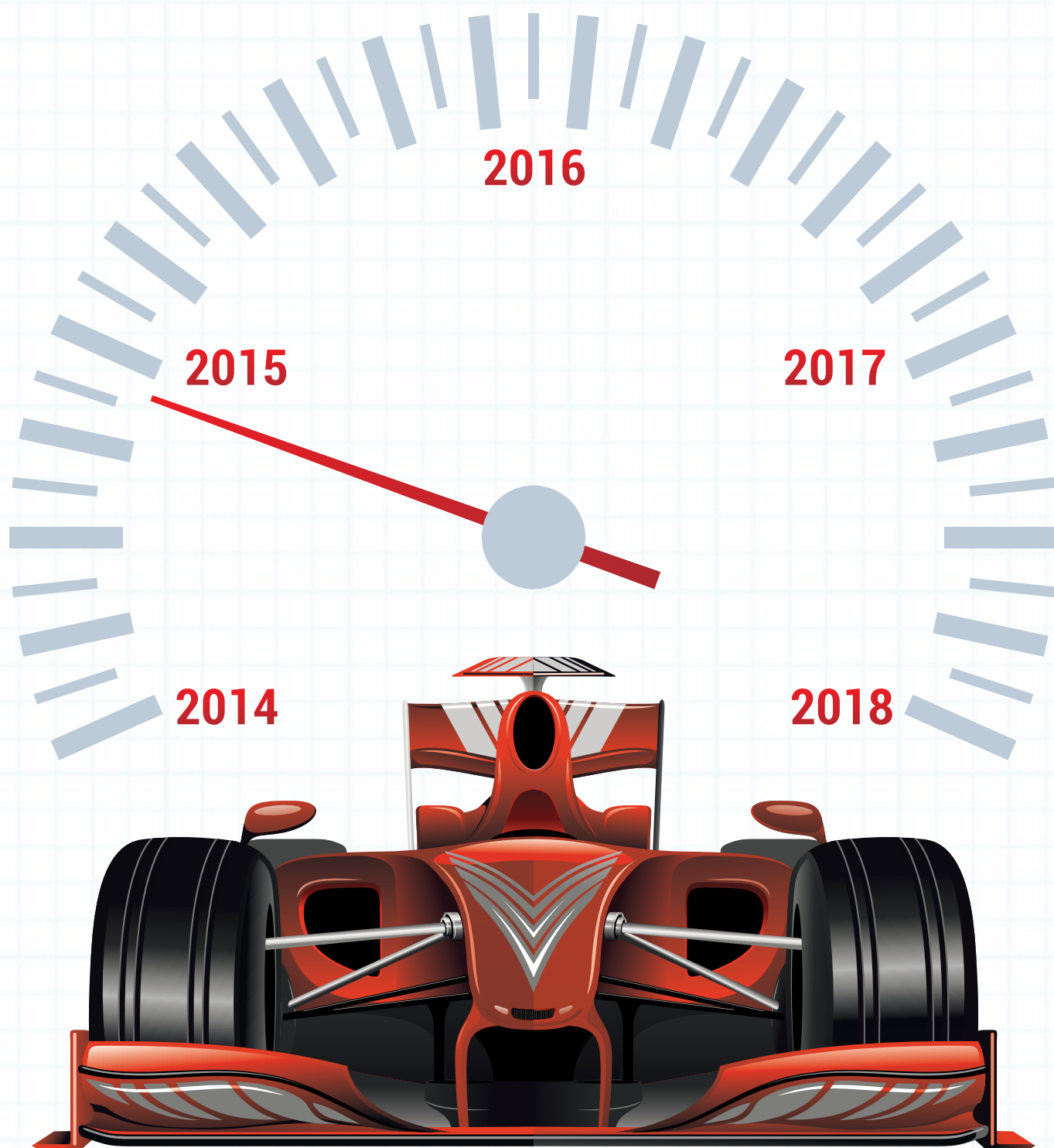


GR Sport

№ 05 [07] ноябрь 2014

16+

| grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru | grsport.ru |



- Проектирование и строительство спортивных объектов
- Эксплуатация спортсооружений
- Развитие инфраструктуры городов-организаторов
- Спортивные покрытия и газоны, уход за ними
- Футбольный инвентарь, экипировка
- Оборудование для сферы гостеприимства
- Связь и IT-технологии
- Инвестиционные услуги

26-28 ноября 2014

Петербургский СКК



Организаторы:



+ 7 (812) 777 04 07

<http://footballbuildexpo.ru>



Санкт-Петербург,
пр.Ю. Гагарина, 8

Соорганизатор:



Генеральные
информационные
партнеры:



Слово редактора



В этом номере наши эксперты и практики из Бразилии, Катара, США, Германии, Казахстана, Англии, и, конечно, России рассказывают о спортивных проектах, которые уже стали или на пути к тому, чтобы стать национальными брендами и представлять свои страны на международной арене.

Мы также вспоминаем ключевые события уходящего года, и, бесспорно, радует, что два из них уже стали нашими брендами и высоко оценены международными экспертами, а третье – вступило в свои права в России.

Все проекты, которые представлены разными странами в этом выпуске GR sport, заслуживают самых высоких оценок и могут выступать в качестве примера для спортивных менеджеров и маркетологов. Но условно их можно разделить на две категории — одни рождены от глобальных зонтичных брендов мегасобытий, таких как МОК/Олимпийские игры, FIFA/Чемпионат мира по футболу, Formula 1, и приобрели национальные черты принимающей страны, а другие – взрастили в своих государствах талантливые менеджеры, они выросли и сами стали международными брендами.

Мы надеемся, что в нашей стране будут появляться и развиваться такие проекты, которые станут сильными мировыми брендами, будь то лига, клуб или горнолыжный курорт.

Верим, что усилия и талант наших менеджеров позволит этого добиться, российские спортивные мегасобытия придадут импульс и создадут необходимую почву, а GR sport будет продолжать транслировать лучший опыт.

*Анна Жукова,
издатель и главный редактор*



Джип спорт/GR sport
Ноябрь 2014 #05(07)

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

Главный редактор:
Анна Жукова
zhukova@sportipravo.ru

Арт-директор:
ИП «Матвеев И.В.»

Генеральный директор:
Светлана Данилина
info@sportb2b.ru

Адрес, телефон редакции:
г. Москва, Фурмановский пер., д.12, стр.1
+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

Фото предоставлены:
Оргкомитет подготовки к Чемпионату мира по футболу в Бразилии в 2014 г., Оргкомитет подготовки к Чемпионату мира по футболу в Катаре в 2022 г., Eventica Sport, «Сочи Автодром», АО «Фонд национального благосостояния «Самрук-Казына», «Роза Хутор», ЦСКП «Кавказ», ФК «Гамбург», ФК «Боруссия», PROSPORT, Международный инвестиционный форум «Сочи-2014», Международный туристический форум Visit Russia

Тираж 5000 экземпляров.
Цена свободная.

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

Отпечатано в типографии ООО «Вива-Стар» г. Москва, ул. Электрозаводская, 20, стр. 3
Подписано в печать 10.11.2014

Согласно ФЗ от 29.12.2010 № 436-ФЗ журнал «GR Sport» относится к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет.

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

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

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

16+



04

МЕРОПРИЯТИЯ

4 Рикардо Трэд: «У нас были незабываемые игры на стадионах, мы очень хорошо приняли наших гостей и устроили такую зажигательную вечеринку, как это умеют делать только бразильцы»

МЕРОПРИЯТИЯ

10 Россия на низком старте

МЕРОПРИЯТИЯ

12 Подготовка и развитие инфраструктуры к Чемпионату мира по футболу 2018



20

МЕРОПРИЯТИЯ

16 Хассан аль-Тавади: «У ЧМ-2022 есть потенциал создать наследие, которое окажет влияние не только на Катар, но и на весь Ближний Восток»

ПРОЕКТ НОМЕРА

20 Сергей Воробьев: «Первый в истории России Гран-при Формулы 1 был организован на очень высоком уровне»



34

ПЕРСОНА

28 Джон Тиббс: «У крупных событий всегда есть потенциал и возможности стать громоотводом для критики страны-организатора»

КЛУБ

31 Бренд по принципу мультиспортивности

ИНВЕСТПРОЕКТ

34 Олимпийские проекты «Интеррос» после Игр-2014



42

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

38 «Жизнь вообще не курорт»

ЛИГА

42 От чего растут бренды? «Настоящая любовь» и «Гамбургский путь»

ЛИГА

46 MLS. Коммунизм в Америке

ИССЛЕДОВАНИЕ

51 Применение рейтингов в управлении футболом



46

ГОСПРОГРАММА

54 Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» в действии

ОТЧЕТ

58 GR sport на событиях спортивной индустрии

Интервью: Анна ЖУКОВА

Рикардо Трэйд:

«У нас были незабываемые игры на стадионах, мы очень хорошо приняли наших гостей и устроили такую зажигательную вечеринку, как это умеют делать только бразильцы»

Рикардо Трэйд, генеральный директор Оргкомитета Чемпионата мира по футболу 2014 г. в Бразилии, в эксклюзивном интервью GR sport подводит итоги незабываемого и эмоционального Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014. О том, как удалось бразильцам организовать праздник футбола и какие вызовы возникали перед Оргкомитетом при подготовке к турниру, Рикардо также подробно расскажет на World Football Forum, который будет организован нашим партнером, компанией Eventica Sport, 13 ноября

— Рикардо, поздравляем Вас с прекрасной организацией ЧМ-2014! Как с экономической точки зрения Вы оцениваете прошедший Кубок мира в Бразилии? Разделяете ли мнение мировых экономистов и аналитиков о сравнительно небольшом влиянии Мундиаля-2014 на экономику страны?

— Влияние Чемпионата мира по футболу на экономику Бразилии бесспорно и очень сильно. Признаки успеха предстоящего события появились еще в 2013 году, когда

Кубок Конфедераций добавил \$4,1 млрд к ВВП страны (согласно данным FIFE – Института Фонда экономических исследований). Это больше, чем то, что инвестировали в строительство и реконструкцию 12 стадионов для проведения Мундиаля. Что касается самого Чемпионата мира, прогнозировалось, что бразильские и иностранные туристы в период его про-



ведения потратят в общей сложности \$11.3 млрд. Однако согласно данным бразильского Министерства туризма, эти затраты достигли \$12 млрд.

— **Каковы первые экономические итоги?**

— Только иностранные туристы потратили в Бразилии \$800 млн в течение одного месяца — июня, это рекордная сумма. Если мы будем исследовать влияние ЧМ-2014 на экономику различных штатов, то и здесь мы увидим очень значительные цифры. Например, туризм во время Чемпионата мира по футболу добавил \$700 млн к ВВП штата Сеара, расположенного в Северо-восточной Бразилии, который является одним из наиболее популярных мест для посещения иностранными туристами. Как национальный оргкомитет, мы не в праве говорить о спонсорских доходах, так как этот сектор — прерогатива FIFA.

— **Применялся ли опыт государственно-частного партнерства при подготовке к Чемпионату в Бразилии? Какие регионы были наиболее инвестиционно-привлекательны, и какие направления наиболее востребованы среди инвесторов?**

— Проекты государственно-частного партнерства применялись в рамках подготовки Бразилии к проведению

Чемпионата мира по футболу, главным образом в строительстве стадионов и инфраструктуры. Как и Россия, Бразилия — страна континентальных размеров и имеет регионы с разными уровнями развития. Мундиаль стал прекрасной возможностью для Среднего Запада, Северо-восточных и Северных областей, которые являлись идеальным местом для инвестиций из-за недостатка необходимой инфраструктуры.

— **Какой толчок для развития и продвижения городов и регионов дал Кубок мира-2014?**

— При подготовке к Чемпионату мира по футболу некоторые девелоперские проекты в 12 местах проведения матчей остались лишь на чертежах и планах. Главным образом, это проекты, касающиеся городской транспортной инфраструктуры, и проекты гостиничных сетей. Куяба — хороший пример. Когда всё запланированное будет готово и завершены необходимые работы, столица штата Мату-Гроссу будет полностью преобразована.

■ Влияние Чемпионата мира по футболу на экономику Бразилии бесспорно и очень сильно. Признаки успеха предстоящего события появились еще в 2013 году, когда Кубок Конфедераций добавил \$4,1 млрд к ВВП страны



— **Какие основные вызовы стояли перед Оргкомитетом ЧМ-2014?**

— Очевидно, что проект такого масштаба как Чемпионат мира влечет за собой серьезные организационные риски и трудности. В первую очередь, нам надо было создать необходимую правовую базу, чтобы Бразилия могла провести мероприятие в соответствии с требованиями и регламентом FIFA и традициями Кубка мира.

Также необходимо было гарантировать равноправие интересов всех участников и сторон события: федерального правительства, штатов, округов, FIFA и Оргкомитета. Даже несмотря на существующие политические разногласия в некоторых случаях федеральное правительство занимало ключевую интегрирующую роль в отношениях со штатами и муниципалитетами, гарантируя, что работы над стадионами, аэропортами и городской инфраструктурой будут выполнены согласно планам и срокам. В пределах его полномочий Оргкомитет также выполнял координирующую роль во взаимодействии с городами-организаторами.

Еще одна трудность для нас заключалась в том, чтобы внедрить некоторые традиционные для больших событий организационные концепты, ставшие уже привычными за пределами Бразилии, но все еще новые для нашей страны — такие как использование стюардов для обеспечения безопасности на стадионах и волонтеров, для помощи болельщикам во время, до и после матчей. Для Чемпионата мира по футболу Оргкомитет обучил более чем 20 000 стюардов и 14 000 волонтеров, которые сегодня являются одним из самых главных аспектов наследия Чемпионата мира в Бразилии.

— **Какая организационная структура действовала при подготовке к Мундиалю, как распределялись полномочия?**

— Для подготовки к Чемпионату мира по футболу 2014 года была создана специальная матрица, отразившая в общих чертах обязанности каждого субъекта, задействованного в организации события. Согласно этой матрице в сфере ответственности Оргкомитета были контроль строительства и управления стадионами, волонтерская программа, организация безопасности на территориях проведения матчей (личная безопасность), выбор и управление местами расположения команд и официальными тренировочными базами сборных, услуги командам, зрителям на стадионах, программы гостеприимства, работа с делегациями и СМИ, а также послами Чемпионата мира по футболу 2014 года.

Города-организаторы были ответственны за строительство стадионов, выполнение программ по созданию городской мобильности, услуги для зрителей около стадионов и социальные активности.

В спектр задач федерального правительства входили: продвижение имиджа страны, гарантии безопасности на улицах



Для Чемпионата мира по футболу Оргкомитет обучил более чем 20 000 стюардов и 14 000 волонтеров, которые сегодня являются одним из самых главных аспектов наследия Чемпионата мира в Бразилии.

и на стадионах (в партнерстве с частными организациями по безопасности), стимулирование туризма в стране и создание телекоммуникационной, гостиничной инфраструктуры, аэропортов.

Наконец, FIFA была ответственна за само соревнование, продажи билетов, маркетинг, медицинские услуги, реализацию медиаправ и программу устойчивого развития.

— Редакции нашего журнала очень понравилась организация безопасности в Рио-де-Жанейро во время проведения Мундиаля. Какое количество полицейских участвовало в обеспечении безопасности в период ЧМ-2014?


— В первую очередь, спасибо за комплимент. По результатам опросов более чем 92% иностранцев чувствовали себя комфортно и безопасно на наших стадионах, и мы очень гордимся этим.

