромный потенциал скрыт в таких лозунгах, как «Россия — футбольная страна». Мы действительно можем стать великой футбольной страной, если научимся мыслить глобально и вкладываться в развитие футбольной культуры. Мы можем построить стадионы и открыть футбольную школу в каждом дворе. Это уже будет половина успеха! Но останется то, чему научить нельзя, но можно воспитать в себе и показать пример будущим поколениям — любить футбол, как любят его европейцы. И здесь уже не может быть мелочей.

Я верю, что мы можем прийти к тому, когда болельщик будет, как к иконе, относиться к футболке любимого игрока. В силах игрока стать достойным этого, в наших силах — сделать такую футболку! Что касается клубной атрибутики, то она должна

быть пригодна для жизни, приятна и полезна в использовании. Важен не столько продукт, сколько подход и осознание того, что болельщик — это не только посетитель стадиона, но и человек, гражданин, сотрудник какой-то компании, родитель и т.д.

Сувенирная продукция — это неотъемлемая часть имиджа клуба, клубной культуры, своеобразный «элемент коммуникации» с болельщиками.

— Продолжая футбольную тему — какие уникальные предложения и продукты есть у Вашей компании именно для футбольной индустрии, чем Ваша компания выделяется среди конкурентов в данном сегменте?

— Уникальность нашей компании состоит в комплексном подходе. Любого спортсмена мы готовы одеть с ног до головы — начиная от повседневной одежды, заканчивая тренировочной и игровой формой. Но это еще не все. В наших

>>>>

➔ Вышивка с элементами металлизированных нитей на футбольную экипировку для ПФК ЦСКА.



возможностях — разработать имидж клуба, номенклатуру атрибутики для болельщиков и обеспечить поставку от малых до больших тиражей в любом регионе России.

На сегодняшний день мы располагаем тремя фабриками и планируем открытие ещё нескольких в ближайшее время. Собственный конструкторский отдел, сильная и креативная команда дизайнеров, отдельные производственные линии под каждую технологию/продукт — все это предполагает профессиональный и конструктивный подход в решении задач любой сложности.

Для футбольной индустрии мы создали множество продуктов с нуля — начиная от идеи наших дизайнеров, заканчивая воплощением в конструкторском отделе и запуском в серийное производство. По сути, практически всё, что Вы сегодня можете видеть на игроках и в клубных магазинах наших клиентов — продукт коллаборации нашей компании с клубами: начиная от бейсболки с вышивкой логотипа, заканчивая зимней курткой с логотипом.

— Вы работаете с разными командами — взрослыми и детскими, профессиональными и любительскими. Каждая из категорий клиентов имеет свои особенности, требует индивидуального подхода. Какие из реализованных проектов в футбольной индустрии и с какими именно командами Вы можете назвать наиболее яркими, успешными, запоминающимися?

— Я бы очень хотел, что наиболее ярким, успешным и запоминающимся стал наш совместный

проект с Adidas — это футбольная форма для сборной России по футболу к Чемпионату мира 2018! Мы организовали принты номеров и алфавита, которые устанавливаются на оригинальные футболки прямо в магазине Adidas, а также будут продаваться через фирменную сеть магазинов Adidas.

Также я хочу отметить проект высокоскоростных принтов для всей системы ФК «Локомотив» (Москва). Возможно, именно качественная экипировка стала частью успеха железнодорожников в этом сезоне, настроила на позитив и помогла стать Чемпионами России!

Если говорить о более ранних проектах, трудно выделить кого-то из всех наших клиентов, каждый проект по-своему уникален и интересен. Мы работаем с огромным количеством футбольных клубов, лиг, федераций и школ. Самые яркие, оригинальные решения получаются тогда, когда наше видение совпадает с видением клиента и предложение эксклюзивных технологий находит отклик в стремлении к высочайшему качеству.

— Один из приоритетов в работе Вашей компании — это, безусловно, качество. С Вашей профессиональной точки зрения, каковы ключевые критерии качества для футбольной формы?

— Даже в рамках одного вида спорта «качество» — очень растяжимое понятие. Конечно, как правило, самые дорогие решения — качественные. Но, как и везде — главное определить задачу. В большинстве случаев футбольная форма создаётся исходя из двух ключевых потребностей: долговечность

и устойчивость к нагрузкам. Для любительских команд, небольших детских спортивных школ — главный критерий, конечно, долговечность — способность перенести большое количество игр, тренировок, стирок.

Для профессиональных команд, которые могут позволить себе использовать один комплект формы за игру, на первый план выходит свойства ткани и нанесения выдерживать экстремальные нагрузки.

Как правило, чем выше качество формы и нанесения, тем выше стоимость ее изготовления. Но есть и беспримысленный бюджетный вариант — «сублимационная» форма, который отлично подойдет для небольших клубов, а также для создания тренировочной формы и недорогой сувенирной продукции.

При этой технологии краска переходит сразу из твердого состояния в газообразное и «оседает» на волокнах ткани — таким образом, получается яркое и долговечное изображение. На ощупь эмблема, номера, логотипы в таком случае — не различимы.

— Какие виды нанесения рекомендуете для футбольной формы и чем обусловлен такой выбор?

— Есть много разных технологий, и каждая из них по-своему хороша, но для решения разных задач. Например, для высококачественной игровой футбольной формы мы всегда рекомендуем, как минимум, трансферную печать HQ — это очень долговечная, плотная и приятная на ощупь «плёнка», которая позволяет печатать многоцветные логотипы.

Для тренировочных игр, промо-продукции, разового использования можно сделать одноцветное нанесение «эконом-класса» — тонкой плёнки Flex.

На первый взгляд, тонкий Flex и трансфер HQ — мало отличимы, особенно для непрофессионала, но между ними есть разница в долговечности и устойчивости к экстремальным условиям. Поэтому не следует экономить, используя бюджетный вариант для дорогой экипировки, чтобы не испортить итоговый результат. Правильная подготовка



и постановка задачи — залог успеха в вопросе выбора нанесения.

По-настоящему «взрывной» эффект сегодня создаёт технология PRIST от компании Deko Graphics. Мы являемся эксклюзивными представителями этой технологии на территории России. Именно такая технология использована нами при нанесении на игровую форму Adidas для нашей сборной к Чемпионату мира по футболу 2018 в России.

Трудно описать словами какими получаются принты по этой технологии — они очень приятные на ощупь, фактурные и позволяют добиваться непревзойдённой детализации, что особенно важно при печати сложных логотипов. Это — достаточно дорогостоящий способ нанесения, но как только прикасаешься к образцам продукции, так уже видишь мяч, залетающий в ворота противника. Поэтому мы верим, что и сборную России ждёт успех на предстоящем чемпионате. ☑

➔ Любую спортивную форму мы готовы сделать с ног до головы — начиная от повседневной одежды, заканчивая тренировочной и игровой формой.

ШВЕЙНО-ПЕЧАТНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
РОССПОРТ

ШПП «РОССПОРТ»
г. Москва, Лужнецкая набережная, д. 10А
тел.: +7 (495) 992-78-01
сайт: www.ros-sport.ru

Компания SKIDATA — мировой лидер по разработке систем контроля и управления доступом и их эффективному управлению



Мы команда профессионалов с многолетним опытом собранным со всех регионов Мира. Все специалисты Российского подразделения сертифицированы по международным стандартам SKIDATA.

О КОМПАНИИ

Основанная в 1977 году компания SKIDATA является мировым лидером по разработке систем контроля и управления доступом и их эффективному управлению, работая в данной области уже более 40 лет. Первоначально были разработаны продукты для контроля доступа на горнолыжные подъемники, а с 1990 года, следуя спросу на рынке, специалисты SKIDATA стали развивать и другие направления — системы управления автоматизированными парковками и, конечно же, системы контроля доступа на спортивные стадионы и прочие объекты массового посещения.

SKIDATA придает большое значение тому, чтобы предлагаемые решения были интуитивно понятны, просты в работе и безопасны. Комплексные

решения SKIDATA помогают клиентам оптимизировать производительность и максимально увеличивать прибыль.

ТЕХНОЛОГИИ

Прогресс не стоит на месте, это применимо к любой отрасли, особенно такой технологичной, как системы контроля доступа. Все чаще операторы стадионов используют современные технологии, например, идентификация посетителя по отпечатку пальца, применение технологий NFC, электронные системы продаж (например, web.wallet от SKIDATA).

Развиваясь в ногу со временем, SKIDATA предлагает своим клиентам самые современные сервисы, построенные на новейших технологиях. Считыватели SKIDATA считывают практически любые



виды идентификаторов, в том числе карты с RFID, NFC и BLE метки, мобильные телефоны с NFC-чипом, штрих-коды и QR кода с любого носителя, как с электронного билета, так и с телефона или планшета.

Кроме того, в соответствии с требованиями рынка и законодательства, в считыватели SKIDATA может быть встроена фото-камера для фотографирования болельщика во время прохода и дальнейшего сравнения с фотографией в базе данных.

Компания уделяет существенное внимание разработке и развитию продуктов, в том числе и программных. Например, активно развивается

продукт Loyalty.Logic, современная программа лояльности, которая помогает заказчикам поддерживать тесный контакт со своими клиентами.

Кроме технологий совершенствуется визуальный и модельный ряд в соответствии с тенденциями в мире.

ОСОБЕННОСТИ ПОДХОДА SKIDATA

Уникальность компании SKIDATA как поставщика продуктов и решений по контролю доступа в первую очередь в том, что компания сама производит весь спектр продуктов и услуг. И оборудование (турникеты, шлагбаумы со считывающими

SKIDATA придает большое значение тому, чтобы предлагаемые решения были интуитивно понятны, просты в работе и безопасны.

>>>>



Передовые технологии SKIDATA позволяют считывать данные практически со всех современных носителей информации.



Удобные настраиваемые отчеты позволяют своевременно анализировать ситуацию и оперативно адаптировать свою работу под свои текущие потребности.

устройствами), и программное обеспечение, и услуги по монтажу и сервису предоставляются единым поставщиком — производителем. Компания ориентирована на клиента и на его потребности. Поэтому глубокие знания рынков, глубоко понимание потребностей заказчика и комплексный подход помогают разработать для клиента экономически успешную и технологически совершенную систему управления доступом как пешеходов, так и транспорта на всем объекте или группе объектов.

В динамично развивающихся условиях также важна способность компании к адаптации к локальным

требованиям рынка. В России, SKIDATA активно сотрудничает и с ключевыми разработчиками билетных систем, билетными операторами, производителями систем видеопроверки и с различными спортивными федерациями и организациями (РФС, РФПЛ, КХЛ, Лига ВТБ и т.д.). На международном уровне компания активно взаимодействует с FIFA, UEFA, FISU и т.д.

Компания уделяет большое внимание поддержке клиентов, поэтому все сотрудники в штате российского филиала SKIDATA — сертифицированные специалисты высокой квалификации.