План обеспечения безопасности для Чемпионата мира по футболу в Бразилии включал участие бразильских вооруженных сил, федеральной полиции, федеральных дорожной полиции, гражданской и военной полиции государства и пожарных, а также дружинников из муниципалитетов в общем количестве 176 102 человека. В дополнение к этому у нас было 20 000 стюардов, обеспечивающих безопасность на стадионах. Чтобы объединить все эти органы, Министерство юстиции создало Специальный Секретариат безопасности для организации крупных событий.

Также были построены и оборудованы 15 Центров командования и управления, которые работали 24 часа в день. 12 штатов, вовлеченных в Чемпионат мира, также получили 27 Мобильных центров командования и управ-

ления. Согласно данным Министерства юстиции, более чем \$455 млн были инвестированы в оборудование для обеспечения безопасности.

— Какие сегодня, после завершения турнира, настроения среди бразильского населения?

— После такого недоверия и шквала критики подготовки к Чемпионату мира по футболу, мы гордимся его проведением, и испытываем чувство выполненного долга. Мы организовали один из лучших Кубков мира за все время. Это было признано и прессой и туристами, которые смотрели соревнования. Согласно исследованию ведущего научно-исследовательского института Бразилии, Чемпионат мира по футболу 2014 года был положительно оценен 83% иностранцев, которые посетили страну во время турнира. У нас были незабываемые игры на стадионах, мы очень хорошо приняли наших гостей и устроили такую зажигательную вечеринку, как это умеют делать только бразильцы. Для тех кто увлечен футболом, конечно, было очень обидно, что наша национальная сборная не выиграла очередной титул, но тем не менее мы счастливы, что все прошло хорошо. 



В спектр задач федерального правительства входили: продвижение имиджа страны, гарантии безопасности на улицах и на стадионах (в партнерстве с частными организациями по безопасности), стимулирование туризма в стране и создание телекоммуникационной, гостиничной инфраструктуры, аэропортов.

Редакция благодарит компанию Eventica Sport за помощь в организации интервью



Россия на низком старте

Алексей Сорокин, президент Оргкомитета «Россия-2018», выступив в конце октября на заседании Дискуссионного клуба в РЭУ им. Г.В. Плеханова по теме «Экономический эффект от проведения Чемпионата мира по футболу: опыт Бразилии и будущее России», рассказал о текущем этапе подготовки к российскому Чемпионату

Еще раз о Бразилии

Бесспорно в Бразилии был невероятно успешный Чемпионат мира: лидер по посещаемости, результативности за последние 20 лет. Было продано 3,1 млн билетов, на матчи Мундиала приехало по разным оценкам от 700 до 1 млн человек (границу пересек миллион человек, а непосредственно туристов среди них, по оценкам FIFA, было около 700 тысяч). В Бразилии была очень успешная программа гостеприимства — порядка 350 тыс. пакетов было продано, из них около 40% иностранцам. Около 5 млн посетителей FIFA Fan Fest. Эта цифра тоже говорит о многом, то есть люди приезжали не только обладая билетами, а просто желая прикоснуться к ЧМ, окунуться в его атмосферу.

Россия-2018: возможности для FIFA и страны

Что даст FIFA Чемпионат мира в России? Первый в истории Чемпионат мира в Восточной Европе — это развитие новых территорий, новые возможности для спонсоров, коммерческий потенциал России как футбольного рынка.

Основной выгодоприобретатель коммерческих доходов непосредственно от Чемпионата мира — FIFA — это доходы от билетов, коммерческой программы, продажи медиатрансляций. Мы имеем лишь косвенные доходы.

Для России — это возможности. Возможности провести незабываемый праздник футбола и войти в историю; раскрыть пози-



тивный образ современной России; создать и модернизировать инфраструктуру; поднять уровень жизни в регионах; развивать здоровый образ жизни. Здесь простор для фантазии безграничен.

Инфраструктурная программа подготовки к Чемпионату мира, принятая Правительством РФ, предусматривает общую цифру совокупных затрат — 664 млрд руб. Напомню, из них 336 млрд руб. — это федеральный бюджет, причем 86 млрд уже были предусмотрены в существующих целевых программах, соответственно, около 250 млрд — это дополнительные федеральные расходы на подготовку инфраструктуры к ЧМ-2018. 101, 6 млрд — бюджеты субъектов РФ и 226 млрд — это ожидаемые внебюджетные источники — такая важная составляющая, как корпоративная поддержка. Такая большая сумма в этом секторе расходов, потому что здесь все гостиницы, которые не строятся за счет федерального бюджета практически нигде, и наша страна не исключение.

Если смотреть по отраслям, то самые большие расходы на транспортную инфраструктуру — 337 млрд рублей, далее — спортивные объекты — 174 млрд (сюда относятся не только стадионы, но и тренировочные площадки). Всего в программе 11 разделов, которые включают средства размещения, энергетику, медицину, СМИ и др. Организационные расходы тоже являются разделом инфраструктурной программы.

Операционные расходы Оргкомитета на подготовку непосредственно самого Чемпионата — это расходы FIFA. Они эквиваленты бюджету Оргкомитета. Точную цифру раскрыть не могу, но из раза в раз это примерно \$400-600 млн. Эта сумма варьируется в зависимости от возможностей страны.


Собственные средства страны тратят исключительно на свое развитие. Мы модернизируем

свою инфраструктуру — строим мосты и дороги, стадионы, но это всё, скорее всего, было бы закономерным развитием каждого из регионов просто в более продолжительный срок. И Чемпионат мира, не секрет, является катализатором этого развития.

Экономический эффект

У Оргкомитета «Россия-2018» не было и нет точной оценки экономического эффекта. Скорее всего, ее нет вообще. Степень погрешности здесь очень велика. Методик подсчета очень много и универсальной, точной не существует. Посчитать что-либо в области экономической эффективности очень сложно.

Нам говорят, что туристы в Украине потратили более миллиарда евро в период проведения Евро-2012, по Бразилии кто-то называет сумму около \$250 млн, кто-то говорит об \$1 млрд... То есть очень много допущений и оценить сложно. Есть конечно теоретический, вполне правильный подход: оценивается и прямой, и мультипликативный эффекты, эффект косвенного стимулирования. Все это поддается калькуляции, но не совсем точной.

Основной мой посыл, как человека возглавлявшего заявочную компанию и Оргкомитет — к таким событиям как Чемпионат мира нельзя подходить по-аптекарьски. Формировать мнение о том, сколько страна непосредственно заработает на следующий день после окончания турнира — невозможно. Так как кроме материального наследия, есть еще нематериальное, и оно наиболее трудно оценимо. Это и имиджевые последствия, и дети хлынувшие в спортивные школы, и инвестиционный климат в стране. 



Подготовка и развитие инфраструктуры к Чемпионату мира по Футболу 2018

Стадионы, на которых будет проходить Чемпионат мира 2018 в России, могут вместить около 3 млн зрителей в течение турнира. Чтобы справиться с нагрузкой, зрелище такого масштаба требует тщательного планирования и инвестирования в окружающую инфраструктуру. В сентябрьском выпуске 2013 года GR sport уже публиковал материал об инфраструктурных планах регионов к ЧМ-2018. Но процесс изменчив, планы переверстываются, добавляются новые объекты. В материале, по данным наших партнеров, компании IQPC – организатора саммита в Сочи «Строительство и дизайн стадионов и спортивных сооружений», мы представляем вам актуальный обзор строящейся и реконструируемой инфраструктуры городов-организаторов перед проведением одного из крупнейших мировых спортивных мероприятий. Напомним, основной сектор Инфраструктурной программы подготовки к ЧМ-2018 – транспортная инфраструктура, на которую предусмотрены самые большие затраты – 337 млрд рублей.

Москва

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Реконструкция Волоколамского шоссе от МКАД до Ленинградского шоссе (7.4 км) с транспортной развязкой на пересечении Волоколамского шоссе с проездом Стратонавтов;
- > Строительство транспортно-пересадочного узла «Лужники»;
- > Парковка при стадионе «Открытие Арена» на 3500 машин

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Строительство Международного вещательного центра на территории ОАО «ОК «Лужники»;
- > Реконструкция станции метрополитена «Лужники-Южная»;
- > Закупка вагонов для метрополитена
- > Закупка наземного городского пассажирского транспорта (автобусы, троллейбусы, трамваи)
- > Строительство станции метрополитена «Спартак» (Таганско-Краснопресненская линия)
- > Обеспечение функционирования системы безопасности города
- > Поставка оборудования и программного обеспечения для проведения соревнований
- > Капитальный ремонт больниц и Научно-исследовательского института скорой помощи им. Н.В. Склифосовского
- > Приобретение автомобилей скорой медицинской помощи
- > Приобретение медицинских изделий и лекарственных препаратов для оказания медицинской помощи
- > Строительство подстанции (ПС) «Золотаревская»
- > Создание единой системы навигации (знаки и указатели на русском и английском языках)
- > Открытие более 25 гостиниц с совокупным номерным фондом, превышающим 6500 номеров
- > Реконструкция и развитие аэропорта Домодедово
- > Реконструкция и развитие аэродрома международного аэропорта Шереметьево
- > Реконструкция и развитие аэропорта Внуково

Санкт-Петербург

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Планируется реконструкция набережной Макарова (1.6 км) и Песочной набережной (1 км);
- > Капитальный ремонт Тучкова моста с заменой изношенных железобетонных конструкций и разводных механизмов
- > По набережной Макарова будет проложена новая магистраль от 2-й линии Васильевского острова через Серный остров до Западного скоростного диаметра (ЗСД). Проект предусматривает строительство неразводного Серного моста, что позволит разгрузить Тучков и Биржевой мосты и обеспечить круглосуточную круглогодичную

- транспортную связь Васильевского острова и Петроградской стороны с центром города (1.3 км); Благодаря прямому сообщению по ЗСД от аэропорта Пулково до стадиона на Крестовском острове можно будет добраться за 30 минут
- > Планируется построить пешеходный мост с велодорожками в створе Яхтенной улицы. Мост соединит стадион с Приморским районом в районе проектируемой станции метро на улице Савушкина
- > Строительство путепроводной развязки на пересечении Пулковского шоссе с Дунайским проспектом, обеспечивающей подъезд к аэропорту
- > Парковка рядом со стадионом Peter The Great Arena (Арена Зенит) на 800 машин

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Строительство участка Невско-Василеостровской линии метрополитена от станции «Приморская» до станции «Улица Савушкина» включая станцию «Новокрестовская» (рядом со стадионом)
- > Скоростной трамвай будет курсировать из аэропорта «Пулково» напрямую до ст. м. «Купчино»
- > Реконструкция тренировочных площадок на стадионах «Петровский», «Смена», «Динамо», «Кировец», «Спартак», «Дубки», «Царское село» и др.
- > Создание и реконструкция объектов аэропорта Пулково

Сочи

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Реконструкция тренировочной площадки на стадионе спортивного комплекса им. Александра Карелина, площадок на стадионах спортивных комплексов «Юность», «Локомотив» и «Совхоз Россия»

Саранск

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Строительство Восточной объездной дороги Саранска. Она решит проблему транзитного транспорта, который сегодня идет через центральную часть города. Дорога будет четырехполосной.
- > Строительство магистрали, соединяющей ул. Коваленко с ул. Энгельса (5 км)
- > Строительство магистрали соединяющей Светотехстрой с Химмашем. Проект включает новую транспортную развязку, строительство новой эстакады длиной 1,2 километра, строительство нового моста через р. Инсар. Общая протяженность магистрали около 10 км
- > Строительство и реконструкция дорог рядом с ж/д вокзалом
- > Реконструкция автодороги до аэропорта г. Саранска

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Строительство гостиниц общей сложностью на

- 3000 номеров, предполагается строительство и реконструкция пяти четырехзвездочных, одного трехзвездочного, двух гостиниц класса 3-4 звезды, одна гостиница категории две звезды
- > Реконструкция существующего аэропорта. В рамках реконструкции будет построена дополнительная стоянка на 20 самолетов
- > Новый транспортный комплекс будет построен в Рузаевке. Он включает строительство нового железнодорожного вокзала и автовокзала
- > Реконструкция тренировочной площадки № 2 и №4 стадиона «Старт», площадки «Центр олимпийской подготовки» и «Мордовия»

Калининград

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Планируется построить две пешеходных зоны и две эстакады, которые свяжут стадион на Острове с Литовским валом и далее с центром города. А вторая связь пройдет вдоль Московского и Ленинского проспекта
- > Строительство улично – дорожной сети на территории острова, обеспечивающей подъезд к стадиону
- > Строительство новых мостов через р. Преголю
- > Реконструкция трасс на Мамоново (50 км) и Нестеров (140 км), Московского проспекта (8 км) и улиц Дзержинского и Емельянова
- > Реконструкция мостового перехода через реки Старая и Новая Преголя на Южном обходе

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Реконструкция тренировочных площадок на стадионе «Локомотив», «Красная Звезда», «Трудовые резервы», «Балтика», «Пионер»
- > Строительство кольцевой линии скоростного трамвая, которая свяжет район железнодорожного вокзала, остров «Октябрьский» и районы города на расстоянии 4 км от центра
- > Вторая очередь реконструкции и развития аэропорта «Храброво». Реконструкция взлетно-посадочной полосы с удлинением, оснащение взлетно-посадочной полосы радиотехническими средствами посадки, светосигнальным и метеоборудованием; а также реконструкция аэровокзального комплекса и грузового терминала
- > Капитальный ремонт Калининградской Центральной городской клинической больницы
- > Реконструкция главного канализационного коллектора в Калининграде
- > Строительство сетей дождевой канализации в отдельных частях города
- > Установка знаков и указателей
- > Строительство двух линий электропередачи
- > Строительство и реконструкция гостиниц, одна пятизвездочная, четыре четырехзвездочных и три гостиницы трехзвездочного уровня

Нижний Новгород

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Реконструкция дороги от Нижегородского аэропорта до центра Автозавода по улицам Ореховская, Патриотов, Минеева, Коломенская и проспекту Молодежный. Дорога будет расширена до 4 полос движения. Общая ее протяженность составит 7.7 км
- > Строительство транспортной развязки у Канавинского моста — предстоит реконструкция автодорожных подходов. И на левом, и на правом берегу Волги будут простроены двухуровневые развязки
- > Новая транспортная развязка в Канавинском районе (первый этап — путепровод через железную дорогу, второй — проезд вдоль железнодорожной линии до улицы Акимова)
- > Строительство третьей очереди южного обхода Нижнего Новгорода протяженностью 15.9 км и стоимостью 6.7 млрд рублей. Ввод в эксплуатацию южного обхода позволит полностью вывести транзитный транспорт за пределы Нижнего Новгорода
- > Три подземные автостоянки и наземная многоуровневая парковка на территории стадиона «Стрелка»

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Продление линии метрополитена до станции «Стрелка» (протяженность более 3 км)
- > Планируется строительство высокоскоростной ж/д магистрали Москва – Казань (В общем 770 км, из Нижнего Новгорода до Москвы время в пути составит 1 час 53 минуты)
- > Планируется строительство нового моста через р. Волга
- > На базе железнодорожного вокзала планируется создание современного транспортно-пересадочного узла, способного обеспечить предоставление транспортных услуг пассажирам железнодорожного, автомобильного и авиационного транспорта
- > Строительство нового пассажирского терминала аэропорта; Реконструкция искусственных аэродромных покрытий и замена светосигнального оборудования на ИВПП-1 международного аэропорта
- > Будет построено три новых канатные дороги, общая протяженность которых составит 11.5 км, а пропускная способность каждой – 1 500 человек в час
- > Строительство и реставрация гостиниц: 1 пятизвездочная, 2 четырехзвездочных и 2 трехзвездочных гостиницы, а также строительство еще 20 гостиниц разного класса
- > Строительство тренировочной площадки №1 и №2, а также реконструкция площадок на стадионах «Локомотив» и «Динамо»
- > В Богородском районе началось возведение нового микрорайона Нижнего Новгорода, в котором будет построено жильё для 100 000 человек, который к 2018 году войдет в состав Нижнего Новгорода