Системами контроля и управления доступом SKIDATA оборудованы знаменитые на весь мир арены.



Мы оборудовали системами множество парковок, горнолыжных курортов и стадионов.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ВЫГОДА

Ко всему вышеописанному можно добавить еще и экономическую выгоду для заказчика. Это и минимизация человеческого фактора, и возможности технологической системы повысить капитализацию продаж, и уменьшение стоимости эксплуатации за счет уменьшения количества персонала. Это все напрямую влияет на повышение дохода клиента. Инвестируя в такую систему, управляющая компания или клуб могут быть уверены в защите своих доходов.

Также благодаря удобным и настраиваемым отчетам, появляется большие возможности анализировать ситуацию, планировать и реагировать на спрос и таким образом лучше понимать свой бизнес.

РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ

Свыше 10.000 систем, разработанных SKIDATA и установленных на стадионах, лыжных курортах, в торговых центрах, крупных аэропортах, городах, выставочных комплексах и парках отдыха, обеспечивают быстрый и безопасный проход людей и беспрепятственный проезд автомобилей.

Системами контроля и управления доступом SKIDATA оборудованы знаменитые на весь мир арены: Ювентус в Турине, Олд Траффорд (Манчестер Юнайтед), Стэмфорд Бридж (Челси), Альянс Арена (Бавария Мюнхен, Мюнхен 1860), Драгау (Порту), Донбасс Арена (Шахтер) и многие другие. Решения и опыт компании SKIDATA использовались при проведении крупнейших соревнований и оснащении стадионов для Евро-кубка начиная с 2004 года, чемпионатов мира с 2006 года. Например, на африканском первенстве мира 6 из 10 стадионов были оборудованы системами SKIDATA.

В России мы реализовали проекты от севера, с заполярного горнолыжного курорта, до юга, курортов на Кавказе или стадиона Анжи в Махачкале. Мы оборудовали системами множество парковок, горнолыжных курортов и стадионов: стадион ЦСКА (г.Москва), Открытие Арена (г. Москва), Локомотив (г.Москва), Арена Химки (Московская область), Анжи Арена (г. Махачкала). Все тренировочные и игровые поля, участвующие в Чемпионате мира FIFA 2018 в московском регионе, оборудованы системами контроля доступа SKIDATA.

SKIDATA
KUDELSKI GROUP

SKIDATA | 4.0 – Driving Your Digital Future

ООО «СКИДАТА РУ»

Москва, 107031, Петровка, 27

тел.: +7 (495) 933-01-04

e-mail: info.ru@skidata.com, сайт: www.skidata.ru

Digital-трансформация «Спартака»: футбол в интернете



Павел Шве́ц, заместитель коммерческого директора ФК «Спартак-Москва»



Дмитрий Шипачев, соучредитель компании Finch

СПОРТ, КАК ЛЮБАЯ ДРУГАЯ ИНДУСТРИЯ, НЕ СТОИТ НА МЕСТЕ — И НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ПОНЯТНО, ЧТО НУЖНО ПРЕДЛАГАТЬ АУДИТОРИИ НОВЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ. ГЛОБАЛЬНАЯ ЦЕЛЬ ФК «СПАРТАК-МОСКВА» — ГРАМОТНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВСЕ ДОСТУПНЫЕ КАНАЛЫ DIGITAL-КОММУНИКАЦИЙ: САЙТ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ. МЫ ХОТИМ БЫТЬ ЛУЧШИМИ В ЭТОЙ СФЕРЕ.

Наша задача — сделать так, чтобы фанату хотелось почаще приходить на стадион, и приложение должно помогать нам в этом.

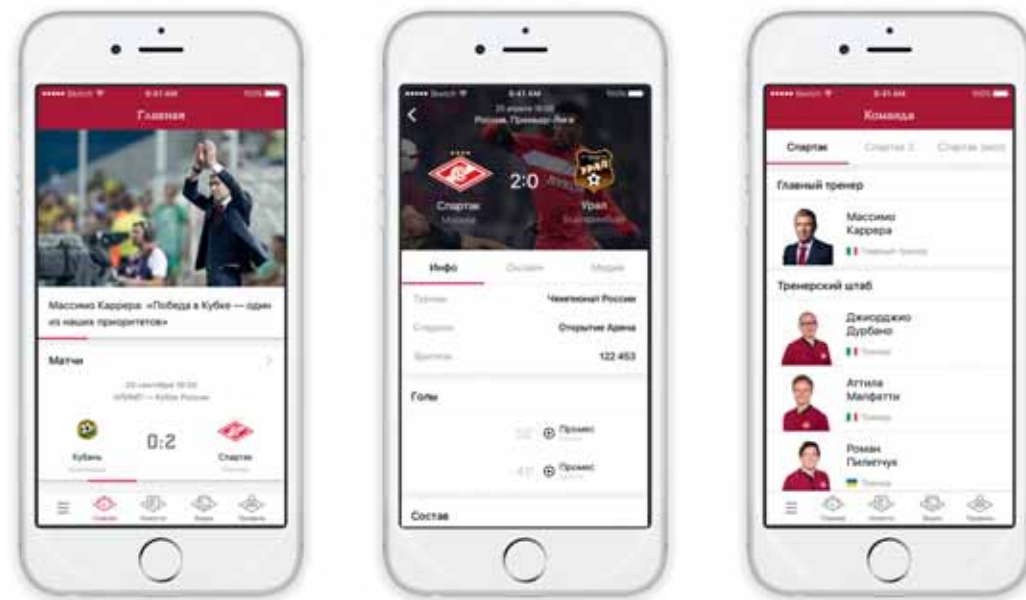
Другие клубы, безусловно, тоже не стоят на месте и запускают свои проекты в digital. Поэтому коллеги по цеху постоянно подгоняют нас, не только на поле, но и в интернете.

В прошлом году мы запустили два крупных проекта — сделали редизайн сайта и разработали

официальное мобильное приложение, совершив полную «перезагрузку» клуба в digital-среде.

«КРАСНО-БЕЛЫЕ» В СМАРТФОНАХ

Когда мы создавали приложение «Спартак», мы хотели получить большую посещаемость и наладить



Разделы мобильного приложения «Спартак».

контакт со своей аудиторией: сделать так, чтобы болельщик мог чаще смотреть на игру любимого клуба, общаться с такими же фанатами, как и он сам. Мы хотели создать полноценное СМИ «Спартак» в телефоне, сделать так, чтобы пользователи как можно быстрее получали информацию о клубе, независимо от того, где они находятся — на стадионе «Открытие-Арена», дома у телевизора или где-то в дороге.

При создании приложения мы ориентировались, с одной стороны, на опыт западных клубов вроде «Барселоны» и «Реал Мадрида». С другой стороны, мы смотрели на то, что делают в медийный проектах, таких как Sports.ru или Матч-ТВ — у них тоже есть свои приложения, в которых востребован спортивный контент. И мы решили воссоздать в приложении «Спартак» ту же модель потребления контента, которую используют спортивные СМИ.

Для того чтобы воплотить наши планы в жизнь, мы обратились к студии мобильной и веб-разработки Finch.

«Мы проанализировали поведение пользователей мобильных приложений и выбрали для «Спартак» среднюю нишу между частым (Facebook, Twitter) и редким потреблением (Aviasales). Другими словами, мы ориентировались на пользователя, который заходит в приложение 1-2 раза в день.

Первым делом при создании приложения мы закрыли базовые потребности фанатов: посмотреть статистику матчей, узнать новости клуба,

информацию об игроках и т.д. Только после этого перешли к следующей ступени: добавили видеорепортажи, раздел об стадионе, и главное — внедрили мобильный магазин с товарами.

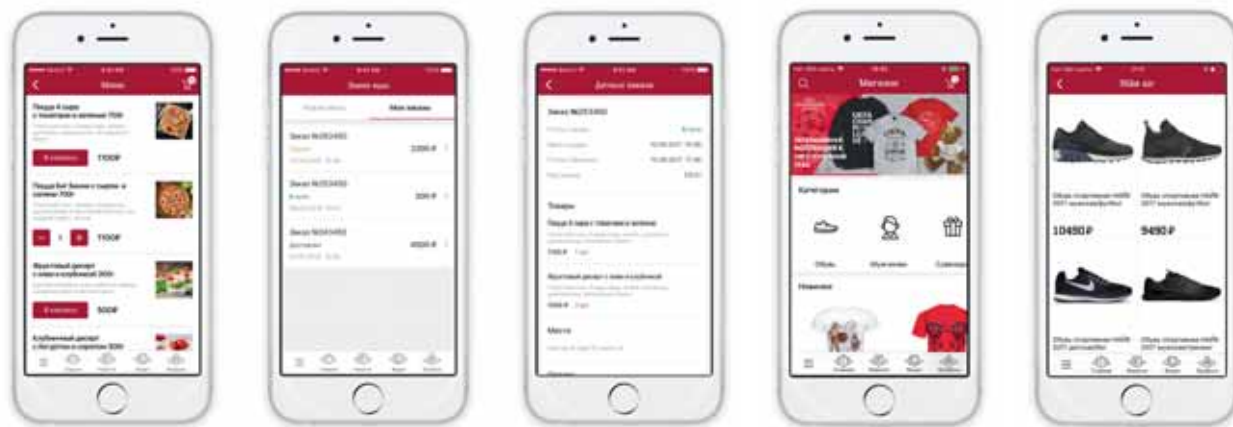
О магазине «Спартак» можно долго говорить, потому что он уникален не только для российского, но и для мирового рынка приложений. Мы первыми в России запустили полноценный мобильный магазин, отказавшись от «сайта в телефоне», который есть даже у «Барселоны», — комментирует соучредитель компании Finch Дмитрий Шипачев.

После выхода приложения мы получили промо-кампанию в Google Play, AppStore и хорошие оценки в магазинах приложений — 4,5 звезды. Вскоре после запуска мы внедрили чат поддержки, и теперь мы ежедневно общаемся с фанатами по всем вопросам, стараемся учитывать их пожелания при разработке обновлений.

Сейчас мы планируем добавить доставку еды на стадионе. Подобный сервис уже есть у коллег из баскетбола и хоккея, чем мы хуже?

Сегодня футбол, как и любой другой способ проведения досуга, борется за время своего потребителя. Среди противников у нас не только другой спорт, но и кинотеатры, киберспорт и т.д. Поэтому важно поддерживать самую высокую планку и давать фанату любые услуги, какие только возможно. Наша задача — сделать так, чтобы ему хотелось почаще приходить на стадион, и приложение должно помогать нам в этом.

>>>>



➔ Раздел доставки еды на стадионе.

➔ «Главная» и «Каталог» в магазине «Спартак».

Из более глобальных планов — создать удобный нативный раздел «Билеты». Пока что мы довольствуемся web-view версией — сайтом в телефоне, который не адаптируется под размер устройства, медленно работает и неудобен в использовании. Нативного билетного сервиса пока не предлагает ни один российский клуб, поэтому нам хочется быть первыми.

Также мы планируем внедрить дополнительные разделы: «Партнеры» — про маркетинговые возможности клуба, и «Академия» — про долгую и богатую историю красно-белых.

РЕДИЗАЙН САЙТА С 10-ЛЕТНИМ СТАЖЕМ

Наш сайт не обновлялся с 2008 года. При этом нам, как клубу с богатой историей, хотелось общаться с болельщиками на должном уровне: показывать записи игр, хайлайты с матчей, фотографии игроков — то есть демонстрировать весь основной контент «Спартак» на сегодняшний день. Все это было невозможно на старой платформе, поэтому мы решили сделать редизайн. «Нашей главной задачей было упростить работу редакции «Спартак». Поэтому у приложения и сайта единый back-end: когда редактор размещает какую-то информацию на сайте, она тут же появляется в мобильном приложении.

Что касается дизайна, то мы решили полностью отказаться от старой концепции и создать что-то новое. Мы предложили взять и разбавить красные цвета белыми, а на фоне сайта отрисовать контрастные фигуры футболистов, чтобы получился уникальный для клубных сайтов дизайн.

Кроме того, на старом сайте была проблема с рекламными местами. А у «Спартак», как и у любого крупного клуба, есть обязательства

перед партнерами и внутренние задачи по PR — раньше они решались баннерами на главной странице. Выглядело это неопрятно и несовременно.

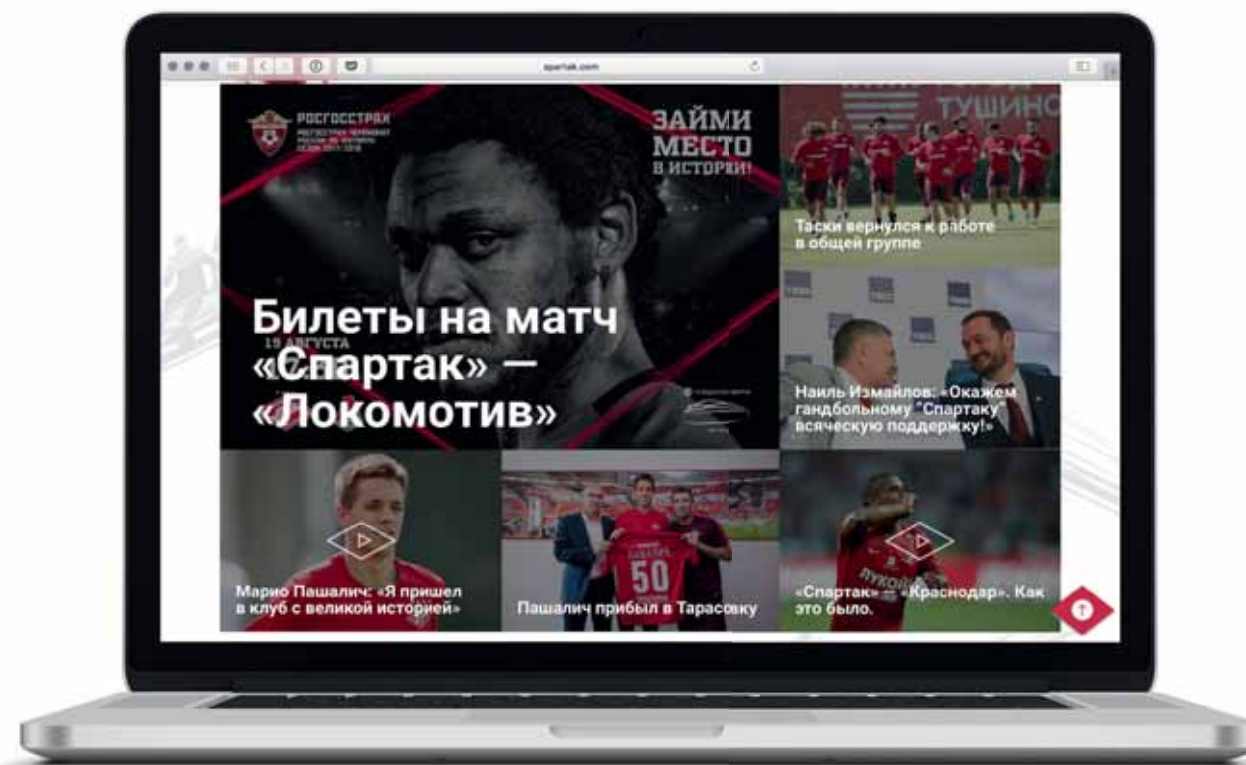
Мы долго обсуждали эту проблему и в итоге придумали совсем иную концепцию — всю рекламу аккуратно заверстали, выбрали другие места для размещения. В результате сайт смотрится гармонично, а рекламные вставки выглядят органично», — комментирует Дмитрий Щипачев.

Что касается посещаемости, то наш новый сайт за период с сентября по октябрь 2017 года посетили 1,1 млн. пользователей (по данным SimilarWeb). О нашем редизайне написали ведущие спортивные СМИ: Sports.ru, Championat.com и другие. Как мы считаем, основной результат на данный момент — это то, что во время редизайна не было «провалов» ни по посещаемости, ни по коммуникациям. Потому что обычно, когда идет перезапуск какого-то продукта, сразу начинается поток негатива — вспомните тот же редизайн «Кинопоиска», который сделал «Яндекс». В нашем случае, хотя и не удалось совсем избежать негатива, в целом люди нормально восприняли перезапуск.

Сейчас, помимо русской, запущена и английская версия сайта, а также в работе китайская версия. Это ближайшие планы, но, разумеется, мы не собираемся останавливаться на этом. В данный момент мы изучаем аудиторию, для которой необходимо оптимизировать сайт — вероятнее всего, это будет итальянская, испанская и португальская версии.

КАК «СПАРТАК» ОБЩАЕТСЯ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ

Мы считаем, что сейчас нужно быть максимально медийно открытыми для болельщиков, поэтому мы так активно занимаемся реструктуризацией



клубных медиа. Основной упор мы делаем на видеоконтент, но стараемся отходить от привычных развлекательных форматов.

Сейчас мы планируем сделать образовательные и детские рубрики. К примеру, мы планируем говорить о здоровом питании, тренировках, а наши игроки будут давать мастер-классы. Что касается детского контента, то тут будет рубрика «детский вопрос», где юные легионеры смогут спросить «Спартак» обо всем, что им интересно.

Мы также стараемся стать как можно ближе к болельщикам — для этого, например, проводим конкурсы для фанатов. Один из наших проектов — конкурс «Мисс Спартак» — проходит ежегодно.

Изначально его проводили неофициально: болельщики брали все затраты на привлечение участников на себя, а затем через интернет-голосование решали, кто достоин победить. Мы решили, что это отличная возможность показать, насколько нам важны фанаты, поэтому стали проводить «Мисс Спартак» официально. Для нас это хорошая имиджевая история — мы привлекаем внимание со стороны СМИ и селебрити. К примеру, в прошлом году среди жюри были: актер Михаил Ефремов, футболисты Луис Адриано, Андрей

Ещенко, резидентка Comedy Club Екатерина Борщева, певец Алекс Малиновский, группа Мохито.

Каждый год мы придумываем новую коммуникационную кампанию к сезону. Это имиджевый ролик, раскрывающий выбранное направление клуба на сезон, оформление афиш, социальных сетей, а также коммуникации с болельщиками (билеты, парковки, аккредитации).

Самый успешный видео-кейс ФК «Спартак-Москва» на сегодня — «Дано не каждому». Ролик посвящен болельщикам клуба, которые, несмотря на все различия, все равно объединяются благодаря любви к «Спартак». Он стал частью кампании 2016 года, которая была посвящена нашим фанатам, их любви к «легионерам». С апреля 2016 года, его посмотрело более миллиона болельщиков. Ролик разместили на первых страницах ведущие спортивные ресурсы страны: sports.ru, championat.com, sovsport.ru и др.

В этом году в планах — повторить успех предыдущей кампании и создать «легендарный стиль». В его основе привычные, болельщикам «Спартак», атрибуты: «стенки» и «забегания», «спартаковские кружева», «красная полоса» и т.д. По сути стиль основан на наших ценностях. ☑

➔ Главная страница новой версии сайта.

Группа компаний «СпортиКо»



О КОМПАНИИ:

Группа компаний «СпортиКо» специализируется на проектировании, строительстве и обслуживании спортивных объектов в России и СНГ. Мы более 20 лет работаем на рынке спортивного строительства, наши клиенты — это ведущие футбольные клубы, спортивные арены и комплексы,

крупные девелоперы. Все наши проекты получают высокие оценки от спортивных экспертов.

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАШЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

> Полный комплекс работ по проектированию и строительству спортивных объектов.



Группа компаний «СпортиКо» принимает активное участие в подготовке стадионов и тренировочных площадок к Чемпионату мира по футболу 2018.



- > Внедрение на российский рынок современных технологий в индустрии спортивного строительства.
- > Поставка техники и оборудования для обслуживания натуральных и искусственных футбольных покрытий.
- > Проектирование и строительство инженерных систем, таких как дренаж, орошение, подпочвенный подогрев, аэрация, освещение и досветка для спортивных, коммунальных и сельскохозяйственных объектов.
- > Полный комплекс работ по ландшафтному дизайну прилегающих территорий коммерческих, коммунальных и жилых объектов с использованием натуральных и искусственных покрытий.

Мы сотрудничаем с ведущими футбольными клубами («Локомотив», «ЦСКА», «Спартак», «Динамо», «Зенит», «Рубин», «Амкар», «Уфа» и др.).

Группа компаний «СпортиКо» принимает активное участие в подготовке стадионов и тренировочных площадок к проведению ЧМ по футболу. Среди наиболее значимых объектов, реализованных нами за последние годы, следует отметить:

- > Реконструкция футбольного поля с установкой системы Grassmaster на стадионе «Казань-Арена», на котором пройдет полуфинал Чемпионата мира по футболу;

- > Строительство и уход за тренировочными полями для ЧМ в городах: Казань, Саранск, Нижний Новгород, Москва;
- > Строительство футбольного поля с инженерными системами и прошивкой Grassmaster на стадионе «ВЭБ Арена» (предматчевая тренировочная площадка ЧМ);
- > Строительство футбольного поля с инженерными системами на стадионе «ВТБ-Арена»;
- > Участие в программе «Наследие» в части перехода с натуральных полей на искусственные, а также техническое переоснащение этих полей.

Покрытие Soccer Pro MAX S с органическим наполнителем Infill Geo Plus.

ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ:

GRASSMASTER

ГК «СпортиКо» осуществляет «прошивку» футбольных полей по технологии и при тесном сотрудничестве с компанией Grassmaster.

Данная технология успешно используется на стадионах клубов Juventus FC, Liverpool FC, Barcelona FC, Manchester United FC, Chelsea FC и др. В России по технологии Grassmaster при участии ГК «СпортиКо» были «прошиты» футбольные поля

>>>>>



Технология армирования верхнего слоя футбольного поля Grassmaster.