Казань

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Планируется строительство магистрали вдоль южного хода ж/д – разгрузка ул. Гвардейская и Сибирский тракт, увеличение скорости общественного транспорта, доставка зрителей до стадиона
- > Строительство дороги к трассе М7 «Волга» — обеспечение беспрепятственной связи с федеральной трассой
- > Строительство северной магистрали — обеспечение передвижения от нового вокзала и тренировочной площадки к стадиону
- > Реконструкция ул. Нигматуллина, а также строительство новой дороги от нее вдоль набережной правого берега «Казанки»
- > Строительство транспортной развязки на пересечении проспекта Фатыха Амирхана и улицы Чуйкова, а также на пересечении проспекта Победы с улицами Академика Губкина и Ломжинская
- > Стоянка на 4500 мест при стадионе «Казань-арена»

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Планируется строительство высокоскоростной ж/д магистрали Москва – Казань (770 км, время в пути составит 3.5 часа, для сравнения на данный момент 14 часов)
- > Строительство новых станций метро
- > Реконструкция тренировочных площадок на стадионах «Рубин», «Электрон» и «Олимпиец»

Самара

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Реконструкция:
 - проспекта Кирова (11 км)
 - Заводского шоссе (8.2 км)
 - Красноглинского шоссе (16.5 км)
 - Волжского шоссе (8 км)
 - площади Куйбышева;
- > Планируется строительство Фрунзенского моста

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Планируется открытие новой станции метро Алабинская, 2014 год. Далее ветка будет продолжена в направлении железнодорожного вокзала
- > Планируется развитие воздушных трасс над р. Волга. Ветка подвесной дороги соединит село Рождествено с Самарой. Также планируется канатная дорога от микрорайона Южный город через реку Самару в областной центр и пуск «канатки» частично по городу и к Радиоцентру
- > Планируется пустить скоростной трамвай от центра города до Радиоцентра. Для него будут задействованы выделенные полосы для трамвая по ул. Ново-Садовой (модернизация существующей сети). Ещё одна трамвайная линия будет проведена по улице Ташкентской
- > Реконструкция речного вокзала

- > Строительство тренировочной площадки «Учебно-спортивный центр «Чайка»
- > Реконструкция тренировочных площадок на стадионах «Металлург» и «Локомотив»
- > Реконструкция и модернизация международного аэропорта Курумоч

Ростов на Дону

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Строительство проездов с восточной и западной стороны стадиона (2015-2016), магистральной улицы, связывающей южный подъезд с ул. Левобережной (2014-2017);
- > Строительство многоуровневой развязки на пересечении пр. Шолохова и Малого зеленого кольца на северном въезде в город (2014-2016);
- > Строительство подземного и наземного пешеходного перехода на пр. Нагибина;
- > Строительство новой автодороги протяженностью более 60 км для восточного обхода Аксая и связи Ростова на Дону с Новочеркасском. На разных участках новая магистраль будет иметь 4 и 6 полос движения;
- > Планируется реконструкция Ворошиловского моста;
- > Парковка на 2250 парковочных мест при стадионе «Левбердон Арена»

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Строительство аэропортового комплекса «Южный»;
- > Планируется развитие городского электротранспорта. Власти намерены приобрести 73 трамвая и 70 троллейбусов;
- > Реконструкция 4 тренировочных баз на стадионах «Олимп-2», СКА «Локомотив», «Юность России», «Спортивного клуба Армии»;
- > Строительство и реконструкция гостиниц: две пятизвездочных, одна четырехзвездочных, две гостиницы на категории три – четыре звезды;

Волгоград

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Реконструкция шоссе Авиаторов от здания аэропорта до Самарского разъезда
- > Расширение Самарского разъезда до 6 полос
- > Строительство объездной дороги
- > Парковки будут находиться за пределами полукруга радиометрового радиуса территории стадиона «Победа»: это уже существующие муниципальные парковки, парковки крупных торговых центров и пустующие земельные участки предпринимателей

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Реконструкция аэропорта, в том числе реконструкция взлетно-посадочной полосы
- > Создание системы 200 рейсовых автобусов, обеспечивающих подвоз публики на матчи
- > Строительство и реконструкция 9 объектов гостиничной инфраструктуры (один пятизвездочный отель, три четырехзвездочных, пять трехзвездочных);


- > Реконструкция приемного отделения и капитальный ремонт городской клинической больницы №25
- > Строительство вертолетной площадки;
- > Приобретение автомобилей скорой медпомощи и специального оборудования;
- > Реконструкция резервного электроснабжения канализационно-очистных сооружений на станции аэрации острова Голодный;
- > Строительство объектов водоснабжения поселка Аэропорт;
- > Реконструкция системы обеззараживания и реагентного хозяйства, модернизация технологии водоподготовки на водоочистных сооружениях Краснооктябрьского района Волгограда;
- > Строительство подводного перехода через Волгу основного и резервного напорных коллекторов в Центральном районе города
- > Реконструкция тренировочной площадки на стадионе «Зенит», ВГАФК, «Трактор», «Олимпия»

Екатеринбург

ДОРОЖНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Объединение улицы Ленина с улицей Татищева для связи центра города с его юго-восточной частью. Во время игр эта улица будет использоваться как большая парковка
- > Дорога, соединяющая Верх-Исетский бульвар и улицу Репина, станет шести полосной с аллеями, под этим объектом будет паркинг на 430 мест
- > Реконструкция ул. Токарей, на ней планируется возвести 700-метровую эстакаду. Планируется построить новые авто развязки на юго-западной и юго-восточной частях города
- > Модернизация всех улиц, примыкающих к стадиону – Репина, Малышева, Пирогова и др. Во время чемпионата эти улицы будут пешеходными.
- > Расширение Макаровского моста
- > Новые многоуровневые паркинги рядом со входами на стадион «Центральный»

ДРУГАЯ ИНФРАСТРУКТУРА:

- > Новые трамвайные пути от ул. Ленина до юго-западной части города
- > Планируется построить 3 новые станции метро рядом со стадионом;
- > Запланирован ввод в эксплуатацию 7 гостиниц на 1 079 мест
- > Реконструкция тренировочных площадок на стадионах «УрФУ», «Спортивный комбинат «Урал», «Спортивно-оздоровительный комплекс «Калинин» и «Уралмаш»
- > Реконструкция аэродромных покрытий в аэропорту Кольцово, а также реконструкция пассажирского терминала и системы электрогазоснабжения аэропорта. 

Интервью: Анна ЖУКОВА

Хассан аль-Тавади:

«У ЧМ-2022 есть потенциал создать наследие, которое окажет влияние не только на Катар, но и на весь Ближний Восток»

Хассан аль-Тавади, генеральный секретарь Оргкомитета Чемпионата мира по футболу 2022 г. в Катаре, рассказал GR sport о том, что значит проведение турнира для катарцев, и как ведется подготовка к первому в истории компактному Мундиалю

— Какая основная цель, национальная идея заявки Катара на право проведения ЧМ-2022?

— У Чемпионата мира по футболу в Катаре есть потенциал создать наследие, которое окажет влияние не только на Катар, но и на весь Ближний Восток. Чемпионат мира для Катара – это не просто тридцать дней футбола. Это тридцать дней, которые впервые объединят весь мир на Ближнем Востоке, чтобы используя силу футбола укрепить понимание в регионе и разрушить социальные барьеры и рамки. Также мы всегда считали, что проведение Мундиаля в нашей стране создаст прецедент наследия для всего человечества, демонстрируя гуманистическое, социальное, футбольно-спортивное и экономическое развитие.

— На какие экономические и имиджевые дивиденды от Мундиаля рассчитывает Катар?

— Выступая в качестве узла для инноваций, инкубатора идей и талантов во всех секторах катарской про-

мышленности и общества, мы создаем уникальную модель лучшей практики, операционного совершенства, использования стратегии и лучшей образовательной и карьерной платформы.

Период между сегодняшним днем и 2022 годом будет включать в себя обширную подготовку и интенсивную экономическую активность, что придаст импульс развитию всего региона. Благодаря акценту на инновации, который мы сделали в нашей концепции, ожидается серьезная экономическая диверсификация в результате проведения Чемпионата мира по футболу.

Спортивная индустрия растет быстро, и основной прирост идет от новых развивающихся рынков. Эти развивающиеся

►►► *Чемпионат мира для Катара – это не просто тридцать дней футбола. Это тридцать дней, которые впервые объединят весь мир на Ближнем Востоке, чтобы используя силу футбола укрепить понимание в регионе и разрушить социальные барьеры и рамки.*



рынки, включая Ближневосточную и Северную Африку, как ожидается, будут расти ежегодно в геометрической прогрессии. Чемпионат мира в Катаре увеличит и задействует эти растущие рынки, чтобы гарантировать максимальную выгоду для всего региона.

— **Какие города могут принять матчи Чемпионата? По какому принципу проводится отбор?**

— Мы находимся в процессе выбора принимающих городов, и представим наш план для консультаций в FIFA в конце года. Окончательное решение будет принято FIFA в 2015.

— **В каких секторах в основном планируются инфраструктурные проекты для развития территорий в рамках подготовки к ЧМ?**

— Важно отметить, что даже до подачи заявки на право проведения Чемпионата мира по футболу 2022 года, государство заявило о своем намерении принять серьезную программу инфраструктурного развития, направленную на достижение целей, обозначенных в «Катарской национальной стратегии-2030» и мастер-плане. Мы не строим нашу страну только для того, чтобы провести Чемпионат мира. Мы строим и увеличиваем нашу страну, потому

что у нас есть долг перед нашим народом — и в связи с этим организация такого мероприятия, как Чемпионат мира по футболу стала возможностью и является катализатором этого развития. Примерами обширных инфраструктурных планов, которые уже находятся в работе, являются расширение дорожной сети и общенациональная система метро.

— **Есть ли уже ориентировочные цифры затрат?**

— Мы не обнаружим пока приблизительные бюджеты из-за продолжающихся еще тендерных процессов в сфере строительства арен и инфраструктуры.

— **Чем планируете удивлять гостей в 2022 году?**

— Я думаю основная особенность нашего Мундиаля, которая удивит и порадует гостей, будет великолепная атмосфера первого в истории компактного Чемпионата мира, что позволит болельщикам, медиа и членам семьи FIFA посмотреть больше, чем один матч в день, разместившись в одном месте на протяжении всего турнира. Ну, и конечно, наших гостей ждет встреча с богатой и удивительной культурой региона. [QR](#)

Редакция благодарит компанию Eventica Sport за помощь в организации интервью

WHERE SPORT MEETS

sportaccord
UNITE & SUPPORT
INTERNATIONAL CONVENTION



**SPORTACCORD CONVENTION
SOCHI, RUSSIA, 19-24 APRIL 2015**

**BE PART OF SPORTACCORD CONVENTION
BE PART OF SPORT**

WWW.SPORTACCORDCONVENTION.COM



Сергей Воробьев:

«Первый в истории России Гран-при Формулы 1 был организован на очень высоком уровне»

Организатор сочинского этапа «королевских гонок» — промоутер Гран-при Формулы 1 в России Сергей Воробьев в интервью GR sport рассказал о том, как был проведен глобальный спортивный эвент, за счет чего планируется окупаемость этого проекта и какие планы по дальнейшему использованию «Сочи Автодрома»



— Сергей, как осуществлялось взаимодействие с FIA по вопросам организации Гран-при, привлечения спонсоров и финансов?

— Взаимодействие с международной автомобильной федерацией (FIA), началось сразу после подписания договора об организации Гран-при России с Formula One Management (FOM) в 2010 году. FIA — это международная спортивная власть, которая не имеет отношения к вопросам спонсорства и финансов. Делегат FIA по безопасности, гоночный директор Формулы 1 Чарли Уайтинг с самого начала изучал техническую и проектную документацию, а потом и строительство «Сочи Автодрома», регулярно посещая Сочи. В результате нескольких инспекций Чарли Уайтинга нам удалось соблюсти самые современные требования безопасности и в срок получить лицензию на проведение гонок класса «Формула 1».

По вопросам спортивной организации мероприятия мы работали с FIA через её национальное отделение —

Российскую автомобильную федерацию (РАФ), которая контролировала спортивную часть нашего мероприятия и также успешно справилась со своей задачей.

Права на размещение рекламы на трассе во время проведения Гран-при отражены в контрактах группы компаний Формулы 1 и Промоутера, которые заключены на семь лет с 2014 до 2020 года с возможностью продления. Согласно условиям, Промоутер не разглашает информацию о сумме и деталях контракта.

Группа компаний Формулы 1 — это наш ключевой, базовый партнер, с которым ведется постоянное взаимодействие по всем остальным вопросам организации Гран-при России Формулы 1. Представители Формулы 1 регулярно приезжали в Сочи,





Фото предоставлены «Сочи Автодром»



мы встречались на Гран-при других стран, вели активную переписку. В результате вместе мы проработали каждый аспект проведения гонки: телевизионные трансляции, работу со зрителями, оборудование зон гостеприимства, доставку и таможенное оформление грузов, работу с командами и спонсорами. В итоге первый в истории России Гран-при Формулы 1 был организован на очень высоком уровне, что подтверждают многочисленные отзывы, в том числе и положительная оценка самого главного организатора «королевских гонок» — Берни Экклстоуна.

— Какие социальные и экономические дивиденды получили город и страна от проведения Гран-при?

— Более пяти тысяч человек работали над организацией Гран-при в дни гонки. До этого на протяжении нескольких лет велось строительство трассы и сопутствующей инфраструктуры, это сотни и тысячи новых рабочих мест. Создан новый объект — «Сочи Автодром», который сейчас

активно используется, в том числе для обучения навыкам безопасного вождения. В ближайшее время начнется реализация масштабного проекта — открытие Академии водительского мастерства, в составе которой будет два подразделения. Первое — детско-юношеское, которое по сути станет спортивной школой для подрастающего поколения российских гонщиков. Второе — взрослое, цель которого — в повышении мастерства вождения по дорогам общего пользования, курсы контраварийного вождения.

Порядка 160 тысяч человек присутствовало на Гран-при России в гоночный уик-энд, что обеспечило нагрузку для туристической отрасли, которая в следующие годы, несомненно, будет увеличиваться. Можно сказать, мы дышаем



Фото предоставлены «Сочи Автодром»

новую жизнь в Олимпийский парк и активно используем наследие Игр. В целом, масштаб социально-экономических дивидендов с годами будет только наращаться по мере дальнейшего проведения российского этапа Гран-при Формулы 1 в Сочи.

— Есть ли первые расчеты экономического эффекта от этого мероприятия для региона?

— По окончании первого Гран-при России прошло не так много времени, и подводить итоги пока ещё рано. Расчеты уже ведутся, но результаты станут известны несколько позднее — скорее всего, уже в новом 2015-м году. Несомненно, проект подтвердил свою обоснованность, в том числе и экономическую.

— За счет чего и когда планируется окупаемость этого проекта? Какие коммерческие предложения готовят организаторы в рамках последующей эксплуатации объекта?

— Конечно, выход на окупаемость является одной из первоочередных задач. Расходы на проведение гонки компенсируются за счёт целого ряда источников: билетной программы, оказании клиентских сервисов, мерчендайзинга и организации сопутствующих мероприятий.

Если говорить не о Гран-при Формулы 1, то мы предлагаем широкий набор опций, которые может предоставить современный автодром. Возможные варианты будут интересны как отдельным лицам, так и корпоративным клиентам. Это касается предоставления в аренду гоночной трассы и инфраструктуры, организации гоночных дней и заездов. Одним словом, «Сочи Автодром» не будет просто ожидать следующего этапа Формулы 1 — мы работаем круглогодично.