➔ Покрытие MAX S имеет высокие игровые характеристики.



на «Казань-Арене» (г. Казань), Стадионе «Рубин» (г. Казань), «ВЭБ-Арене» (г. Москва), Тренировочной базе ФК «ЦСКА» (п. Ватутинки), БСА «Локомотив» (г. Москва). Все эти объекты прошли экспертизу FIFA и будут участвовать в проведении Чемпионата мира по футболу 2018.

LIMONTA

В области строительства футбольных полей с искусственными и гибридными газонами ГК «СпортиКо» сотрудничает с ведущим мировым производителем — Limonta Sport (Италия). Флагманская система этого производителя — покрытие Soccer Pro MAX S с органическим наполнителем Infill Geo Plus — получила широкое применение на тренировочных полях и стадионах премьер-лиги (поле Академии «Спартак» по футболу им. Ф.Ф. Черенкова (г. Москва),

МСА «Локомотив» (г. Москва), тренировочная база ФК «ЦСКА» (п. Ватутинки), стадион «Нефтяник» (г. Уфа), стадион «Старт» (г. Саранск), стадион «Рубин» (г. Казань), тренировочное поле ФК «Динамо» (г. Новогорск)).

Покрытие Soccer Pro MAX S обладает высоким качеством, износостойкостью, а его игровые характеристики близки к характеристикам натуральных полей. За счет своей структуры и наличия волокон кокоса органический наполнитель Infill Geo Plus позволяет добиться игровых характеристик, наиболее схожих с характеристиками на натуральных футбольных полях.

ТЕХНИКА:

Благодаря нашему богатому опыту в сфере спортивного строительства, мы выделили для партнерства



➔ Наша компания является официальным дилером Antonio Carraro.

➔ Инновационные профессиональные газонокосилки Infinicut от Cub Cadet.



самых надежных производителей, которые обеспечивают исключительно высокое качество поставляемой техники нашим клиентам.

ТРАКТОРЫ ANTONIO CARRARO

Antonio Carraro начинает свою историю с 1910 года. На российском рынке компания присутствует уже более 20 лет и предлагает тракторы средней и малой мощности, различного размера, которые позволяют выполнить весь спектр работ, как на спортивных, так и на сельскохозяйственных объектах. Наша компания является официальным дилером Antonio Carraro.

Небольшой вес, маневренность, компактность, постоянный полный привод и поворотная консоль управления (поворот на 180°) — все это позволяет максимально эффективно выполнять задачи, с которыми сталкиваются профессионалы ежедневно. Тракторы комплектуются специальными газонными шинами, что исключает риск повреждения покрытия.

ГАЗОНОКОСИЛКИ INFINICUT

Инновационные профессиональные газонокосилки Infinicut от Cub Cadet выделяются безупречной точностью стрижки. Газонокосилки могут быть оснащены электрическим, бензиновым или гибридным двигателем.

Большой выбор сменных картриджей позволяет выполнять ряд дополнительных работ (аэрация, вычесывание, вертикальная стрижка, скарификация и др.). Этими газонокосилками оснащены ведущие футбольные арены по всему миру.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ REDEXIM

Широкий спектр оборудования, качество исполнения и надежная конструкция делают продукцию Redexim стандартом качества на рынке обслуживания искусственных и натуральных спортивных покрытий. Ведущие спортивные клубы по всему миру пользуются техникой Redexim. ☑

➔ Redexim — мировой лидер на рынке обслуживания спортивных покрытий.



ГК «СпортиКо»
ул. Михалковская, 63 б, стр. 4, офис 316
тел.: +7 (495) 510-62-18
e-mail: info@insportpro.ru
сайт: www.insportpro.ru

LuckyTicket – инновационная и надежная билетная система компании Ticket Soft для решения любых маркетинговых задач



ДЕПОЗИТНЫЕ СИСТЕМЫ – ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДОВ СТАДИОНА И СПОРТИВНОГО КЛУБА. УНИКАЛЬНЫЙ ОПЫТ ПРОДАЖИ 10 РАЗНЫХ АБОНЕМЕНТОВ И ТИПОВ БИЛЕТОВ НА САЙТЕ, ОДНОВРЕМЕННАЯ ПРОДАЖА НА РАЗНЫЕ ТУРНИРЫ НА 2-Х АРЕНАХ, ЕДИНАЯ КЛУБНАЯ СИСТЕМА И СКД С МОБИЛЬНЫМИ СКАНЕРАМИ И ТУРНИКЕТАМИ, ОТЧЕТЫ В TELEGRAM.

Компания Ticket Soft является первым разработчиком билетных систем и систем платного доступа в России! На рынке с 1995 года! Более 1375 Клиентов в СНГ!

Нашими Клиентами являются стадионы, спортивные сооружения, выставки, кинотеатры, парки отдыха, катки, детские развлекательные центры, музеи, театры и билетные агентства.

Компания Ticket Soft является отечественным разработчиком инновационной билетной системы LuckyTicket (TS:Стадион, TS:Кинотеатр, TS:Парк РЦ,

TS:Музей), которая предназначена для комплексной автоматизации основных бизнес процессов у наших Клиентов, в т.ч. продажи билетов и абонементов в кассах/киосках и через Интернет TS:Web Sales, автоматизация контроля доступа зрителей (турникеты / мобильные приложения iPhone), управление парковками, управление мероприятиями и аккредитацией, автоматизация точек продаж (кафе, рестораны, магазины сувениров и атрибутики), управление клубными и бонусными программами (встроенный генератор любых бонусных схем), единая депозитная система (электронная



29 билетных и депозитных киосков (TS:Киоск) на стадионе и в городе.

или RFID карта) в т.ч. совмещенная с абонементом или FanID в мобильном телефоне (в кассах билетов, на сайте и точках продаж общепита и магазинах атрибутики), специализированная TS:Web CRM для клубов (личный кабинет, маркетинговые акции и рассылки, инциденты на матчах, фан-клуб, выездные матчи), подготовка отчетности для руководства и отдела маркетинга (генератор отчетов и интеграция с BI и ERP системами).

Как эффективно эксплуатировать спортивное сооружение и получать прибыль, мы поговорили с генеральным директором компании Ticket Soft, Сергеем Борисовичем Кравцовым.

– Сергей Борисович, ранее вы рассказывали о реализации масштабного проекта на стадионе ФК «Краснодар».

– Компаний Ticket Soft является проектировщиком и интегратором пяти IT- систем, которые управляют коммерческими службами на стадионе ФК Краснодар. Комплексное IT решение Ticket Soft включает в себя: систему продажи билетов

и абонементов, систему контроля доступа, систему управление паркингом, автоматизацию точек продаж и единую депозитную систему. На стадионе успешно проведены более 10 матчей, которые посетило более 250 000 зрителей.

– С какой целью внедряется депозитная система?

– Единая депозитная система на стадионе – это простой и удобный инструмент для повышения доходов. С помощью депозитной карты можно воспользоваться всеми услугами на стадионе, в т.ч. купить билет в кассе или на сайте, расплатиться за парковку, в точке продаж атрибутики или питания. Цель внедрения депозитной системы – значительный рост выручки и увеличение скорости обслуживания во время матчей и повышения качества обслуживания зрителей.

– Где успешно работает депозитная система?

– Депозитная система компании Ticket Soft с момента открытия работает на стадионе «Донбасс Арена»

>>>>



38 распаханных полуростовых моторизованных турникетов на VIP входах стадиона, 17 моторизованных калиток для МПГН и VIP.



(ФК «Шахтер») и на стадионе ФК Краснодар, где в очередной раз подтвердила экономическую эффективность, как и в десятках парков и развлекательных центров, где установлена депозитная система Ticket Soft. Мы рады, что с помощью клубной и депозитной системы у клуба есть множество идей, как стимулировать рост среднего чека и количество покупок.

— Какие финансовые показатели?

— Данная информация является закрытой, но по информации наших Клиентов, у владельцев депозитных карт средний чек выше на 35% и количество чеков больше за сезон на 25%. За последние 10 лет клиентами Ticket Soft выпущено более 300.000 депозитных карт.

— Что еще получает стадион после внедрения депозитной системы?

— Быстрое и качественное обслуживание зрителей в точках продаж. Возможность предварительной продажи предоплаченных карт вне территории стадиона, в т.ч. в качестве подарочных карт. Возможность удаленного пополнения баланса депозитных карт через личный Интернет кабинет, например, родители - детям. Возможность допродажи товаров непосредственно на трибунах во время матча стюардами с мобильными планшетами. Рост выручки в VIP секторах и ложах, особенно на корпоративных Клиентах. Главное - мощный инструмент маркетинга для материализации бонусов и повышения лояльности и удовлетворенности зрителей.

— Как решаются вопрос по снижению потерь?

— Дополнительно снижаются злоупотребления со стороны персонала и облегчается процесс обучения новых сотрудников кейтеринга. Устранение наличного денежного оборота на всей территории стадиона позволяет повысить выручку предприятия. У сотрудников нет способа продать без чека товар и украсть наличные.

— А если я не потрачу все деньги с карты?

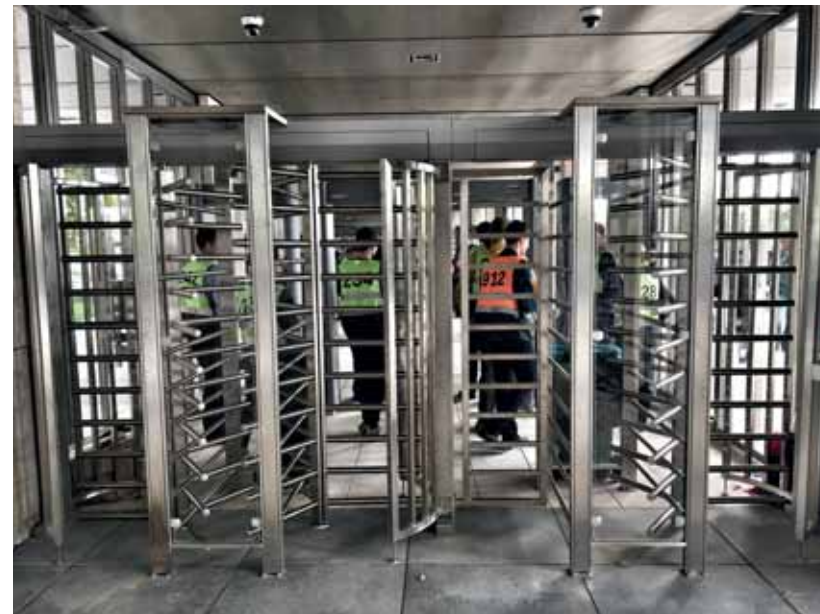
— Остаток неиспользованных средств останется на балансе депозитной карты, и средства будут доступны для покупки билетов или покупок на следующем матче.