Фото предоставлены «Сочи Автодром»



Фото предоставлены «Сочи Автодром»



Фото предоставлены «Сочи Автодром»

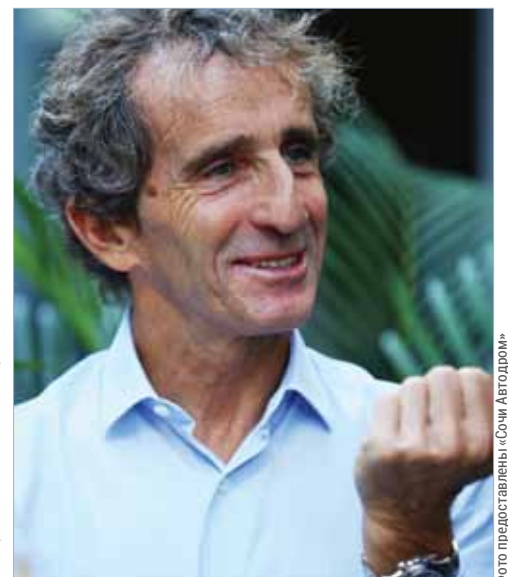


Фото предоставлены «Сочи Автодром»



Фото предоставлены «Сочи Автодром»

В зимние месяцы до и после нового года трасса уже зарезервирована под частное использование, запланировано значительное количество корпоративных мероприятий, заявки на проведение которых поступают постоянно.

В 2015 году «Сочи Автодром» будет использоваться практически 365 дней в году, в настоящий момент формируется календарь событий. Помимо Гран-при России Формулы 1, «Сочи Автодром» ведет переговоры о проведении всемирно известной гонки Red Bull Air Race, ряда международных автоспортивных серий, а также значительного количества национальных и региональных автоспортивных первенств и других мероприятий, предполагающих аренду трассы и продажу услуг по организации мероприятий.

— Как организована работа со спонсорами? В чем заключается основной маркетинговый потенциал Формулы 1? Какие компании стали партнерами мероприятия?

— Формула 1 является глобальной платформой популяризации бренда и имиджа компании, за многие годы успешно зарекомендовавшая себя как инструмент для существенного повышения узнаваемости различных брендов. Данные соревнования открывают огромные возможности для компаний, ведь гонки проходят 19 раз в год, на 5 континентах, в разных странах мира. Огромный охват аудитории помогает наиболее эффективно использовать маркетинговый бюджет компаний. Именно поэтому «Сочи Автодром» является привлекательной площадкой для амбициозных компаний, стремящихся к развитию бизнеса, усилению имиджа и капитализации своего бренда.

Мы готовы оказывать содействие в заключении спонсорских контрактов. Пере-



Фото предоставлены «Сочи Автодром»



Фото предоставлены «Сочи Автодром»

говory по долгосрочному спонсорству и партнерству, в том числе и титульному, ведутся в постоянном режиме сразу с несколькими крупными компаниями российского и зарубежного рынка. Исходя из коммерческих целей, мы не можем огласить детали взаимодействия с потенциальными спонсорами, подробности будут оглашены после заключения контрактов с выбранными компаниями.

— Как была организована работа по привлечению зрителей? Какой была стоимость билетов и сколько билетов было продано?

— Реализация билетной программы началась за 135 дней до начала Гран-при России. При ее разработке были учтены практики проведения крупномасштабных мероприятий, в том числе опыт проведения Олимпийских зимних игр в Сочи и различных этапов Гран-при Формулы 1.

Стоимость билетов начиналась от 5000 рублей за билет на все дни гоночного уик-энда. У покупателей был также выбор из 23000 билетов на четыре временные трибуны по

Можно сказать, мы вдыхаем новую жизнь в Олимпийский парк и активно используем наследие Игр. В целом, масштаб социально-экономических дивидендов с годами будет только наращаться по мере дальнейшего проведения российского этапа Гран-при Формулы 1 в Сочи.



Фото предоставлены «Сочи Автодром»



фото предоставлены «Сочи Автодром»

цене от 11000 до 17000 рублей. Временные трибуны были возведены у наиболее интересных поворотов «Сочи Автодрома». Билеты на главную трибуну стоили от 23000 до 30500 рублей. Их обладатели получили возможность увидеть прекрасный вид на стартовую/финишную прямую, наблюдать за работой механиков в боксах и церемонией награждения. Для ценителей комфорта и эксклюзивного сервиса мы разработали специальную программу гостеприимства в VIP-ложах на 3 и 5 этаже главной трибуны с прекрасным обзором, персональным обслуживанием, удобными парковочными местами и блюдами высокой кухни.

В итоге 9 октября 2014 года «Сочи Автодром» посетили более 20000 человек, 10 октября их было уже около 34000, 11 октября – более 37000, а 12 октября на трибунах Сочи Автодрома присутствовало 55 000 человек. Таким образом, все билеты на Гран-при России были проданы.

Уверен, что зрителям понравилось на Гран-при России не только потому, что Формула 1 – это всегда знак качества, особый статус и гарантия незабываемого

зрелища, но также и благодаря организованной нами культурно-развлекательной программе на территории F1 Village и в Олимпийском парке.

— Какое наследие оставил сочинский Гран-при городу? Будет ли развиваться автоспорт в Сочи?

— По мнению многих международных экспертов, «Сочи Автодром» – одна из лучших гоночных трасс в мире. То, что данный объект находится в уникальном, с точки зрения природно-климатических условий, городе, как Сочи, дает возможность использовать его круглогодично как многофункциональную базу для подготовки и проведения гоночных и других спортивных соревнований. В течение трех недель после завершения Гран-при России, «Сочи



фото предоставлены «Сочи Автодром»



фото предоставлены «Сочи Автодром»




фото предоставлены «Сочи Автодром»

Автодром» уже провел пять спортивных турниров, среди них – Max Power Cars, Porsche Club Cup, финал Mazda Sport Club 2014, а также финальный этап Кубка России по триатлону и Сочинский полумарафон.

Что касается развития автоспорта именно на городском уровне с использованием возможностей «Сочи Автодрома», то сейчас рассматриваются разные форматы проведения подобных мероприятий.

— Применялись ли практики государственно-частного партнерства при подготовке к российскому этапу Формулы 1 и в истории организации Гран-при в других странах?

— В рамках подготовки к Гран-при ключевую роль играло государство, но мы видим большие возможности такого сотрудничества как вне проведения «королевских гонок», в повседневной жизни «Сочи Автодрома» 11 месяцев в году, так и в рамках подготовки к Гран-при Формулы 1 следующих лет. Уверен, что впереди нас ждет немало интересного. 

Помимо Гран-при России Формулы 1, «Сочи Автодром» ведет переговоры о проведении всемирно известной гонки Red Bull Air Race, ряда международных автоспортивных серий, а также значительного количества национальных и региональных автоспортивных первенств и других мероприятий.



фото предоставлены «Сочи Автодром»

Интервью: Анна ЖУКОВА



Джон Тиббс:

«У крупных событий всегда есть потенциал и возможности стать громоотводом для критики страны-организатора»

Один из ведущих международных экспертов в области стратегических коммуникаций в олимпийском движении и спорте, глава компании JTA (Великобритания), председатель секции глобальных спортивных проектов Британского агентства по торговле и инвестициям (UKTI) Джон Тиббс поделился с GR sport своим мнением о развитии спортивных брендов и стратегическим коммуникациям в спорте

F.Y.I. Информация для Вас



Джон Тиббс отвечал за PR и глобальные коммуникации заявочных кампаний «Афины-2004» и «Пекин-2008». Консультировал заявочную кампанию «Сочи-2014»; разработал финальную презентацию, с которой заявочный комитет «Сочи 2014» победил в Гватемале в 2007 году.

Сейчас Джон также работает с Олимпийским комитетом России по вопросам международных отношений и коммуникаций в спортивном сообществе, входит в комиссию по проведению Чемпионата мира по футболу 2018 года в Москве и принимает активное участие в продвижении заявки Стамбула на право принимать Олимпийские и Паралимпийские игры 2020 года.

Он также является консультантом V Азиатских игр в закрытых помещениях по боевым искусствам, Европейских игр в Баку. Среди других клиентов Джона такие организации как футбольный клуб «Манчестер Юнайтед», Жокей-Клуб, РМОУ и Ассоциация национальных олимпийских комитетов, а также международные спортивные федерации по футболу, теннису, волейболу и другие.

— Джон, назовите пожалуйста, **ТОП-10 самых сильных брендов в мире спорта XXI века?**

— В произвольном порядке: бренд Олимпиады (Зимние Олимпийские игры, Летние Олимпийские игры, Юношеские Олимпийские игры, МОК), adidas, Усэйн Болт, Супер Боул (Американский Футбол), Чемпионат Мира по Футболу FIFA, «Манчестер Юнайтед», ФК «Барселона», «Реал Мадрид», Nike, Тур де Франс

— **Как Вы оцениваете бренд Игр в Сочи по сравнению с брендами других Олимпийских игр, а также реализацию слогана «Gateway to the Future» на сочинской Олимпиаде?**

— В моих глазах есть два основных фактора, которые формируют восприятие Олимпийских игр в мире: что создали Игры для принимающего города и страны, и что Игры сделали для олимпийского бренда.

По этим базовым критериям Сочи-2014 значительно опередил множество предыдущих хозяев Зимних Олимпийских игр.

До того, как получить право на проведение Олимпийских игр в 2007 году, Сочи был одним из городов самого низкого уровня, которые когда-либо подавали заявку для участия в отборе, не говоря уже о возможности проведения самих Игр. Теперь этот город знает каждый — и это привлекает других правообладателей спортивных мега-событий, таких как Формула 1 и Оргкомитет Чемпионата мира по футболу 2018 года в России.

Сочи усилил олимпийский бренд, представ перед мировой аудиторией успешным и в спортивном, и в организационном плане. Большинство медиа фокусировались в основном на создании материалов о спорте, и спортив-

ные трансляции не разочаровали: были драма, высокое качество и блестящие выступления на каждом шагу.

Пока в СМИ публиковались отрицательные материалы вокруг финансовой стоимости Игр, Сочи-2014 побил все маркетинговые и аудиторные рекорды Зимних Олимпийских игр, заставив МОК расценить Игры в Сочи как одни из лучших в истории.

Что касается слогана, то его идея была проста: в 2005 году заявочный комитет «Сочи-2014» понимал, что может возникнуть дефицит доверия со стороны МОК. Сочи был достаточно малоизвестным городом на Черноморском побережье России, оставался фактически нетронутым и не развивающимся после того, как заработал свою репутацию привилегированного курорта Иосифа Сталина в 1950-х годах прошлого века.

Чтобы убедить МОК, что Сочи может стать надежным и инновационным городом-организатором, заявочный комитет должен был совершить невероятное и добиться кардинальных изменений в восприятии этого города членами МОК с правом голоса. Слоган «Gateway to the Future» («Ворота в будущее») сыграл большую роль в этом, обеспечив четкое отличительное позиционирование «Сочи-2014» в умах членов соответствующей комиссии Международного олимпийского комитета.



Чтобы убедить МОК, что Сочи может стать надежным и инновационным городом-организатором, заявочный комитет должен был совершить невероятное и добиться кардинальных изменений в восприятии этого города членами МОК с правом голоса.

— Если провести PEST-анализ проекта Олимпийских игр в Сочи, что Вы можете сказать по основным его направлениям — политическим факторам и рискам, экономическим, социокультурным и технологическим? Насколько негативный фон в период Игр, до и после оказал влияние на укрепление образа «другой России» в мире?

— PEST-факторы актуальны при оценке как самих Игр, так и не менее важно минимизировать вмешательство отрицательных факторов в новости вокруг события. У крупных событий всегда есть потенциал и возможности стать громом надвоем для критики страны-организатора. Вы должны изолировать себя от внешних факторов и придерживаться вашего посыла и вашей программы.

Посыл Сочи-2014 как города-организатора был простым и надежным. За Играми в Сочи стояла вся Россия, от президента Путина до жителей города, и никогда не возникало сомнений, что эти Игры будут хорошо организованными, безопасными, веселыми и проведены будут в истинно Олимпийском духе. Однако непрекращающийся поток негатива в западных медиа, создававший неправильное представление о России, должен был быть пресечен. Необходимо было исправить вызванный им отрицательный фон и другие последствия, прежде чем люди и сами готовы были признать, что в Сочи состоялись превосходные Игры.

— Какие основные условия построения сильного бренда «Россия-2018»?

— Бренд «Россия-2018» сконцентрирован на «открытии» России: от ее городов до культуры, традиций и людей. Но также он охватывает и концепции развития и модернизации.

Алексей Сорокин балансирует между этими понятиями очень хорошо, когда он заявляет не только об установке новой планки в организационном аспекте

и планах достижения высоких показателей операционной эффективности, но также и возможности поделиться с миром богатым культурным разнообразием России и традиционным теплым приемом русского народа в 2018 году.


— Путь каких стран в сфере взаимодействия государства и спортивной индустрии Вы считаете оптимальным?

— В последнее время это очень горячая дискуссионная тема в спортивном мире, и я полностью разделяю подход президента МОК Томаса Баха, что спортивные организации, такие как Национальные олимпийские комитеты и международные федерации, должны быть партнером политических органов, но все же поддерживать автономию от политического влияния. В качестве консультанта по коммуникациям в спортивной индустрии я более 20 лет работал со многими правительствами и независимыми спортивными организациями, и часто поражаюсь тому, насколько схожи их фундаментальные деловые цели. Но для того чтобы построить здоровые рабочие отношения, частый и четкий диалог — это необходимость.

— Как Вы оцениваете возможности президентского спортивного клуба «Астана» в продвижении и укреплении имиджа Республики Казахстан на мировой арене? Может ли он стать одним из самых узнаваемых имиджевых проектов на планете?

— Бренд Президентского клуба профессионального спорта «Астана» стремительно растет, но ему еще предстоит проделать очень длинный путь, прежде чем он сможет бросить вызов таким брендам как «Манчестер Юнайтед» или основным франшизам NFL.

Но я не думаю, что есть какие-то причины, почему «Астана», став большим брендом в велосипедном спорте, не сможет повторить этот успех со своими другими спортивными командами и достичь глобального узнавания клуба.

Тем не менее будет очень важно иметь и поддерживать хорошую репутацию, а также разрабатывать долгосрочные стратегии управления, потому что чем более успешным клуб становится, тем чаще он подвергается нападкам по геополитическим причинам. 



Бренд по принципу мультиспортивности



Президентский профессиональный спортивный клуб «Астана» создан по личной инициативе и при поддержке Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева в декабре 2012 года. Включает в себя 8 элитных спортивных клубов. Все клубы выступают под единым зонтичным брендом «Астана».

ППСК «Астана» — это современное, отвечающее последним тенденциям в области спортивного менеджмента, объединение. В его задачи входит не только усиление государственной поддержки спорта, но и создание конкурентоспособного мультиспортивного бренда и его централизованного продвижения в мире через достижение высоких результатов в профессиональном спорте. Цель — укрепление позитивного имиджа Казахстана на мировой арене. Проект получил поддержку ведущих мировых экспертов в области спортивного консалтинга и развивается под их чутким руководством.



Благодаря качественно организованной работе, этот проект стал узнаваемым и успешным. За 2 года слаженная команда смогла собрать под свое крыло лучших из лучших спортсменов и громко заявить о себе в Казахстане и в мире. В «Астане» взят не традиционный для большинства государственных объединений курс на то, чтобы деятельность клуба была связана не только с расходом государственных средств, но и решались задачи возврата инвестиций.