— Как отдел маркетинга может использовать информацию из депозитной системы?

— Вы можете сегментировать зрителей на основании статистики покупок и динамики средств на депозитной карте. Вам становятся понятными поведенческие характеристики — это данные, которые трудно переоценить и которые являются основными отправными точками для маркетологов в интересной битве за лояльного постоянного болельщика.

— Это же клад для маркетологов?

— Да, ведь затем можно выстраивать новую систему лояльности и коммерческую политику, анализируя желания Клиентов и предлагая все новые и новые бонусы, например, начислять



дополнительные бонусы на депозит за ранний приход на стадион или за единовременное зачисление крупной суммы на депозитную карту.

— Депозитная система подразумевает наличие карты?

— В настоящий момент зритель может получить физическую RFID карту в автоматическом киоске или в кассе. Все владельцы абонементов автоматически могут использовать депозитную систему. Пополнить баланс на депозите можно наличными или банковской картой в кассе или в автоматических киосках, а также пополнить через Интернет. Однако депозитная карта может быть и виртуальной, например, в вашем смартфоне.

— Удобна ли посетителям в итоге депозитная система?

— Уверен, что да. Высокая скорость обслуживания нравится всем Клиентам. Вы можете отдать карту ребенку для покупок билетов или в точках продаж и не переживать, что ребенок потеряет деньги или потратит на что-то другое. Настроить лимит расходования средств, ограничить пользование определенным видом услуг (например, не покупать семечки). Карты можно продавать через кассы в городе или агентов (расширение каналов продажи и вариант подарка). Для семьи — наличие нескольких связанных между собой ЕДИНЫМ счетом депозитных карт. Для маркетологов — проведение акций, например, на покупку,

мороженого или пиццы, которая действует в течение 60 минут до матча.

— Какие планы по развитию депозитной и системы лояльности для стадионов?

— В настоящее время мы завершили процесс интеграции с внешними клубными и платежными системами Prime (Альфа) и Plazius (Сбербанк). В 2018 году запустим мобильное приложение для продажи билетов и работы с виртуальной клубной и депозитной картой стадиона.

— Какие сферы деятельности стадиона затрагивает использование депозитной карты?

— Практически все. На сегодняшний день есть готовые решения по автоматизации билетных касс (бронирование и продажа билетов и абонементов), автоматические билетные и депозитные киоски TS:Киоск (на территории стадиона и в городе), готовое решение для Интернет-продаж билетов и абонементов на сайте (личный кабинет, карта лояльности, электронный билет), единая депозитная система (совмещенная с картой болельщика) на стадионе — TS:Депозит, готовое решение для пополнения баланса депозитных карт на сайте, автоматизация общепита и точек продаж (спортивной атрибутики) на территории объекта (Lucky Resto), единая система клубных (дисконтно-бонусных) карт и фан-карт болельщиков (Lucky Card), готовое решение FRM (CRM) для управления взаимоотношениями с болельщиками и маркетинга,

>>>>



69 полноростовых моторизованных турникетов, обеспечивающих 106 входов/выходов по внешнему периметру стадиона, 50 мобильных считывателей на базе iPhone для стюардов и групп помощи болельщикам.

автоматизация паркинга, автоматизация контроля доступа (СКД) с турникетами (любые модели) и мобильными сканерами, автоматизация детских и развлекательных зон на территории всего объекта с единой картой TS; Детская комната, автоматизация музея спортивного клуба TS:Музей.

Мы предлагаем спортивным клубам увеличивать свои доходы через создание бонусных и депозитных систем в связке с управлением точками продаж. Зрителей требуется стимулировать приходить на арену, не за пятнадцать минут до мероприятия, а за один-два часа, тогда при правильной организации продажи еды, напитков, сувениров и атрибутики, значительно увеличивается выручка.

Уникальность нашего модуля TS:Депозит позволяет использовать в качестве депозитной карты существующие карты абонементов или FanID клуба. Депозитная система, награждающая зрителей бонусами и подарками за внесение денег на счет, стимулирует траты и увеличивает средний чек, что подтверждает опыт наших Клиентов, например, ФК «Шахтер». Кроме того, такие карты можно спокойно отдавать детям для покупки сувениров или сладостей во время перерыва или продавать через агентов.

— Какой дополнительный инновационный функционал предлагает ваша система?

— Компания Ticket Soft предлагает своим Клиентам уникальный модуль TS:Bot для получения оперативных отчетов прямо на смартфонах, например, в Telegram, отчеты по продаже билетов и абонементов по всем каналам продаж на все матчи в реальном времени. Впервые в России с помощью модуля TS:Bot можно продавать билеты в мессенджере.

Компания Ticket Soft предлагает модуль TS:Видеоидентификация по лицам, который не только контролирует проход через СКД по именным абонементам или запрет по "черным спискам", но и, что уникально, создает виртуальную клубную и/или депозитную карту в кассах и точках продаж, которая привязана к лицу зрителя и не требует физического носителя.

Модуль TS:Видеоидентификация по лицам позволяет автоматически заполнять поля и фото карточки зрителя при предъявлении паспорта в кассах, заменить в точках продаж физические идентификаторы на идентификацию по лицу для получения скидок, произвести подсчет уникальных посетителей в фойе или в зоне прохода, точно быстро и с большей точностью, чем человек, производить верификацию при проходе на стадион в фан-зону или VIP, а также определить пол (точность 99,7%) и возраст (диапазон ±1,5 года) зрителей.

По итогам выставок MarSpo 2018 и Ticketing Forum 2018 нами были добавлены и доработаны многие уникальные функции программы, например, занесение контактных данных покупателя в два клика, что позволяет нашим клиентам идентифицировать каждого покупателя билетов или абонементов без исключения.

Ну и, конечно, хотелось бы отметить, что программное обеспечение Lucky Ticket как и прежде позволяет организовать проход на мероприятие по электронному билету без обязательного посещения кассы, предъявив его с экрана мобильного телефона или любым другим способом.

Система контроля доступа обеспечивает стабильную работу в автоматическом режиме даже в аварийных ситуациях, при временной потере связи с сервером.



«Мы предлагаем спортивным клубам инновационные решения, беспрецедентную скорость доработок программного обеспечения непосредственно от разработчика и оперативное реагирование на изменение трендов на рынке. Менее двух месяцев прошло с MarSpo 2018 и Ticketing Forum 2018, а мы уже реализовали многие интересные пожелания для наших клиентов по итогам выставок.

Как пример, для любого клиента и посетителя мероприятий всегда важно удобство покупки билетов. Все большее распространение получают интернет-технологии заказа и бронирования — выкуп собственного заказа через личный кабинет. Заказ, очередь в кассы объекта — все это уже не обеспечивает должного качества услуг и уровня сервиса.

Компания Ticket Soft, учитывая запросы посетителей, разработала уникальное дополнение в свое программное обеспечение — как пример: клиент может выкупить свою бронь на матчи международных турниров (например, Лига Чемпионов по футболу, гандболу) в собственном личном кабинете, не выходя из дома, посредством любого телефона или компьютера без посещения касс спортивного сооружения. Согласитесь, это очень удобно, здорово экономит время и позволяет избежать лишнего стресса.

Также в кратчайшие сроки было доработано и реализовано очень интересное решение по идентификации наших клиентов. Посетителей

теперь можно идентифицировать не только по депозитной или клубной карте, а также по другим данным, например, по номеру мобильного телефона. Это очень удобно, процесс не предоставляет трудностей и облегчает взаимодействие с посетителями в различных жизненных ситуациях (как пример: вы забыли абонемент на матч любимой команды, карту и т.п.). Ранее этот процесс отнимал время и заставлял заказчика нервничать — теперь это решается в 2 клика мышки на компьютере или планшете.

Стоит отметить, что система компании Ticket Soft стала более надежной и удобной для клиента.

Наша заказчики могут теперь не беспокоиться о сохранности своих данных в случае различных форс-мажорных обстоятельств, которые периодически могут возникать в ответственные дни проведения мероприятий (например, обрыв соединения с удаленными серверами продаж билетов, системами контроля доступа, барной системой, системами паркинга и прочим). Система работает автономно, независимо и выполняет свои функции, невзирая на эти проблемы.

Для наших заказчиков — это тоже преимущество и удобство!

Работы по улучшению качества обслуживания и сервиса продолжают. Благодарим всех Клиентов компании Ticket Soft за доверие и сотрудничество!»

СЕРГЕЙ КРАВЦОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГК TICKET SOFT

Ticket®**SOFT**

ГК Ticket Soft

Москва, ул. 3-я Мытищинская, д.16 с. 47, оф.1001

тел.: +7 (495) 687-99-91, 8-800-550-91-55

e-mail: info@soft.ru

сайт: www.soft.ru

Компания «Флоордизайн»



❶ Система полива PERROT футбольного поля на ALLIANZ ARENA Мюнхен.

Компания ФЛООРДИЗАЙН успешно работает на отечественном рынке с 2001 г. Основным видом деятельности фирмы является строительство плоскостных спортивных сооружений, поставка и укладка спортивных покрытий для футбола, хоккея на траве, тенниса, минигольфа, многофункциональных спортивных площадок, легкой атлетики.

Опыт компании основывается на передовых зарубежных технологиях в области строительства плоскостных спортивных сооружений различного уровня.

Подготовка оснований спортивных площадок производится ФЛООРДИЗАЙН с помощью новейшего лазерного планировщика, позволяющего повысить скорость подготовки и ровность поверхности основания.

Компания ФЛООРДИЗАЙН является официальным поставщиком искусственной травы от европейских производителей Domo Sports grass (Бельгия), CONDOR Grass (Нидерланды), Juta grass

(Чехия), беговых дорожек компании CONICA (Швейцария), сотрудничает с международными спортивными лабораториями KIWA-ISA-Sport (Нидерланды), Labosport UK (Великобритания).

Профессиональные укладчики, имеют опыт работы на проектах в России и странах Восточной Европы по укладке спортивных площадок для различных видов спорта.

В 2013 году ФЛООРДИЗАЙН на объектах Универсиады-2013 в г. Казани провела укладку и сертификацию футбольных искусственных покрытий на стадионе «РАКЕТА» по системе требований ФИФА** (две звезды) и второго поля ФК «РУБИН» по системе ФИФА* (одна звезда).

Создание футбольных полей с натуральным качественным дерновым покровом является актуальной первостепенной задачей в преддверии Чемпионата Мира по футболу 2018 года. Важно обеспечить поле первоклассным спортивным газоном,



отвечающего всем требованиям ФИФА. Данный газон должен успешно противостоять трудному микроклимату футбольных стадионов, выдерживать недостаточную циркуляцию воздуха и большой стресс, присущий соревнованиям и матчам. Кроме того, он должен быть пригодным для проведения матча в любых погодных условиях.

ФЛООРДИЗАЙН является поставщиком высококачественного рулонного газона из Австрии RICHTER RASEN — натурального рулонного газона наивысшего качества для самых различных областей применения и климатических регионов мира.