О том как принцип мультиспортивности, когда все спортивные проекты, собранные в ППСК, начнут достигать заданных целей в спортивном, маркетинговом и имиджевом плане, даст возможность расширить влияние Казахстана в мире нам рассказал Айдар Махметов, директор департамента по связям с общественностью АО «Фонд национального благосостояния «Самрук-Казына»



> Айдар МАХМЕТОВ, директор департамента по связям с общественностью АО «Фонд национального благосостояния «Самрук-Казына»

В последние годы спорту в Казахстане уделяется очень большое внимание со стороны государства. Успех нашей сборной на Олимпийских играх в Лондоне не прошел незамеченным. Специалисты со всего мира с удивлением для себя открыли новую спортивную державу.

Государственный Фонд Национального благосостояния «Самрук-Казына», являющийся самым большим мультиотраслевым холдингом Центральной Азии с годовым оборотом почти в \$100 млрд, активно продвигает спонсорские проекты в области спорта.

Так, например, мы уже несколько лет на регулярной основе финансируем национальные федерации по олимпийским видам спорта, таким как футбол, волейбол, бокс, тяжелая атлетика, борьба, велоспорт и многие другие. В прошлом году мы создали Президентский про-



фессиональный спортивный клуб «Астана» по аналогии с такими мультиспортивными мировыми грандами как испанские «Реал» и «Барселона» или турецкий «Галатасарай».

ППСК «Астана» объединил под собой такие проекты как велокоманда «Астана», футбольная, баскетбольная, ватерпольная, мотоспортивная (включая тест-пилота конюшины Force India Формулы 1 Даниэля Джункаделью) команды с одноименным названием, хоккейную команду «Барыс» и боксерскую дружину «Астана Арланс». В клуб входят также два индивидуальных спортсмена, это двукратный олимпийский чемпион по тяжелой атлетике Илья Ильин и бронзовый медалист Сочинской Олимпиады, фигурист Дени Тен, которые являются лицами клуба.


По сути, это качественный подход в управлении профессиональным спортом в республике. Целью ППСК «Астана» является продвижение имиджа Казахстана на мировой арене. За короткий срок своего существования клуб уже добился больших успехов. Так, гонщик велокоманды «Астана» Винченцо Нибали



стал победителем «Тур де Франс-2014» и «Джиро д'Италия-2013», боксерская команда «Астана Арланс» выиграла Всемирную Серию Бокса WSB 2013, а баскетбольная «Астана» и хоккейный клуб «Барыс» регулярно выходят в плей-офф своих лиг, соответственно Единой лиги ВТБ и КХЛ. Футбольная «Астана» в этом году произвела фурор в Лиге Европы УЕФА, дойдя до стадии плей-офф, где проиграла лишь такому гранду как испанский «Вильярреал».

Стратегическим консультантом ППСК является гуру мирового спорта Майкл Пэйн, который более 20 лет работал директором МОК по маркетингу и телевизионным правам.

Над брендингом клуба работает Теодора Манзарис, которая является разработчиком всего брендинга ОИ в Афинах-2004, а также будет работать над брендингом Чемпионата мира по футболу в Катаре-2022.

В этом году ППСК подписал меморандум о сотрудничестве с таким известным и успешным мультиспортивным клубом как «Галатасарай», модель развития которого очень интересна. Мы также активно изучаем опыт и других мировых спортивных брендов, участвуем в мировой спортивной конвенции «SportAccord» и развиваем наши отношения с МОК и руководством международных федераций. 

»» В последние годы спорту в Казахстане уделяется очень большое внимание со стороны государства. Успех нашей сборной на Олимпийских играх в Лондоне не прошел незамеченным. Специалисты со всего мира с удивлением для себя открыли новую спортивную державу.

Олимпийские проекты «Интеррос» после Игр-2014

Подходит к концу олимпийский год. Большинство спортивных объектов сочинских Игр, как и планировалась программой постолимпийского использования, переданы частными инвесторами государству. Но вопрос наследия Игр неразрывно связан с финансово-экономическим функционированием построенных объектов. А это направление пока оставляет множество вопросов и дает поводы для жарких дискуссий среди различных слоев россиян.

Олимпийские инвесторы еще до Олимпиады заявляли об убыточности проектов и невозможности обслуживания кредитов, в связи с изменяющимися требованиями государства. В результате длительных прений бизнесменов с государством, до декабря 2015 года для олимпийских инвесторов действует отсрочка на выплату процентов и тела кредита.

Один из ключевых инвесторов Олимпиады в Сочи, Владимир Потанин, в интервью GR sport в преддверии Игр называл суммы вложений в его проекты: \$500 млн — бюджет Российского международного олимпийского университета, из которых \$150 млн — спонсорский вклад, и более \$2 млрд — бюджет проекта «Роза Хутор», около \$300 млн из которых — его инвестиции, а остальная часть — кредит Внешэкономбанка.

И если в случае с РМОУ — это имиджевые инвестиции и об окупаемости речи не шло, то что касается туристических объектов сегодня Владимир Потанин, как и другие частные инвесторы отказываться от них не намерен. Он планирует развивать «Розу Хутор», и итоги первого постолимпийского сезона внушают надежду, что курорт имеет все шансы стать успешным.

РМОУ также завоевал себе имя среди мировой аудитории и ведет активную образовательную деятельность, являясь одним из элементов наследия Игр-2014. О том, как развиваются после Игр в Сочи олимпийские проекты Владимира Потанина, мы рассказываем в этом выпуске.

> «Роза Хутор»: амбиции и планы

После завершения Олимпийских игр горнолыжный сезон на «Роза Хутор» продолжался с 22 марта по 11 мая, за это время, по информации пресс-службы, курорт посетило около 100 000 человек. В летний сезон, начиная с 7 июня, количество гостей составило более 440 000 человек. Первый полноценный постолимпийский зимний сезон будет только предстоящей зимой, он начнется в декабре 2014.

Благодаря Играм в Сочи, значительно улучшилась транспортная доступность всего горного кластера (построена совмещенная ж/д и автомобильная дорога, запущены скоростные электропоезда Ласточка), обеспечено энергоснабжение, создана инженерная инфраструктура.

«Роза Хутор» это круглогодичный горный курорт, предлагающий и зимой, и летом максимально широкие возможности для активного отдыха в горах. Горнолыжная зона — самая большая зона катания в России (77 км трасс), международный менеджмент и соответствующий уровень сервиса (горнолыжной зоной управляет французская La Compagnie des Alpes, один из признанных лидеров в области управления курортами, включая такие известные, как Tignes, Val d'Isère, Les Arcs, La Plagne, Les Menuires, Les 2 Alpes, Méribel, Chamonix). Управление отелями осуществляется различными международными операторами: Rezidor, Golden Tulip, Accor.



> Константин ГАРАНИН, директор по территориальному развитию горного курорта «Роза Хутор»

— Как позиционируется курорт «Роза Хутор» на мировом туристическом рынке после Игр?

— Сегодня «Роза Хутор» имеет все основания считаться одним из лучших горных курортов России, но амбиции у курорта, безусловно, международные. Мы предполагаем, что в ближайшие годы для международного рынка мы станем витриной горного отдыха в России. Мы внимательно изучаем международный опыт и стремимся создавать отличную горную культуру, рассчитывая на любопытство искушенных туристов и стремление посмотреть что-то новое.

— На какую аудиторию ориентируетесь?

— Во-первых, мы прежде всего российский курорт и основу нашей аудитории безусловно будут составлять российские туристы. Прежде всего, это жители крупных городов, активные, интересующиеся, любящие путешествовать и узнавать новое — поскольку мы фактически заново создаем культуру горного отдыха в России, то в ближайшее время он будет востребован больше именно у активной аудитории.

Во-вторых, мы смотрим на туристов из тех стран, где развита культура путешествий и нет своей сложившейся сильной горной инфраструктуры — это страны Азии, Ближнего и Дальнего Востока.

Безусловно, мы рады и гостям из традиционных горных регионов (Европы, Америки, Канады), но думаю, что оттуда в ближайшее время скорее будет приезжать не массовый, а нишевый турист.

— Учитывая озвученные год назад в интервью нашему журналу Владимиром Потаниным неблагоприятные факторы, стоимость отдыха на

курорте по сравнению с европейскими конкурентами, а также меньшую длину сезона, как планирует преодолевать эти обстоятельства в привлечении туристов и развитии «Розы Хутор»?

— Если говорить о текущей экономической ситуации, то пока все играет нам на руку, и мы планируем воспользоваться высоким курсом евро, в том числе и для привлечения на курорт иностранных туристов. Что же касается сезона, то мы стремимся стать всесезонным курортом и иметь возможность в любое время года предложить туристам что-то особенное и интересное. Думаю, что в новом году мы запустим много интересных программ не только на лето и зиму, но и на весну, осень.

— Найдены ли рецепты уникального позиционирования «Розы Хутор» для долгосрочной конкуренции с зарубежными курортами?

— О таких рецептах всегда сложно говорить — единого рецепта нет. У нас есть несколько гипотез, которые мы планируем за ближайший год обкатать. Посмотрим, что из этого лучше работает.

— Как реализуется концепция всесезонного курорта?

— Главное, что мы видим для себя в первую очередь — просветительская миссия. Мы должны донести до аудитории, что на самом деле в горах круглый год можно интересно отдыхать. Это и оздоровление и пеше-горный туризм, и ремесленничество, и событийный туризм. Сегодня большинство из нашей целевой аудитории просто не могут себе представить все возможности гор. За нас природа уже многое сделала для всесезонности курорта и нам это надо только правильно оформить. Потому будем создавать на территории те направления, которые могут работать большую часть года — от обучения до экстремальных видов спорта.

— Ваши прогнозы по возрождению культуры горного отдыха в стране?

— Я думаю, что это очень непростое дело, как и все, что связано с изменением человеческого сознания. Но надеюсь, что у нас все получится, так как в стране огромное количество гор и большое число наших коллег с пониманием отнеслись к нашей идее формирования новой горной культуры, горного туризма и отдыха.



> РМОУ: постолимпийский сезон

Российский Международный Олимпийский Университет, созданный в Сочи в период подготовки к Белой Олимпиаде 2014 года, в ноябре объявил уже третий набор студентов на обучение по своей флагманской образовательной программе «Мастер спортивного администрирования». Компания Владимира Потанина «Интеррос» является учредителем и спонсором проекта. В этом году известный бизнесмен, как и предполагалось, передал здание РМОУ государству. В дальнейшем, оно перейдет на баланс самого университета.

В качестве преподавателей в РМОУ приглашены как российские, так и зарубежные профессора, специалисты по спортивному менеджменту, многие из которых также работают в университетах Европы, США, Австралии и Канады. Столь же интернационален и состав слушателей. В этот раз в Сочи приехали представители из более чем двенадцати стран мира (от Ирландии до Вануату), а также ребята из восьми регионов России. В основном это сотрудники спортивных министерств и ведомств, компаний и предприятий спортивной отрасли. Многие из слушателей будут учиться по рекомендациям Министерства спорта РФ, Олимпийского Комитета России, региональных властей и спортивных федераций, национальных олимпийских комитетов, получив целевые стипендии РМОУ, а также гранты Благотворительного Фонда Владимира Потанина.

РМОУ в новом учебном сезоне открыл наряду с английской русскоязычную и дистанционную версии этого курса. В течение года студенты должны получить навыки стратегического и оперативного управления спортивными организациями, мероприятиями и объектами разного уровня в любой экономической среде. Особенностью курса является изучение опыта проведения Олимпийских игр, их наследия, во всей его многогранности.

Среди слушателей РМОУ немало и спортсменов. Например, чемпионка мира по кикбоксингу, чемпионка Европы по тхеквондо, ирландка Катрин О`Грейди. Она считает, что учеба в РМОУ оптимально подготовит ее к реализации главной цели — управлению командами спорта высших достижений. «Работать на месте проведения Олимпиады равносильно осуществлению мечты, а пони-

мание деловых, маркетинговых и управленческих аспектов обеспечения гладкой и успешной организации мероприятия будет полезным для меня и откроет множество дверей в области спортивного бизнеса. Я ценю то, что меня выбрали в качестве представителя Ирландии для обучения в РМОУ. Это открывает уникальные перспективы, поэтому я постараюсь приобрести как можно больше знаний и опыта», — говорит спортсменка.

В постолимпийском Сочи теперь работают самые разные спортивные сооружения. Именно с их помощью университет планирует усилить практический аспект в своей образовательной деятельности. РМОУ подписал соглашения о сотрудничестве почти со всеми олимпийскими объектами города: горнолыжным курортом «Роза Хутор», дворцом спорта «Большой», биатлонным комплексом «Лаура», Южным федеральным центром спортивной подготовки «Юг-Спорт», спортивным комплексом А.А. Карелина и др. Первая стажировка студентов РМОУ прошла в октябре — на российском этапе гонок Формулы 1. «Мы ориентируемся на тесное и долгосрочное сотрудничество со спортивным бизнес-сообществом Сочи, с ключевыми игроками регионального рынка труда, — прокомментировал подписание этих соглашений ректор РМОУ, профессор Белоусов. — Партнерская поддержка по организации практического знакомства слушателей РМОУ с современным опытом управления спортивными объектами, проведения соревнований самого высокого уровня станет важной составляющей в подготовке специалистов».



Игорь СОПОВ,
директор Центра современной
кавказской политики

«Жизнь вообще не курорт»

Пётр Мамонов

Курс на развитие туристических кластеров

Туристический сектор на Северном Кавказе является одной из самых перспективных отраслей. Создание на Северном Кавказе новых привлекательных для туризма мест — основной пункт в стратегии возрождения экономики региона. На территории СКФО планируется создание туристического кластера мирового уровня.

В настоящее время ситуация в мировой экономике в целом далека от идеальной. На мой взгляд, экономика не просто не оправилась от кризиса, а, наоборот, переживает его очередной виток. Происходит это в условиях нестабильной геополитической обстановки. Для России ситуация усугубляется введенными в отношении нее со стороны ряда западных стран точечными и секторальными санкциями. Все это осложняет приход инвестиций в нашу страну и, в частности, на Северный Кавказ. В таких услови-

ях, безусловно, мы увидим, что некоторые представители бизнеса из Европы и США откажутся от проектов в регионе. При этом, я уверен, найдутся и более прозорливые инвесторы, которые именно в этот момент смогут застолбить место, чтобы участвовать в развитии туристического потенциала Северного Кавказа.

В ближайшие год-два, думаю, не стоит ожидать прихода массовых инвестиций в регион, в частности, в области развития туристической инфраструктуры. Однако впоследствии, а вполне возможно, и раньше, более четко проявится тренд, который замечен уже сегодня — курс на повышение популярности путешествий



Предоставлено ЦСП «КАВКАЗ»

по России среди наших сограждан. Этому будет способствовать качественное рекламное продвижение российских курортов, на Северном Кавказе, в Крыму, в Сочи и других регионах страны.

Сегмент выездного туризма сегодня переживает кризис по причине роста курсов валют и, как следствие, удорожания отдыха за рубежом, банкротства турфирм и связанных с этим неприятных историй с потерей нашими согражданами потраченных на отдых денег и времени. Люди, которые могли себе раньше позволить поехать недорого отдохнуть в Турцию или в Испанию, с удовольствием поедут отдыхать на российские курорты при условии конкурентоспособных цен. С ростом спроса поднимется и инвестиционный интерес к вложению средств в строительство новых курортов. Вначале этот интерес будет наибольшим со стороны отечественных компаний.