В списках ведущих футбольных ассоциаций RICHTER RASEN числится на первом месте среди международных производителей рулонного газона. RICHTER RASEN использует накопленный

научный опыт для производства своей уникальной инновационной продукции.

В числе спортивных объектов, использующих газон компании RICHTER RASEN находятся важнейшие футбольные стадионы проведения матчей ЕВРО 2012, например, стадион «Олимпийский» в Киеве, «Донбасс-Арена» (Шахтер) в Донецке, стадион «Украина» во Львове. Стадион «Лужники» в Москве использовал газон RICHTER RASEN на финальном матче Лиги Чемпионов УЕФА в 2008 г. Ведущие футбольные клубы Европы используют газон RICHTER RASEN на своих аренах и тренировочных полях.

ФЛООРДИЗАЙН производит строительство основания, подготовку корнеобитаемого слоя и посев натурального газона футбольного поля в соответствии

❷ Стадион «Строитель» г. Набережные Челны.

❸ «Кабинки запасных игроков, медицинского персонала и судей на стадионе «ФИШТ» г. Сочи, сиденья с подогревом».

>>>>



❹ Основным видом деятельности фирмы является строительство плоскостных спортивных сооружений.

❺ Основным видом деятельности фирмы является строительство плоскостных спортивных сооружений.



➡ Основным видом деятельности фирмы является строительство плоскостных спортивных сооружений.

➡ Основным видом деятельности фирмы является строительство плоскостных спортивных сооружений.

с требованиями к тренировочным полям ЧМ-2018, а также последующий уход после посева газона.

Уникальная система SPRAY STREAM направленного потока воздуха, насыщенного микро-каплями воды, позволяет создавать необходимые условия циркуляции воздуха внутри футбольных арен.

Системы спортивного полива полей для футбола и хоккея на траве PERROT (Германия), представляемые ФЛООРДИЗАЙН, используются основными мировыми футбольными аренами (ALLIANZ ARENA Мюнхен, ФИШТ Арена г. Сочи, «Донбасс Арена» Донецк и др.) на Чемпионатах мира и Европы по футболу, а также основными стадионами мира для хоккея на траве в Нью-Дели, Пекине, Лондоне, Мёнхенгладбахе и других городах и странах. Большое количество тренировочных полей ЧМ-2018 в России используют системы полива PERROT со спринклерами серий TRITON и VP3.

Спортивное оборудование для различных видов спорта (футбол, хоккей на траве, легкая атлетика) компании Schaper Sportgeratebau GmbH (Германия), представляемое в России ФЛООРДИЗАЙН, используется большинством европейских профессиональных клубов и стадионов. 90% футбольных клубов Бундеслиги используют футбольные ворота Schaper. Российские стадионы «ФИШТ» г. Сочи, «Ростов-Арена» г. Ростов-на-Дону, «Геолог» г. Тюмень, «Металлург» г. Видное Московской обл., «Химик» г. Шебекино Белгородской обл., «Строитель» г. Набережные Челны, тренировочные поля в разных городах России к ЧМ-2018 и многие другие успешно используют

спортивное оборудование Schaper. Ворота для хоккея на траве Schaper используются большинством стадионов для хоккея на траве в мире.

Партнерство с компанией CONICA (Швейцария) позволяет создавать на стадионах беговые дорожки высокого качества для спорта высших достижений.

Компания ФЛООРДИЗАЙН сотрудничает со спортивными организациями, федерациями и клубами.

ФЛООРДИЗАЙН обладает наибольшим опытом на территории СНГ и Восточной Европы в области строительства полей для хоккея на траве.

Компания ФЛООРДИЗАЙН принимала активное участие в проектировании и строительстве Центра хоккея на траве в Казани, в котором в 2008 году прошел квалификационный женский предоллимпийский турнир по хоккею на траве, а также игры Универсиады-2013.

Компания ФЛООРДИЗАЙН имеет опыт строительства и сертификации полей для хоккея на траве по требованиям Международной федерации хоккея на траве (FIH).

При строительстве полей для хоккея на траве в России используется опыт строительства полей в Германии, Нидерландах, Бельгии, Австралии, олимпийских полей в Пекине и Лондоне.

Компания ФЛООРДИЗАЙН является официальным поставщиком игрового оборудования для хоккея на траве MALIK, OBO, adidas



(www.fihockey.ru), обеспечивает экипировкой национальные сборные команды России.

Профессиональный подход ФЛООРДИЗАЙН к строительству плоскостных спортивных сооружений и обеспечению спортивным оборудованием позволяет создавать спортивные сооружения высокого класса.

ОСНОВНЫЕ ОБЪЕКТЫ ФЛООРДИЗАЙН:

01. Стадион «Глебовец», г. Глебовский, Истринский район Московской обл., объект ЧМ-2018.
02. Стадион спорткомплекса им. Лакомова г. Азов, Ростовская обл., объект ЧМ-2018.
03. Стадион «Олимпийский» г. Чебоксары, объект ЧМ-2018.
04. Стадион «Строитель» (футбол и легкая атлетика), г. Набережные Челны, 2016.
05. Стадион «Метрострой» для хоккея на траве с беговыми дорожками, г. Санкт-Петербург, 2016.
06. Центр хоккея на траве г. Казань, два сертифицированных поля по системе FIH, 2006-2007-2017 гг., объект Универсиады-2013.
07. Поле для хоккея на траве ЦСП «Крылатское», г. Москва, сертифицированное FIH, 2013-2015

07. Стадион «РАКЕТА» г. Казань, объект Универсиады-2013, сертифицированное футбольное поле по системе ФИФА**, 2013.

08. Второе поле ФК «РУБИН» г. Казань, объект Универсиады-2013, сертифицированное футбольное поле по системе ФИФА*, 2013.

09. Реконструкция поля для хоккея на траве на стадионе «Динамо» г. Екатеринбург, 2013, сертифицированное FIH.

11. Легкоатлетический манеж МГСУ, г. Москва, 2015

12. Стадион «Химик» г. Шебекино Белгородской обл., 2011-2013 гг.

13. Футбольное поле университета ГТТУ, г. Тамбов, 2009 г.

14. Стадион «Металлург» г. Видное Московской области, сертифицированное футбольное поле по системе ФИФА*, 2008.

15. ДЮСШ по футболу г. Солнечногорск — проект Национальной Академии Футбола, 2008.

16. Стадион «Метеор» г. Балашиха Московской области, 2008-2009 г.

17. Комплекс теннисных кортов в УСЗ «Дружба» (Лужники), 2007 г. ☐

➡ Основным видом деятельности фирмы является строительство плоскостных спортивных сооружений.

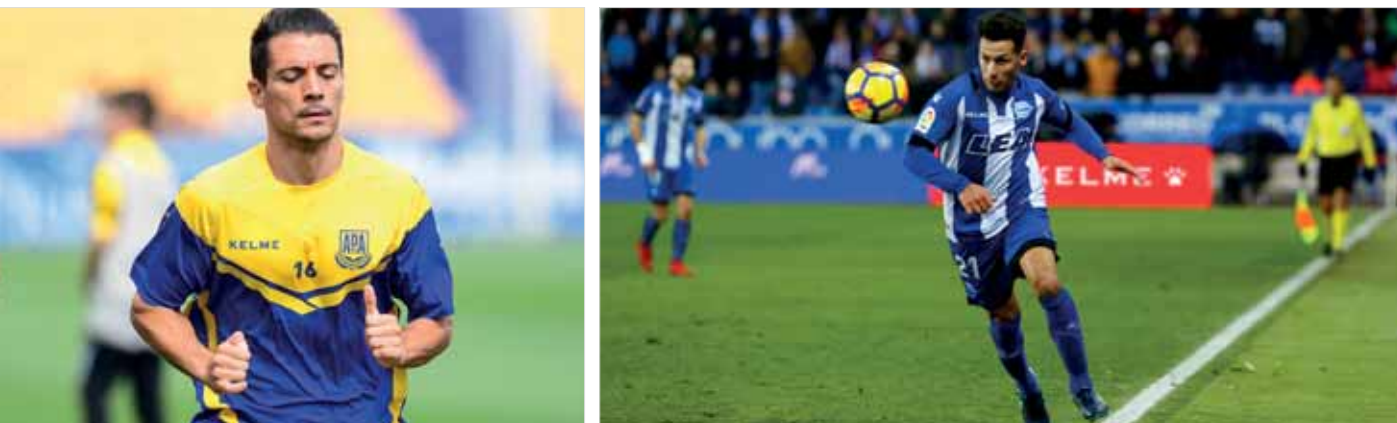
➡ Основным видом деятельности фирмы является строительство плоскостных спортивных сооружений.



ФЛООРДИЗАЙН

109431, г. Москва, ул. Привольная, д. 70
 тел.: +7 499 670-45-55, +7 903 136-67-07
 e-mail: info@sportsystems.ru
 сайт: www.sportsystems.ru, www.fihockey.ru
 сайт: www.laserplanner.ru, www.floordesign.ru

Экипировочный центр «Юнайтед спорт»



Наша миссия — предоставлять российским спортсменам и любителям спорта лучшие товары и сервис на лучших коммерческих условиях.

Компания ООО «Юнайтед спорт» — это спортивный экипировочный центр, работает на рынке спортивной индустрии с 2010 года и является одним из крупнейших поставщиков в сфере Team Sport. За это время было реализовано более 700 проектов по экипировке профессиональных, корпоративных и любительских команд, коммерческих организаций, а также оптово-розничных клиентов.

В 2013 году ООО «Юнайтед Спорт» стал мультибрендовым экипировочным центром, и это позволило организовать работу по самым разным направлениям и видам спорта, среди которых футбол занимает одну из ключевых позиций.

В 2014 году был открыт мультибрендовый интернет магазин «SPORTPERSONAFOOTBALL.COM», который предлагает футболистам релизы новейших моделей одежды и обуви, качественный сервис и полный спектр услуг по индивидуальному нанесению на одежду и обувь, собственное производство индивидуальной экипировки, сувенирной продукции, а также подбор брендовой экипировки.

В 2017 году компания ООО «Юнайтед-Спорт» стала официальным партнером испанского бренда KELME, основное направление футбол, мини-футбол, кэжуал.

ПОРТФЕЛЬ БРЕНДОВ: NIKE, KELME, ADIDAS, PUMA, JOMA и др.

АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ ДЛЯ ФУТБОЛА: футбольные бутсы, мячи, щитки, футбольная форма, тренировочные костюмы, парадные костюмы, вратарская экипировка, вратарские перчатки, сумки, насосы для мячей, капитанские повязки, аксессуары для футбола и т.д.

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА: индивидуальный подход к каждому клиенту, помощь в подборе экипировочных линеек, пошив формы на заказ и бренди-рование, изготовление оригинальных спортивных сувениров, широкий выбор вариантов нанесения, оперативность, высокое качество сервиса.