Работа над имиджем

Вместе с тем, в период неопределенной экономической и политической ситуации самое время задуматься о решении некоторых системных проблем. Первое, на что хотел бы обратить внимание — это необходимость преломления негативного имиджа Северного Кавказа. Об этом много говорят на всех экспертных мероприятиях, проходящих в регионе, в том числе при поддержке компании «Курорты Северного Кавказа». Тут нужна системная, планомерная совместная работа правительств республик, федерального центра, действующих в регионе институтов развития, местных властей и населения, которое,



Предоставлено ЦСКП «КАВКАЗ»



Предоставлено ЦСКП «КАВКАЗ»

должен сказать, весьма неравнодушно к будущему своей земли и готово к позитивным изменениям. Результатом такой совместной работы станут новые заключенные контракты с инвесторами, возможно, из-за рубежа.

Важным позитивным трендом считаю изменение позиции федерального центра в отношении Северного Кавказа. Сегодня руководство страны нацелено на развитие экономического потенциала этой территории. Об этом свидетельствуют заявления президента нашей страны, создание Министерства по делам Северного Кавказа, реализация различных проектов по импортозамещению. Обязательно будут предъявляться требования и к развитию индустрии отдыха.

Хотел бы отметить, что работа в этом направлении уже сегодня активно ведется и компанией «Курорты Северного Кавказа», и региональными властями. Так, в первые два сезона эксплуатации – зимний и летний – курорт Архыз посетили около 85 тыс. человек. При этом



Предоставлено ЦСКП «КАВКАЗ»

поток туристов летом превысил показатель зимы. Много ли это? Немного, если говорить о состоявшемся курорте. Однако для нового проекта это весомые цифры, которые свидетельствуют о хорошем спросе и достаточно оптимистичных перспективах для инвесторов, которые захотят поучаствовать в этом проекте.

В дальнейшем я полагаю, что как Архыз, так и все прочие северокавказские курорты будут выигрывать за счет комплексного развития территории. Это предполагает создание единого стиля, развитие дополнительных видов услуг, например, экотуризма или народных ремесел. Уже сегодня в Архызе виден именно такой фундаментальный подход. Главное – каждый год предлагать что-то новое. К примеру, можно сертифицировать трассу для скалолазания.

Хочется отметить, что курорты на Кавказе не являются панацеей для решения всех экономических и социальных проблем региона. При этом они, безусловно, являются одним из драйверов его развития и потому должны развиваться.

Начать повышать привлекательность северокавказских курортов предлагается следующим образом. Давайте для начала разберемся, почему цены на билеты в аэропорт Минеральные Воды летом вырастают едва ли не вдвое и почему проживание в гостиницах в Пятигорске дороже, чем размещение в отелях аналогичного уровня за границей? Уверен, что возрождение туристического потенциала может начаться с решения именно таких, казалось бы, банальных, но злободневных вопросов.

Взаимодействие бизнеса и власти

Если говорить о государственно-частном партнерстве в этой отрасли, то следует отметить следующее:

В рамках проекта туристического кластера государство инвестирует в создание внешней инфраструктуры по ряду ФЦП и внутренней инженерной инфраструктуры — через ОАО «КСК». Частный бизнес вкладывает деньги в туристическую инфраструктуру.

Резидентам ОЭЗ предоставляется комплекс налоговых и таможенных льгот, для них устанавливаются пониженные ставки страховых взносов, льготные ставки аренды и возможность выкупа земли на льготных условиях, предусматривается предоставление госгарантий на покрытие до 100% заемных средств.

ОАО «КСК» также оказывает потенциальным резидентам помощь в решении административных вопросов. Кроме того, мы занимаемся вопросом определения границ земельных участков в рамках ОЭЗ, чтобы у инвесторов не возникали земельные правовые проблемы. В этом аспекте мы работаем во взаимодействии с властями республик.

Для максимальной эффективности проекта компания реализует кластерный подход к управлению туристско-рекреационными ОЭЗ. Этот механизм позволяет участникам проекта более слаженно взаимодействовать между собой и с властными структурами, а также с партнерами в России и за рубежом. В рамках кластера создаются более выгодные условия для производства новых туристических продуктов и услуг. ОАО «КСК» берет на себя рекламные и маркетинговые функции, в частности, уже разработан зонтичный бренд для динамичного управления туристическим предложением. Компанией реализуется общая стратегия строительства курортной инфраструктуры и управления объектами. Все это позволяет снизить издержки инвесторов, в том числе за счет исключения прямой конкуренции между площадками кластера, и реализовывать единую транспортную и тарифную политику.

Также существуют дополнительные возможности государственной поддержки для инвесторов:

- > Субсидирование процентной ставки: в объеме до 2/3 от ставки рефинансирования, установленной Центральным Банком России;
- > Государственные гарантии по кредитам (государственное страхование кредитов): позволит значительно облегчить получение кредитов от финансовых учреждений. Правительством Российской Федерации инвесторам проекта туркластера предоставляются государственные гарантии на срок от 5 до 20 лет с целью обеспечения исполнения обязательств по возврату до 100% основного долга по кредиту либо номинальной стоимости облигаций.

Федеральным бюджетом РФ на 2014 и плановый период 2015-2016 гг. для, ОАО «КСК» как крупнейшего




Предоставлено ЦСКП «КАВКАЗ»

инвестора, предусмотрены государственные гарантии Российской Федерации по кредитам либо облигационным займам, привлекаемым на осуществление инвестиционных проектов в размере 30 млрд руб. (10 млрд руб. — в 2014 г., 15 млрд руб. — 2015 г., 5 млрд руб. — 2016 г.).

В текущей версии инвесторы их смогут получить только по облигациям, выпущенным КСК.

Субсидирование процентных ставок предоставляется в соответствии с Постановлением Правительства № 524 от 21.06.2013 «О порядке предоставления в 2013 году субсидий из федерального бюджета управляющим компаниям особых экономических зон, а также резидентам туристско-рекреационных особых экономических зон, объединенных решением Правительства Российской Федерации в кластер». Субсидии предоставляются, в случае если объем инвестиций составляет более 500 млн рублей, а доля собственных средств инвестора составляет более 15% от стоимости инвестиционного проекта.

В дополнение к налоговым и финансовым стимулам потенциальные резиденты, желающие инвестировать в коммерческую инфраструктуру курорта, получают участок земли с пониженной ставкой аренды. 

»» Хочется отметить, что курорты на Кавказе не являются панацеей для решения всех экономических и социальных проблем региона. При этом они, безусловно, являются одним из драйверов его развития и потому должны развиваться.



Флориан БЁНИГК,
руководитель отделения *Governmental Affairs*
международной компании *KaiserCommunication GmbH*

От чего растут бренды? «Настоящая любовь» и «Гамбургский путь»

В этом выпуске мы завершаем серию публикаций о немецком футболе и Бундеслиге материалом нашего эксперта в области экономики и спорта Флориана Бёнигк о двух кампаниях из богатого арсенала немецкого маркетинга, укрепляющих бренды футбольных клубов

Экономика или симпатии?

Как демонстрируют результаты исследования «Футбол-2014», проведенные специалистами Технического Университета Брауншвейга, в общественном восприятии дортмундская «Боруссия» вновь и со значительным преимуществом опередила ФК «Бавария». Баллы в номинации клубных брендов распределились: 66,90 про-

тив 57,60. После сезонов 2012 и 2013 гг. дортмундский клуб в третий раз подряд обеспечил себе звание «Мастера бренда». Рейтинг включает также личные симпатии респондентов и ориентируется, следовательно, не только на чисто экономические критерии.

Флориан Бёнигк, руководитель отделения *Governmental Affairs* международной компании *KaiserCommunication GmbH*, работающей не только на рынке Германии, но и в России, а также азиатских странах. Кроме того, г-н Бёнигк является членом клуба «Боруссия» Дортмунд и заместителем председателя *Public Diplomacy Initiativkreis*, союза, который содействует поддержанию связей между политиками, представителями массмедиа и спортивными учреждениями на международном уровне



Фото: «Боруссия Дортмунд»

Британское агентство *Brand Finance* ежегодно публикует показатели стоимости брендов футбольных клубов, в основе оценки которых — стоимость игроков, клубная недвижимость и спонсорские контракты. Здесь, с 659 млн евро, лидирует ФК «Бавария», опережая «Реал» Мадрид с 565 млн евро и «Манчестер Юнайтед» с 543 млн евро. Ближайший представитель Бундеслиги в этом рейтинге — «Боруссия» Дортмунд — расположилась на 9-ом месте с показателем в 240 млн евро, что составляет примерно одну треть от стоимости баварцев. Другие клубы Бундеслиги занимают 11-ое место («Шальке-04», 230 млн евро) и 18-ое место («Гамбург», 101 млн евро).

Некоторые клубы Бундеслиги нашли новые пути формирования симпатий к бренду, увеличения числа своих болельщиков и привлечения категорий населения ранее далёких от футбольных страстей. Эти клубы делают упор на укрепление связей с населением своих городов и постоянное тесное интерактивное общение с их жителями.

Какие же конкретные шаги предпринимали футбольные клубы для укрепления своих брендов, и как выглядит их стратегия будущего? Два примера кампаний — «Настоящая любовь» и «Гамбургский путь» могут дать представление о том множестве инициатив, которые родились в маркетинговых отделах футбольных клубов Бундеслиги.

«Боруссия» Дортмунд: «Настоящая любовь»

Классическая кампания под названием «Настоящая любовь» проведена футбольным клубом «Боруссия». С помощью креативного агентства ХЕО из Дюссельдорфа были определены ключевые компетенции и характерные признаки, отличающие дортмундский клуб. Исполнительный директор Ханс-Йоахим Ватцке поясняет: «Мы объединили фанатов, членов клуба, сотрудников, акционеров, и хотели выяснить все аспекты восприятия, всё, что представляет собой «Боруссия» как бренд. Уже только благодаря нашему опросу возникло огромное чувство общности».



Ханс-Йоахим Ватцке

Ядро бренда — интенсивность: игра на арене «Сигнал Идуна Парк» — настоящее событие, которое по напряжению превосходит игры на любом другом стадионе. Интенсивностью отличается и работа главного тренера Юргена Клоппа, а также всей команды менеджеров. Ключевые компетенции: «искренность», «амбициозность» и «привязанность к малой родине» были легко и безоговорочно приняты всеми. Фотовизуальный ряд, созданный специально для кампании «Настоящая любовь», иллюстрировал лояльность бренду ФК «Боруссия» и «восхищение от зрелищного футбола», внушаемые главным действующим лицом — тренером Клоппом. Исполнительный директор клуба г-н Ватцке отметил: «Болельщики «Боруссии» пережили с клубом многие

Фото: «Боруссия Дортмунд»



фото: «Гамбург»

неудачи, которые, будь это «Бавария», были бы восприняты совсем иначе. И сегодня они остаются фанатами «Боруссии», потому что это — настоящая любовь». Дортмундский клуб растит таким образом из «клиентов» своего бренда — истинных фанатов, в то время как бренды-производители товаров, например, такие как adidas, Nike или Puma, могут рассчитывать лишь на качественное превращение клиента в постоянного клиента.

«Настоящая любовь» — сложно придумать более емкий слоган, позволяющий кожей почувствовать философию футбольного клуба, который никогда не забывает о своем главном предназначении — развлекать людей.

Философия клуба запрещает любые коммерческие выгоды от общения с болельщиками в пространстве социальных сетей. Речь идет о создании искренности и чувства «настоящего» во взаимодействии с поклонниками, которые в результате дарят «Боруссии» глубокое

доверие и любовь. 6,6 млн человек называют «Боруссию» своим любимым клубом. Для поддержания тесной связи со своими болельщиками команда также ежегодно сознательно пренебрегает 3,5 млн евро доходов, оставляя бесплатными стоячие места на южной трибуне. В итоге трибуна, вмещающая 25 000 болельщиков, остаётся уникальной во всём мире, а сам стадион по признанию английской Times является лучшим стадионом мира.

В результате такой политики «искренности» клуб из Дортмунда превзошёл по имиджу ФК «Бавария»; так как баварцы довольно полярны в выражении своих антипатий к клубу — 30% и симпатий — 40%, в то время как в Дортмунде подобное соотношение выглядит как 17% к 45%.

Маркетинговая политика дортмундского клуба в рамках проведения товарищеских матчей в регионах Германии также добавляет максимальное количество симпатизирующих. В тех местах, где прямая трансляция встреч клуба не ведётся, организуется подача автобусов для болельщиков.

Осознанный коммерческий маркетинг не должен проявляться бездумно. Допустимы только такие меры, эффект от которых лишь подчеркивает упомянутые



фото: «Гамбург»



фото: «Гамбург»

выше ключевые компетенции. На авансцене всегда сам футбол в исполнении клуба.

После выхода в плей-офф Лиги Чемпионов сезона 2011 года деньги последовательно вкладывались не только в игровые, но и в устаревшую инфраструктуру стадиона, тренировочные лагеря для игроков, позиционирование клуба за границей, работу с болельщиками и персонал, занимающийся вопросами маркетинга.

Гамбургский путь

«Гамбургский путь» — уникальная инициатива по поиску спонсоров и фандрайзингу, проводимая Гамбургским спортивной ассоциацией (официальное название футбольного клуба «Гамбург») совместно с компаниями города. Она патронируется бургомистром Гамбурга. Эта кампания укрепляет имидж Гамбурга как спортивного города с развитой культурой социальной ответственности.

Проект «Гамбургский путь» был запущен в сезоне 2012/2013, и призван обеспечить всем жителям Гамбурга возможность стать участниками инициативы и помочь людям, которые «сбились со своего жизненного пути» и нуждаются в поддержке. Пожертвовав 1 евро при покупке билета на домашние игры «Гамбурга» в пользу проекта, любой житель

города Гамбург может поучаствовать в этой благотворительной программе «народного финансирования» и стать частью проекта «Гамбургский путь», принимая активное участие в его формировании.

В отличие от других инициатив «Гамбургский путь» объединяет классическое спонсорство с КСО. В основе этой кампании футбольного клуба из Гамбурга, которая позволяет ему осваивать новые пути в сфере спонсоринга — сочетание эмоций, связи футбола с социальной ответственностью. Наряду с частными пожертвованиями, тщательно отобранным адресным благотворительным проектам оказывается также поддержка в виде совместных акций, тренингов, образовательных программ.

Одновременно это выражение применительно к тем, кто был мобилизован инициативой «Гамбургский путь» и оказывает поддержку на жизненном пути тем, кто в ней нуждается. [www.hamburg-weg.de](#)

В результате политики «искренности» клуб из Дортмунда превзошёл по имиджу ФК «Бавария»; так как баварцы довольно полярны в выражении своих антипатий к клубу — 30% и симпатий — 40%, в то время, как в Дортмунде, подобное соотношение выглядит как 17% к 45%.



Вадим БАРЛАМОВ,
агент FIFA, зарегистрированный в Федерации футбола США,
CEO маркетингового агентства Sportslav

MLS

Коммунизм в Америке

Североамериканская футбольная лига MLS — уникальное явление в экономике мирового футбола — своего рода «единое экономическое пространство», в котором все принадлежит лиге. Реализация идеи централизованного управления и всеобщего равенства приносит свои плоды. MLS и ее клубы успешно развиваются, а интерес к европейскому футболу в США стремительно растет, впрочем, как и к лиге в Европе. О том, как работают централизованные коммерческие процессы в MLS — Вадим Барламов, агент FIFA, зарегистрированный в Федерации футбола США, CEO маркетингового агентства Sportslav

О лиге

Лига MLS была сформирована 13 декабря 1993 года как часть заявки США на проведение чемпионата мира 1994 года, который можно назвать точкой отсчета развития европейского футбола в Америке. Первый сезон в MLS прошёл в 1996 году с участием десяти команд.

Комиссаром лиги с 1999 года является Дон Гарбер, заявивший о том, что MLS не стремится стать лучшей лигой Америки, а планирует стать лучшей футбольной лигой мира.

Структура и финансы лиги

- > В отличие от других крупных спортивных лиг, MLS является единым владельцем всех клубов, входящих в её состав, а инвесторы частично управляют командами и получают компенсацию от лиги согласно успеху клуба в сезоне.
 - > У каждого клуба есть свой инвестор, который становится акционером лиги.
 - > Для обеспечения финансовой стабильности лига распределяет и делит доходы между клубами.
 - > Игроки заключают контракты напрямую с лигой, вместо индивидуальных контрактов с клубами.
- MLS остаётся открытой для инвесторов. Есть три группы акций корпорации, владеющей всеми правами на проведение и организацию турнира. Непосредственное отношение к футболу имеют акционеры категории В.

Типы акций

- > Акции А класса
 - А: принадлежат лиге и ее дочерним компаниям
 - А1: принадлежат штатам и муниципалитетам на территории которых находятся стадионы
 - А1В: принадлежат инвестиционным банкам
 - А2В: привилегированные акции, распределяются между инвесторами соинвестирующими, но не владеющим клубами MLS
- > Акции В класса
 - Акции клубов MLS В класса принадлежат инвесторам владеющим минимум 2/3 одного из клубов MLS.

Soccer United Marketing (SUM)

Soccer United Marketing — это дочерняя компания MLS отвечающая за коммерческое развитие лиги и продвижение футбола на территории Северной Америки. Помимо MLS компания сотрудничает и реализовывает проекты для федерации футбола США, Мексики, Канады и COCACAF.

В 2013 году 25% компании были приобретены инвесторами из Providence equity partners за \$150 млн, что автоматически подняло стоимость SUM до \$ 600млн.

Распределение доходов между командами лиги

MLS помимо команд принадлежат и все права — авторские, телевизионные, на продажу билетов и символики. Телеправа MLS реализует централизованно одним пакетом. В соответствии с регламентом лиги, вся полученная сумма в равных долях делится между всеми клубами лиги. Сами клубы также имеют право заключать контракты с местными

телевизионными компаниями и получать от этого дополнительный доход. Аналогичная ситуация и со спонсорскими контрактами. Доходы от спонсоров лиги делятся поровну между клубами. При этом лига не препятствует клубам в поиске спонсоров и самостоятельному заработку. Такие же правила действуют в отношении доходов от продажи билетов и мерчендайзинга. У разных клубов разная посещаемость и разные цены на билеты.

- > Телевизионные права: доходы от продажи прав на трансляцию лиги распределяются поровну между клубами. Клубы имеют право на контракты с местными телекомпаниями с полным сохранением средств для клуба.
- > Спонсорские контракты с лигой распределяются поровну между всеми клубами MLS. Выручка от спонсорских контрактов с отдельными клубами полностью остаётся в клубах.
- > Продажа билетов и атрибутики: 32% выручки идёт в лигу и распределяется поровну между всеми клубами в конце сезона
- > Трансферы игроков: 2/3 от суммы трансфера остаётся в клубе, 1/3 идет в лигу как «Allocation money» (распределительные средства), распределяющиеся между клубами по решению комиссии лиги в виде финансовой помощи для подписания контрактов с игроками.

Фиксированные бюджеты зарплат игроков

На сезон 2014 года бюджет зарплат игроков составляет \$3,1 млн на каждый клуб, с максимальной зарплатой в \$387 500 и минимальной в \$48 500. Под бюджет попадают зарплату двадцати основных игроков команды.

- > Места 19 и 20 в заявке на сезон могут быть не заполнены
- > Игроки в заявке с 21 по 30 место не попадают под бюджет зарплат
- > Игроки программы «Generation Adidas»
- > Воспитанники клуба

В 1996 году предел зарплаты составлял \$1,2 млн, а в 2006 около \$1,9 млн, в 2007 году — \$2,1 млн и был поднят до \$2,3 млн в сезоне 2008 года. В 2010 году по итогам Соглашения коллективных переговоров между MLS и Союзом игроков лиги потолок зарплат составлял \$2,55 млн и автоматически должен увеличиваться на 5% каждый год до истечения срока действия соглашения в конце сезона 2014 года.

«Designated Player» Rule (Правило Бекхэма)

Правило позволяет каждому клубу лиги подписывать игроков, на которых не будет распространяться установленный потолок зарплат (либо путём предложения игроку более высокой заработной платы, либо путём платы за трансфер игрока)

Вычеты из бюджета зарплат:

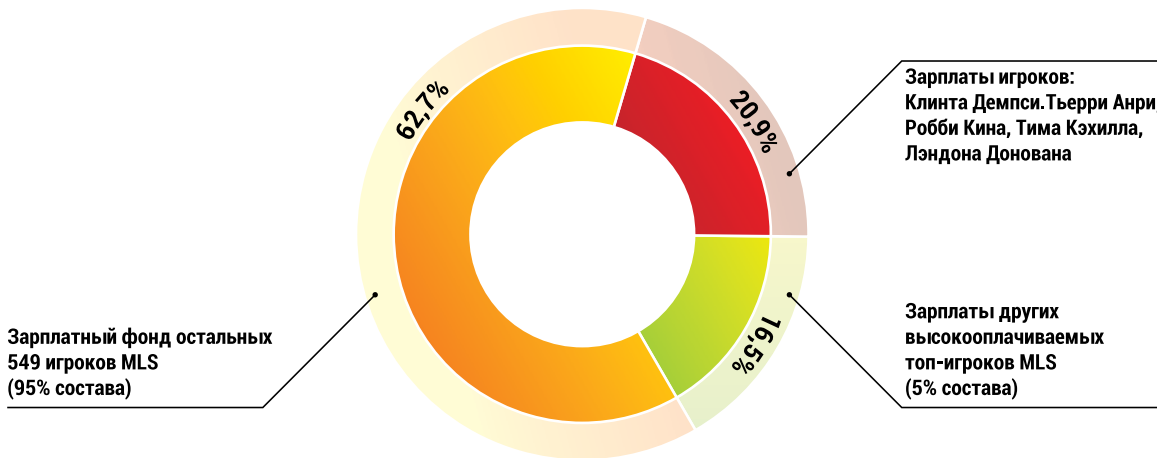
- > Для игрока старше 23 лет: \$387 500
- > Игроки от 21 до 23: \$200 000
- > Для игроков младше 20 лет: \$150 000

Каждый клуб имеет право на три назначенных игрока. Две позиции бесплатно и третья может быть приобретена за \$150 000. Эти средства идут в распределительный бюджет и поступают клубам не заполнившим третью позицию назначенного игрока.

Дисбаланс зарплат игроков

Зарплатный бюджет всех игроков MLS (568 чел.) в 2014 году составляет \$96 млн

Распределение доходов игроков (2013 г.)

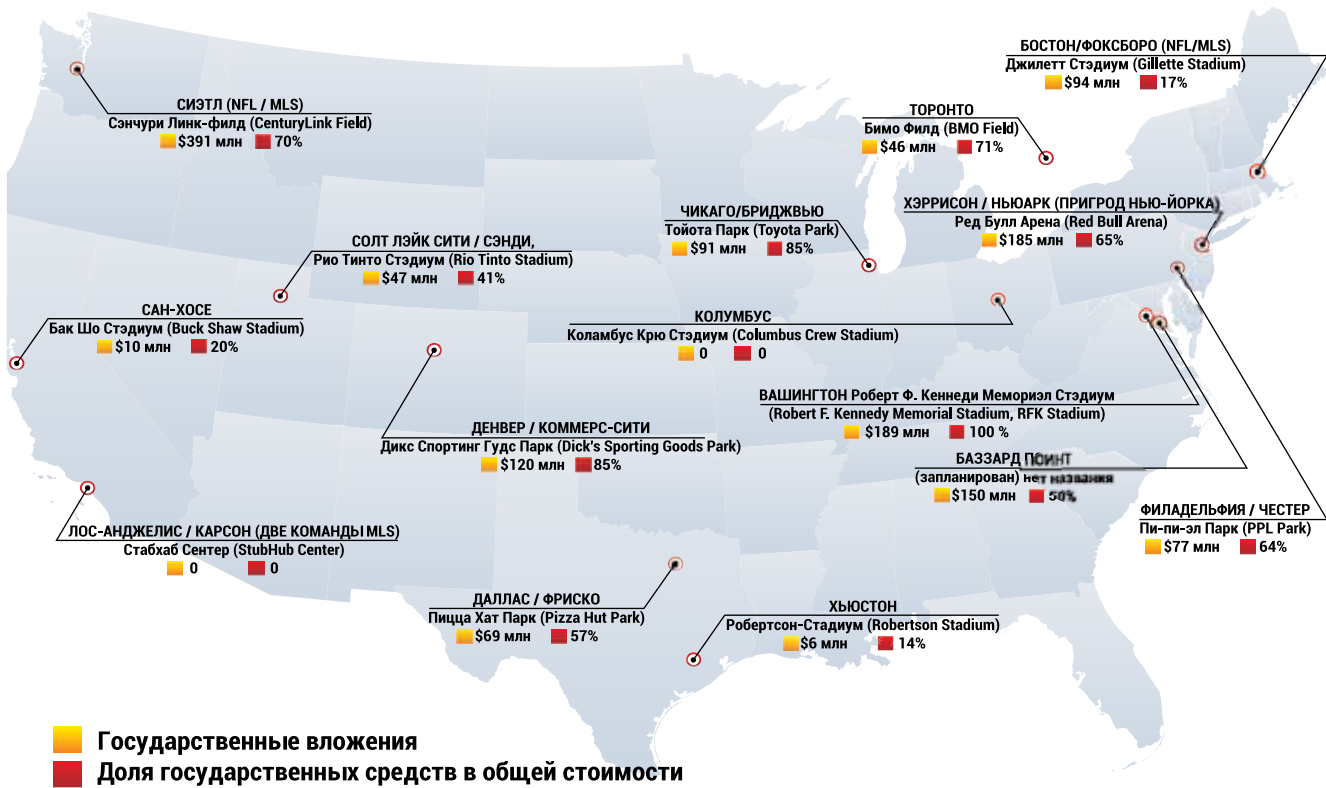


Посещаемость MLS

Клуб	Средняя посещаемость, 2014 г.	Вместимость арен	Процент заполняемости	Средняя посещаемость, 2013 г.	Изменения 2013-2014 гг., %
«Чикаго Файр» (Chicago Fire)	15,317	20,000	76.59%	15,228	+0.59
«Чивас США» (Chivas USA)	6,417	18,800	34.13%	8,366	-23.30
«Колорадо Рэпидз» (Colorado Rapids)	14,760	17,424	84.71%	15,440	-4.40
«Коламбус Крю» (Columbus Crew)	16,262	19,968	81.44%	16,080	+1.13
«Ди Си Юнайтед» (DC United)	16,239	19,467	83.42%	13,646	+19.00
ФК «Даллас» (FC Dallas)	16,786	20,500	81.88%	15,373	+9.19
«Хьюстон Динамо» (Houston Dynamo)	19,852	22,039	90.08%	19,923	-0.36
«Лос-Анджелес Гэлакси» (Los Angeles Galaxy)	20,721	27,000	76.74%	22,152	-6.46
«Монреаль Импакт» (Montreal Impact)	18,401	20,521*	89.67%	20,603	-10.69
«Нью-Ингленд Революшн» (NE Revolution)	15,342	20,000	76.71%	14,844	+3.35
«Нью-Йорк Ред Буллз» (New York Red Bulls)	18,460	25,189	73.28%	19,461	-5.15
«Филадельфия Юнион» (Philadelphia Union)	18,107	18,500	97.88%	17,867	+1.34
«Портленд Тимберс» (Portland Timbers)	20,803	20,674	100.63%	20,674	+0.63
«Реал Солт-Лейк» (Real Salt Lake)	20,259	20,213	100.23%	19,218	+5.42
«Сан-Хосе Эртквейкс» (San Jose Earthquakes)	16,308	10,525*	154.94%	12,765	+27.75
«Сиэтл Саундерс» (Seattle Sounders)	42,785	38,500*	111.13%	44,038	-2.84
«Спортинг Канзас-Сити» (Sporting Kansas City)	20,160	18,467	109.17%	19,709	+2.29
ФК «Торонто» (Toronto FC)	22,591	21,859	103.35%	18,131	+24.60
«Ванкувер Уайткэпс» (Vancouver Whitecaps)	20,907	21,000	99.56%	20,038	+4.33
Средняя посещаемость	18,948	21,087	89.86%	18,608	+1.83

В рейтинге посещаемости в сравнении с другими футбольными лигами MLS занимает восьмую строчку, уступая немецкой Бундеслиге, английской Премьер-лиге, испанской Ла Лиге, мексиканской, итальянской, голландской и французской лигам. Причем лидер рейтинга, немецкая Бундеслига, имеет показатели средней посещаемости почти в 2,5 раза превышающие аналогичные показатели MLS.

Участие штатов и муниципалитетов в строительстве стадионов для клубов МЛС



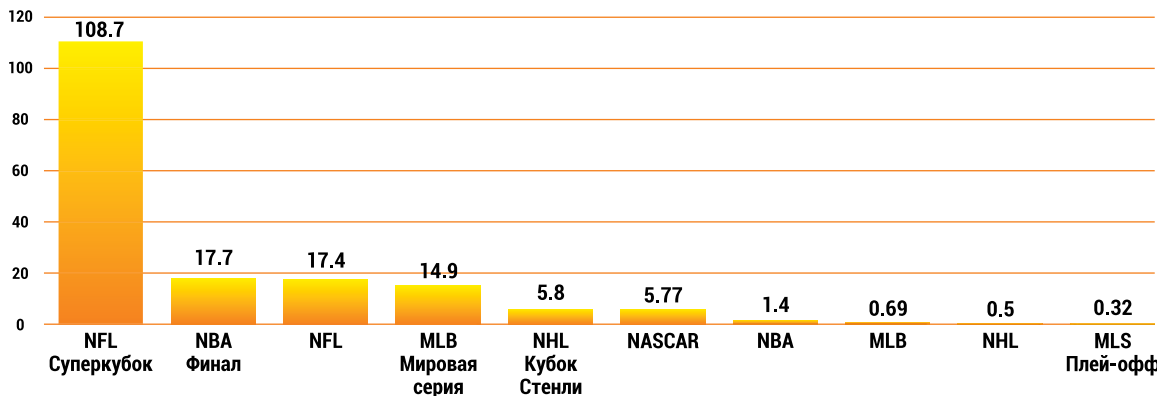
Доходы от продажи телеправ. Действующий телевизионный контракт (2007-2014)

Телесеть	Текущий контракт	Стоимость за год
ESPN	2007–2014	\$8 млн
ESPN2		
ESPN Deportes		
MP & Silva (Международное вещание)	2008-2014	\$2–10 млн
NBC	2012–2014	\$10 млн
NBCSN		
UniMás	2007–2014	\$9–10 млн
Univision	2013–2014	Будет озвучена позднее

Новый телевизионный контракт 2015-2022: ESPN, FOX Network: \$75 млн в год. Univision: \$15 млн в год