ВАРИАНТЫ РАБОТЫ С ОПТОВЫМИ ПОКУПАТЕЛЯМИ: предзаказ, свободный склад. ☑

Компания ООО «Юнайтед спорт»
105118, Москва, ул. Буракова д. 6, стр. 16
тел.: +7 (495) 504-37-09
e-mail: info@united-sport.ru
сайты: united-sport.ru, sportpersonafootball.com, kelme-rus.ru



ЭКИПИРОВКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ, КОРПОРАТИВНЫХ И ЛЮБИТЕЛЬСКИХ КОМАНД, КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ А ТАКЖЕ ОПТОВО-РОЗНИЧНЫХ КЛИЕНТОВ

+7 (495) 504-37-09

UNITED-SPORT.RU

Позитивные моменты и проблемы в работе российских футбольных клубов



Валерий Гореликов,
директор Центра
спортивного менеджмента



Константин Серяков,
руководитель
проекта STS-15

БОЛЕЛЬЩИК ПОШЕЛ НА РОССИЙСКИЙ ФУТБОЛ

Давно в российском футболе не было такой интриги, как в прошедшем сезоне. Если с титулом чемпиона все стало понятно в 29-ом туре, то остальные позиции были вакантны до финальных свистков тура 30-ого.

Ведь и правда — когда, если не сейчас? Уже скоро стартует Чемпионат мира ФИФА, билеты на который даже на матч Панама — Тунис в Саранске днем с огнем не сыщешь, так еще и команды из России устраивают шоу. Что важно — как на поле, так и за его пределами.

Сегодня можно сознательно подводить не-спортивные итоги Российской Футбольной Премьер-лиги 2017/2018. Сразу отметим позитивную

тенденцию — клубы заставляют маркетологов работать, а те, в свою очередь, начинают находить интересные решения и развивать потенциалы наших клубов. По итогам исследования Университета «Синергия» (программа SportTeam School — 15) мы проанализируем позитивные моменты и проблемы в работе российских футбольных клубов в использовании спортивных сооружений и привлечении болельщиков.

У НАС ВСЕ ХОРОШО

Отечественный футбол ругают, но все же смотрят. В сезоне 2017/2018 на трибунах стадионов побывали 3 352 571 зритель. В прошлом году матчи РФПЛ вживую посмотрели 2 740 289 человек. Кого-то сподвиг на посещение нового стадиона ближайший Чемпионат мира ФИФА, но не стоит



умалывать заслуги клубов и инфраструктурных возможностей.

Больше всех зрителей на своем стадионе на матчах чемпионата России собрал питерский «Зенит». Команда из северной столицы в 2017 году получила новый стадион, строительство которого долго было предметом насмешек. Тем не менее, в этом сезоне на матчах «Зенита» в чемпионате побывали 659 438 человек (в прошлом году — 278 354).

Главное, что маркетологи питерцев не испугались и начали эффективно использовать территорию «Арены Санкт-Петербург». Попытка хайпануть на рэп-батлах, лекция Александра Невзорова, розыгрыш машины миллионному посетителю стадиона — малая часть того, что делал клуб из Санкт-Петербурга. Кстати, миллионного болельщика в арене в «Зените» посчитали, учитывая Лигу Европы и Кубок России.

Московский «Спартак» дважды в этом сезоне проиграл первое место. Если в турнирной таблице «краснобелые» расположились на третьем месте, то в рейтинге посещаемости заняли второе место. Клуб Леонида Федун подвела смазанное начало чемпионата и неудачная концовка. После прошлогоднего чемпионства матчи «Спартака» посетило примерно на 40 тысяч человек меньше (491 404 — 452 836 зрителей).

Качественный шаг вперед сделал футбольный клуб «Краснодар». Самый быстропрогрессирующий клуб нашей страны, отыграв на новой «Арена Краснодар» полноценный сезон. «Быки», которых

критиковали за присутствие солдат на трибунах (читай — бесплатных билетов), обкатали на новом стадионе программу билетную и абонементную программы. Результатом стали 72% средняя заполняемость стадиона (больше всех в лиге), а также успешные взаимоотношения с болельщиками гостевых команд. Подход для России новаторский: болельщики не матерятся, не наносят ущерб стадиону — в следующий раз покупаю билет.

Стабильно высокую планку держит грозненский «Ахмат», собирая на трибунах 227 572 (в сезоне 2016/2017 — 228 454). Московский ЦСКА, несмотря на новый стадион, качественную работу отдела маркетинга и медиа-служб повысил посещаемость незначительно — с 216 806 человек до 234 080. Слабовато для команды, которая из года в год занимает высокие места и попадает в Лигу Чемпионов УЕФА.

ПРОБЛЕМЫ

Казалось бы, выход в Премьер-лигу из Футбольной Национальной Лиги — это праздник, к которому команды вместе с городом должны быть готовы. На деле же наблюдается отсутствие вменяемой работы с болельщиками, приводящее к пустым трибунам. Символом безволия прошедшего сезона стал хабаровский СКА. Клуб с первых туров обосновался на последнем месте турнирной таблицы, где и пробыл до 30-ого тура. Матчи хабаровчан посетили 104 577 человек.

>>>>>



Другой новичок элитного дивизиона России — «Тосно». Противоречивая команда, находящаяся конец сезона в подвешенном состоянии собрала на «Петровском» всего 84 805. Один из матчей тосненцы провели на стадионе «Старт» в Самаре. «Амкар» из Перми играл домашнюю игру с ФК «Локомотивом» на стадионе «Локомотив». Подобный случай вынудил РФПЛ изменить регламент: со следующего сезона будет невозможно проводить домашние матчи на стадионе соперника, даже если он заявлен резервным. Впрочем, подобные переносы также негативно сказываются на посещаемости. Если в сезоне 2016/2017 на «Амкар» пришло 107 340 человек, то в 2017/2018 — 84 499. Плох был и «Анжи», который проведет стыковые матчи за право остаться в РФПЛ. Один матч явно не изменит ситуацию — посещаемость упала со 101 603 человек до 95 535.

Который раз отдельных слов удостою «Рубин». Клуб, ставящий высокие задачи, никак не может разобраться со своими болельщиками. Обладая новым стадионом, который примет матчи Чемпионата мира, «Рубин» умудрился дважды сыграть на стадионе «Центральный». Налицо некомпетентность отдела маркетинга футбольного клуба и вчистую проигранная конкуренция за зрителя «Ак Барсу» и волейбольному «Зениту». Будет интересно посмотреть, сделают ли выводы работники «Рубина» и научатся ли на своих ошибках или мы так и будем видеть пустые трибуны на «Казань-Арене».

ВОЗМОЖНОСТИ

Благодаря проведению Чемпионата мира 2018 года по футболу и возведению новых арен в России сложилась уникальная ситуация, дающая новые возможности для развития клубов и лиги в будущем. Но уже сейчас можно подвести предварительные итоги этих возможностей.

Первой ареной возведенной к ЧМ-2018 была «Казань-Арена» (вместимость — 45 400), которая должна была придать импульс и стать примером для остальных, но этого не произошло — за четыре сезона ФК «Рубин» провел на новой арене всего 36 игр. Надеемся, что после мирового чемпионата, ситуация измениться и Казань пойдет на футбол.

А уже следующий новичок — «Открытие-Арена» (45 300) в Москве показала яркий пример всем остальным. Это и реализация перспективного для России направления нейминга арен (было подписано соглашение с банком «Открытие» на шесть лет), интересные предложения для болельщиков всех уровней — от фанатов до VIP-персон, семейные сектора и качественный кейтеринг. Собственная служба стюардов, которая заменила на самой арене представителей силовых ведомств. Болельщик проголосовал ногами — в первый сезон был установлен рекорд посещаемости.

После москвичей эстафету подхватили в регионах. Обидно, что такой красавец стадион, как «Арена Краснодар» (33 000), не примет у себя игры мундиаля. В Краснодаре показали, как любят футбол, и игры на арене стали эталоном проведения матчей в РФПЛ.

Поддержал высокий уровень «боления» и питерская «Арена Санкт-Петербург» (68 000). В последних турах в копилку чемпионата России добавились арены в Екатеринбурге (35 000, после ЧМ-2018 реконструкция до 25 000) и Ростове (45 000), которые должны стать драйверами роста посещаемости уже в следующем сезоне.

В сезоне 2018/2019 в РФПЛ выступят самарские «Крылья Советов» со своим новым стадионом — «Самара Арена» (45 000). В 2018 году планируется открытие «ВТБ Арена — Центральный стадион «Динамо» (26 300), на котором планируют свое выступление одноименный ФК. Все эти положительные тенденции должны добавить возможностей для нашего клубного футбола, теперь дело за клубами и его менеджментом, которым предстоит реализовать огромный маркетинговый потенциал новых арен.

БОЛЬШЕ ЛЮДЕЙ — БОЛЬШЕ ДЕНЕГ

Мало просто привлечь болельщиков на трибуны — важно научиться их монетизировать. Планирование билетной и абонементной программ, подготовка VIP-лож (если они на стадионе есть) — обязательные мероприятия перед футбольным сезоном. Клуб имеет возможность заработать на спортивном событии: для кого-то это будет неплохим

подспорьем для прохождения финансового fair-play, а кто-то поживиться на этом не сможет. Хотя зарабатывать на билетах в России только учатся, уже можно найти удачные кейсы монетизации зрителей.

Когда еще никто не ждал того, что «Локомотив» будет бороться за золото, работники клуба стали создавать яркие matchday-активности. Зачастую люди покупали билеты не просто посмотреть футбол, но и насладиться праздничной атмосферой на площади около стадиона. Усилия клуба вознаградились заполненными трибунами на матче с «Зенитом» и в игре против мадридского «Атлетико». По словам коммерческого директора «Локомотива» Игоря Смирнова 65% билетов продаются онлайн, что составляет примерно 20% выручки от реализации всех типов и видов билетов. В сезоне 2017/2018 «Локо» продал абонементов больше, чем за последние несколько лет вместе. По данным РБК, в нынешнем сезоне «Локо» заработал 150 000 000 рублей на продаже билетов. При этом на топовые матчи практически все ложи на «РЖД-Арене» заполняются.

В 4-ом туре «Зенит» на матче против «Спартака» заработал рекордные 110 000 000 рублей. Новый стадион с большой вместимостью дает возможность устанавливать различные ценовые категории, что привлекает аудиторию с разным уровнем достатка.

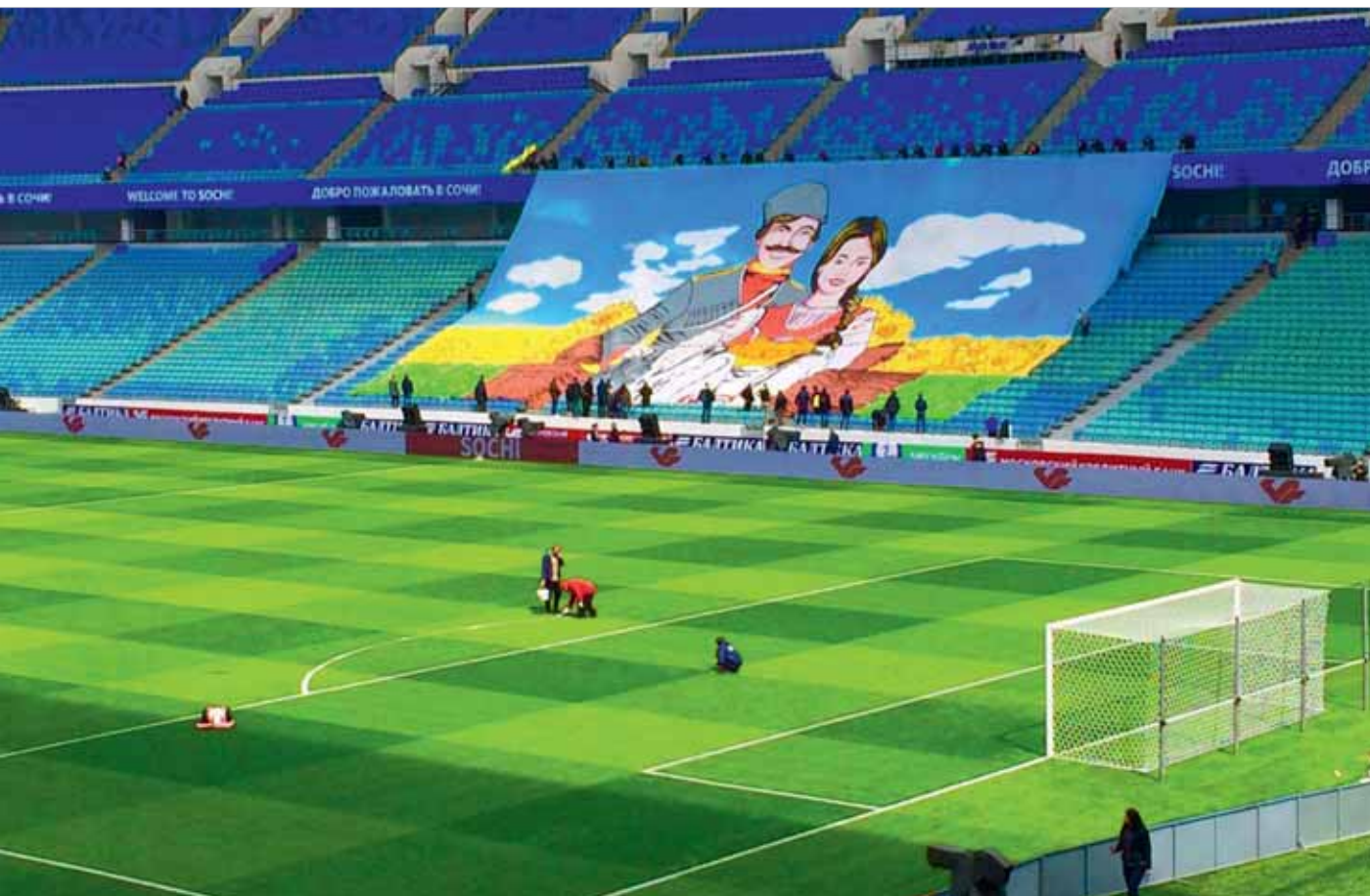
Самый замечательный кейс в этом сезоне всему российскому футболу преподнес «Краснодар» Сергея Галицкого. На матч юношеской Лиги Чемпионов было продано все 33 979 билетов против мадридского «Реала». Матч проходил 7 февраля в среду. В целом клуб поработал на славу, продав все билеты на 5 матчей в сезоне, значительно заработав на билетах.

В целом, сезон в российском футболе выдался неплохой. Матчи чемпионата посмотрело рекордное количество человек — 3 352 571. В 30-ом туре и вовсе на стадионы присутствовали 222 703 зрителей. Предыдущий рекорд был зафиксирован в 2013 году в 25-ом туре. Тогда на матчи пришли 170 804 болельщика.

Скоро пройдет чемпионат мира и оставит наследие, которое важно правильно использовать. Мы живем в интересное время, когда все возможности для качественного шага вперед доступны для использования. В следующем сезоне менеджерам российским клубам придется пройти проверку на профессиональную пригодность. Хочется верить, что выдержат они её достойно. Пожелаем им удачи! 🍀



Компания «Интерспортстрой»



Для успешной реализации проекта важно сбалансировать технологии, материалы и климатические условия региона.

На успешную эксплуатацию футбольного поля влияют точно подобранные и спроектированные инженерные системы, «пирог» основания поля, а также правильно подобранные песок, торф и разумно составленная смесь удобрений.

При проектировании технологии футбольных полей в рамках ЧМ 2018 в России по футболу ЗАО «Компания Интерспортстрой» провела большой объем работы по изучению передовых мировых инженерных систем в футбольной индустрии.

Регулярное общение с иностранными компаниями и привлечение передовых научно-исследовательских и проектных институтов позволило вести проектирование и строительство футбольных

полей на качественно новый высокий уровень. На данный момент можно с уверенностью

утверждать, что данное направление в России опережает мировые разработки и технологии. В частности, для стадиона «Фишт» г. Сочи, применены решения не имеющие аналогов в мире. База команды сборной Бразилии будет располагаться на тренировочном поле Юг спорт.

При проектировании футбольного поля большую роль играют климатические, геологические особенности, а так же ресурсные возможности региона и конструктивные параметры чаши стадиона. При внешней схожести картинки футбольного поля на экране телевизора, под газоном могут



скрываться абсолютно различные системы. Каждый объект индивидуален и применение типовых решений не допустимо.

Для применения подпочвенной системы аэрации в российских условиях, новшество, предложенное иностранными компаниями, пришлось детально изучить принцип их действия, внести существенные изменения и расчеты, привязать их

к российским нормативам. В результате, осталась только идея, качественно переработанная и доведенная до совершенства, дополненная решениями в разы повышающими эффективность. При этом для выше упомянутых объектов данные системы существенно различаются конструктивно.

Применение систем подогрева так же требует значительного внимания. На рынке существует

>>>>





множество предложений греющих элементов (трубопроводы, электрокабели), но это всего лишь исполнительный механизм, важной составляющей остается тепловой пункт или электрические щиты. Для успешной реализации проекта важно подобрать оборудование под существующие энергоресурсы с применением новейших средств автоматизации и диспетчеризации.

Данные требования применимы и к системам дополнительного освещения газона. Осветительные установки — исполнительный элемент, и качество их работы будет зависеть от реализации энергоснабжения.

Системы орошения и дренажа так же имеют много нюансов, применение типовых решений недопустимо. В зависимости от чаши стадиона эти системы

могут принципиально отличаться. При проектировании к ЧМ 2018 в России по футболу, из 8 стадионов, только на 3-х данные системы были идентичными.

Финишным этапом работ по строительству футбольного поля с натуральным газоном является корнеобитаемый слой и газон. Для качественного газона необходимо использовать засевные технологии. При этом трава будет выращена в грунте и микроклимате, на котором будет проходить эксплуатация, с применением необходимых сложных технических систем.

В отличие от рулонного газона, засев предотвращает опасность заражения спорами грибов грунта при транспортировке или занесения вредных организмов с территории питомника, а так же позволяет подобрать оптимально семенной состав. ☑

АО «Компания Интерспортстрой»

г. Москва, ул. Бутырский Вал, д. 68/70, стр. 1, оф. 14

тел.: +7 (495) 269-01-09

e-mail: info@intersportstroy.com

сайт: intersportstroy.com

интерспортстрой

интерспортстрой

С УВЕРЕННОСТЬЮ В ПОБЕДЕ!

ЗАО «Компания Интерспортстрой» — крупнейшая российская организация, предлагающая полный спектр услуг по комплексному проектированию и строительству футбольных полей и спортивных сооружений любой функциональной сложности.

Участвуем в подготовке ЧМ-2018

«Стадион просто великолепный, а поле на нем самое лучшее в России», — поделился после товарищеского матча со сборной Бельгии, проведенного на стадионе "Фишт" Дмитрий Комбаров

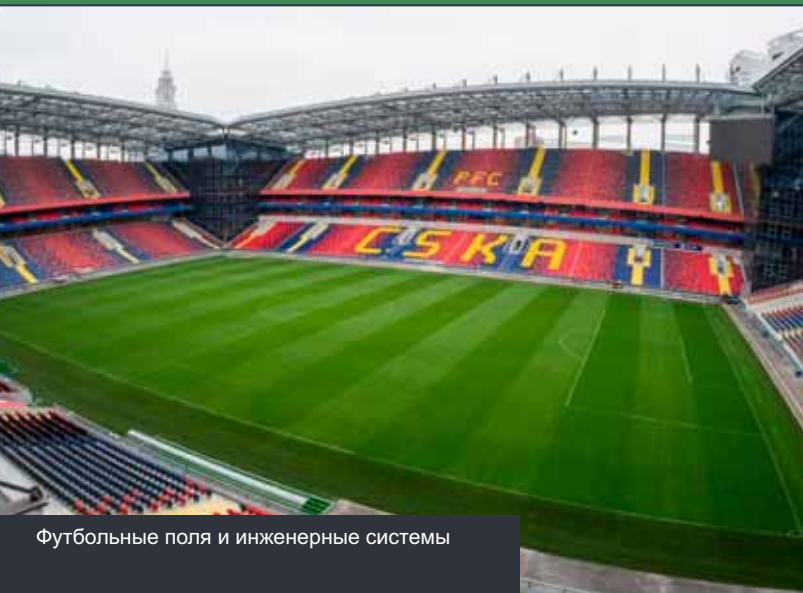
«Это лучшее поле из всех, что я встречал за последние семь лет, — сказал Мартинес, тренер сборной Бельгии. — Хорошо чувствуется, что люди готовятся к проведению крупных турниров: Кубка Конфедераций и Чемпионата мира 2018 года. Хочу отметить высокий уровень организации».

Контакты:

ЗАО «Компания Интерспортстрой»
г. Москва, ул. Бутырский Вал, д. 68/70,
стр. 1, оф. 14
e-mail: info@intersportstroy.com
intersportstroy.com



ПРОЕКТИРОВАНИЕ, СТРОИТЕЛЬСТВО И ОСНАЩЕНИЕ СПОРТИВНЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ



Футбольные поля и инженерные системы



Специализированная техника для ухода за спортивными покрытиями



Озеленение коммерческих и коммунальных зон с использованием искусственных и натуральных покрытий



Многофункциональные спортивные комплексы

Адрес: г. Москва, ул. Михалковская, д.63-Б,
стр.4, офис 316
Телефон: +7 (495) 510-62-18
E-mail: info@insportpro.ru
www.insportpro.ru