Сравнение ТВ-популярности MLS с другими профессиональными лигами США

Средняя спортивная аудитория, млн зрителей

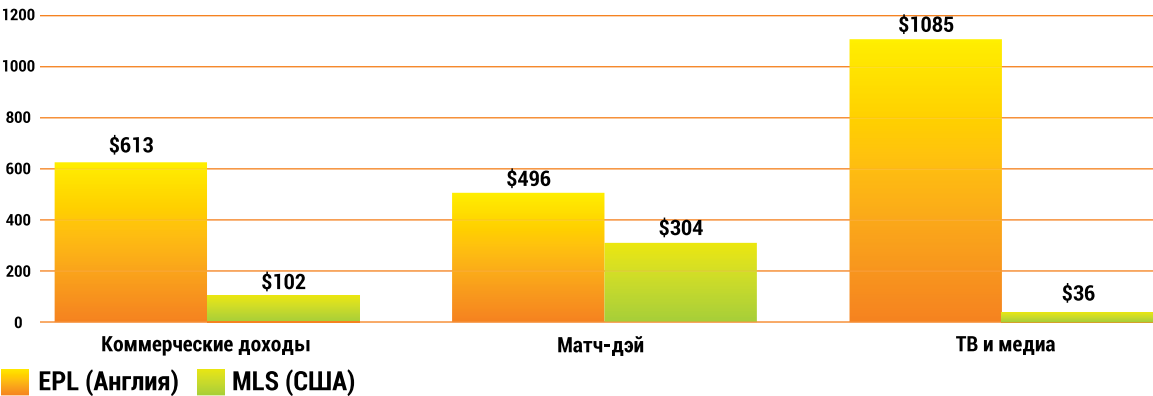


Стоимость клубов MLS

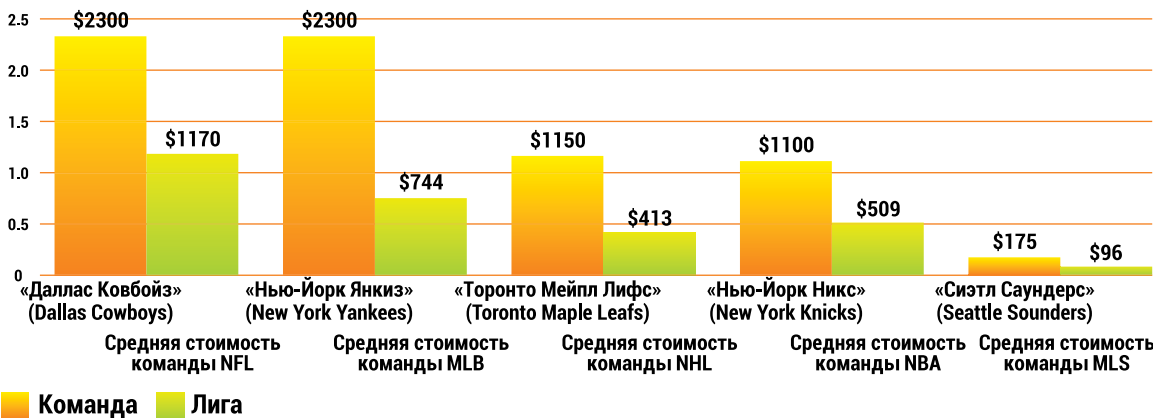
Клуб	Стоимость	Выручка	Доходы
Sounders	\$175M	\$48M	\$18.2M
Galaxy	\$170M	\$44M	\$7.8M
Timbers	\$141M	\$39.1M	\$9.4M
Dynamo	\$125M	\$32.6M	\$8.2M
Toronto FC	\$121M	\$30.9M	\$4.5M
Red Bulls	\$114M	\$28.1M	-\$6.3M
Sporting K.C.	\$108M	\$27.7M	\$5.1M
Fire	\$102M	\$24.5M	-\$3.2M
FC Dallas	\$97M	\$24.2M	\$0.6M
Impact	\$96M	\$26.2M	\$3.4M
Union	\$90M	\$21.4M	\$1.1M
Revolution	\$89M	\$17.1M	\$2.6M
Whitecaps	\$86M	\$23.0M	\$0.0M
Real Salt Lake	\$85M	\$23.0M	-\$0.1M
Rapids	\$76M	\$18.1M	-\$2.9M
Earthquakes	\$75M	\$15.0M	-\$4.5M
Crew	\$73M	\$18.6M	-\$1.6M
DC United	\$71M	\$17.7M	-\$2.8M
Chivas USA	\$64M	\$15.0M	-\$5.5M

Наиболее значимые изменения по сравнению с 2008 годом:
 > 8 клубов оценены более, чем в \$ 100 млн, в 2008 г. – лишь один
 > Средняя стоимость клуба MLS \$ 103 млн, в 2008 г. – 37 млн
 > 10 клубов получили прибыль, в 2008 – три

Сравнение доходов EPL (Англия) и MLS (США)



Разница между максимальной и средней стоимостью команд американских спортивных лиг (2013 г.), млн долларов



Источники статистической информации: Forbes, Statista, Deloitte



Илья СОЛНЦЕВ,
 директор Центра стратегических исследований в области спорта РЭУ им. Г.В. Плеханова, к.э.н

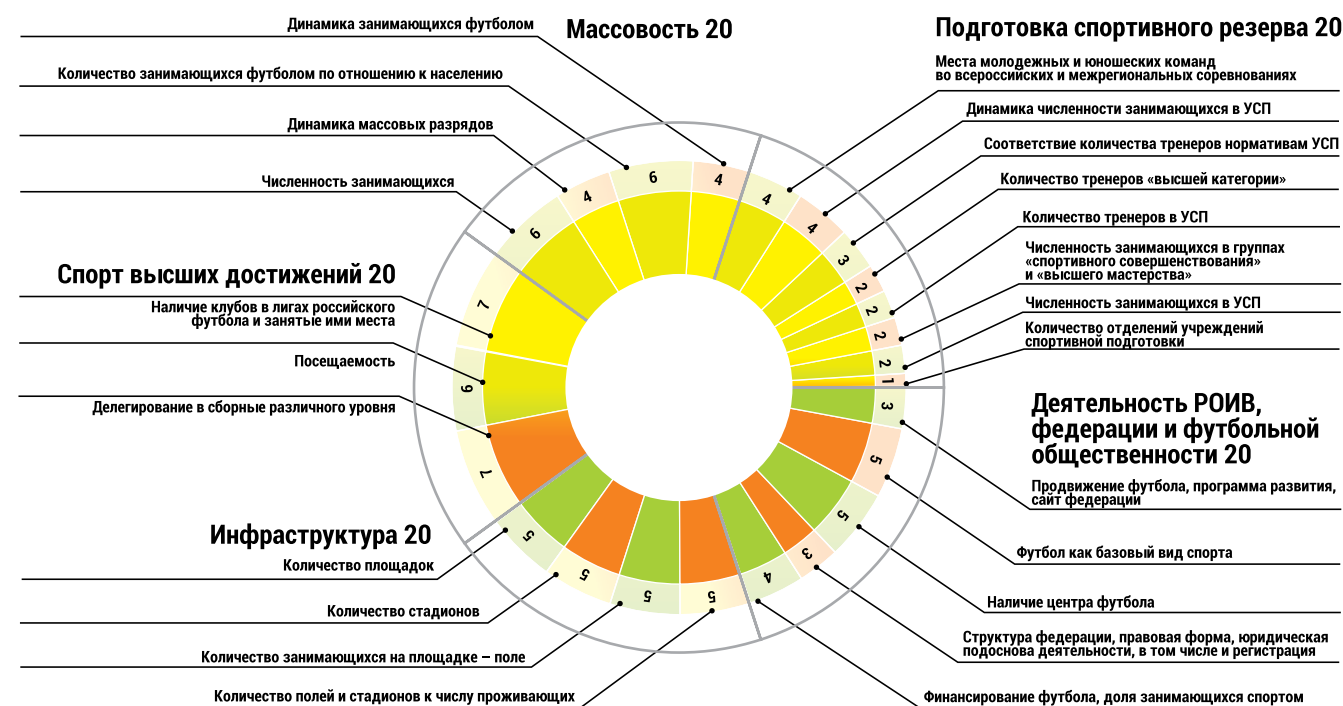
Применение рейтингов в управлении футболом

До домашнего Чемпионата мира по футболу остается совсем немного времени: за 3,5 года необходимо достроить всю заявленную инфраструктуру и, что не менее важно, подготовить национальную сборную к достойному выступлению на этом турнире. Все эти вопросы активно обсуждаются в самых разных кругах, градус дискуссий с каждым днем повышается, при этом конструктивных предложений на фоне общей критики совсем немного.

Между тем управление отечественной индустрией футбола — задача крайне амбициозная. Можно сослаться на успешный опыт других стран, использовать лучшие практики, однако ни одну из них нельзя в чистом виде использовать в стране с населением в 144 млн человек, с температурой в январе от +6 до -50 и площадью 17 млн км2. Если говорить об управлении футболом в России, то решаться эта задача должна от Калининграда до Владивостока на расстоянии в почти 10 000 км. При этом речь идет не только о главной сборной страны, но и о развитии детско-юношеского футбола,

футзала, женских сборных команд, футбола инвалидов. Внимания требуют вопросы медицинского обеспечения и подготовки кадров для футбольной индустрии. Для упорядочения всех процессов в футбольном хозяйстве весной этого года была принята Стратегия развития футбола в Российской Федерации до 2020 года, в которой подробно рассмотрены основные направления и цели стратегического развития, а также предложены инстру-

Рейтинговые факторы для оценки уровня развития футбола в регионах РФ



менты ее реализации. Одним из таких инструментов является создание независимого футбольного рейтингового агентства.

Рейтинги уже давно используются в самых разных областях. В данном случае речь идет об их использовании в оценке эффективности деятельности отдельных субъектов футбола: региональных федераций, центров подготовки футболистов для сборных команд, футбольных клубов. С точки зрения развития футбола на всей территории нашей страны наибольший интерес представляет оценка региональных федераций, которые в настоящий момент созданы в 81 субъекте РФ. По-другому этот рейтинг может быть назван как оценка регионального уровня развития футбола. Сама система рейтинговой оценки выглядит очень просто:

- > Определение ключевых рейтинговых факторов (количественных и качественных), которые отражают эффективность деятельности.
- > Распределение этих факторов по группам.
- > Присвоение веса каждой группе в целом и каждому фактору в отдельности.
- > Добавление факторов поддержки и стресс-факторов, соответственно увеличивающих и уменьшающих итоговый рейтинг.
- > Расчет баллов и присвоение итогового рейтинга.

Например, для оценки уровня развития футбола в регионах РФ можно использовать 5 групп факторов, которые представлены на диаграмме выше. Каждой группе факторов выделяется по 20 баллов из 100, при этом наиболее сложный вопрос – определение веса каждого критерия. В данном случае применялись экспертные оценки по результатам консультаций с представителями Российского футбольного союза и самих региональных федераций.

В качестве стресс-факторов и факторов поддержки могут использоваться:

- > инциденты на футбольных стадионах;
- > подозрения в проведении договорных матчей;
- > коррупционные скандалы;
- > поддержка инвалидов и детей-сирот;
- > эффективная работа со спонсорами;
- > суровые климатические условия.

Таким образом, подобная система оценки должна охватывать все направления деятельности региональных федераций футбола и характеризовать футбольное хозяйство региона.

Сейчас система управления футболом обладает лишь дискретными механизмами оценки деятельности субъектов футбола, привязанными к процедурам лицензирования и финансового контроля. Причем наибольшее значение в оценке планируется уделить динамике изменения показателей: для регионов, демонстрирующих впечатляющие темпы роста и определенные успехи, могут быть предусмотрены дополнительные факторы поддержки. Цель рейтингов – стимулировать развитие футбола по всем направлениям, а не наказывать регионы, и так испытывающие определенные сложности.

Важным вопросом в формировании любого рейтинга является выбор источников исходной информации, загружаемой в модель. Официальная статистика,



к сожалению, не всегда дает представление о реальном положении дел. Более объективная информация может быть получена у самих объектов оценки, например, при помощи специальных анкет-опросников. При этом подобный подход потребует дополнительных усилий, в том числе на контроль соответствия заявленных показателей фактическим данным.

Для внедрения и применения рейтинговой системы оценки понадобится создание специализированной структуры, контролирующей все процессы, а именно независимого футбольного рейтингового агентства. Функциями этой организации станут:

- > Разработка методики присвоения рейтингов.
- > Автоматизация процесса присвоения рейтингов.
- > Сбор, анализ и обобщение исходной информации, необходимой для рейтингования.
- > Проведение совещаний и конференций по вопросам реализации системы.
- > Консультации заинтересованных организаций по вопросам участия в системе рейтингования и улучшения ключевых показателей.
- > Предоставление необходимой информации заинтересованным структурам: спонсорам и партнерам FIFA, органам государственной власти, ответственным за развитие футбола в стране.
- > Поддержание системы рейтингования в актуальном состоянии.

Создание специализированного футбольного рейтингового агентства будет способствовать непрерывному контролю за деятельностью субъектов футбола, обеспечивая достоверной и своевременной информацией лиц, принимающих стратегические решения в российском футболе. Появится возможность отслеживать ход реализации программ развития футбола, основных показателей Стратегии «Футбол 2020». Что касается мотивации самих региональных федераций, то результаты рейтинговой оценки будут использоваться, в том числе и при распределении финансирования.

Кроме того рейтинги позволят выявить лидеров по отдельным направлениям оценки, а, значит, у регионов появится возможность для бенчмаркинга и использования лучших практик в своей работе. Таким образом, система рейтингов позволит:

- > автоматизировано собирать, обрабатывать и анализировать информацию, необходимую для оценки уровня развития футбола;
- > проводить оценку работы региональных федераций и формировать их публичную отчетность;
- > формировать открытую систему взаимодействия с заинтересованными сторонами (спонсорами, партнерами, органами государственной власти);
- > разрабатывать, реализовывать и оценивать исполнение программ развития футбола и совершенствовать деятельность региональных федераций;
- > оценивать эффективность использования материально-технической базы;
- > сравнивать региональные аспекты развития футбола;
- > оценивать работу тренеров и иных специалистов;
- > более обосновано распределять финансирование;
- > осуществлять мониторинг развития футбола.

В конечном итоге все это позволит вывести отечественный футбол на новый уровень развития и достичь требуемых спортивных результатов по всем разновидностям футбола. [✉](#)

Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» в действии

01

Министр спорта Российской Федерации Виталий Мутко и губернатор Алтайского края Александр Карлин подписали в Москве соглашение о сотрудничестве в области физической культуры и спорта.

На встрече также обсуждались промежуточные итоги реализации в регионе Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» и Подпрограммы «Развитие футбола в РФ на 2008–2015 годы». За последние несколько лет в регионе на их реализацию потрачено около 2 млрд рублей, в том числе 258 млн из федерального бюджета.

02

В Чувашии подвели итоги выполнения в 2014 году инвестиционных программ, реализуемых в республике совместно с Министерством спорта России, включая Федеральную целевую программу «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

Всего на возведение и реконструкцию спортивных сооружений Чувашия из федерального бюджета получила свыше 423 млн рублей, более 226 млн вложила сама республика.

03

Губернатор Курской области Александр Михайлов на церемонии открытия ФОКа в поселке Касторное, построенного в рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» отметил:

«Совместная работа с Министерством спорта, «Газпромом» и партией «Единая Россия» позволила открыть в регионе за последние пять лет свыше 120 спортивных объектов. Это позволило улучшить показатели вовлеченности населения области в занятия физической культурой и спортом с 17 до 30 процентов».

04

Министр спорта Российской Федерации Виталий Мутко и глава Республики Чувашия Михаил Игнатьев открыли в Новочебоксарске крытый манеж для конноспортивного центра.

Часть средств на реализацию этого проекта поступала в рамках Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы». В целом, начиная с прошлого года, в Чувашии ведется строительство и реконструкция 15 спортивных объектов.

05

Представители Оргкомитета по подготовке к проведению в Чебоксарах в июне 2015 года командного чемпионата Европы по легкой атлетике отчитались перед руководством Европейской легкоатлетической ассоциации (ЕАА) о проделанной работе по таким направлениям как спортивная инфраструктура, транспорт, гостиницы. Министр спорта республики Сергей Мельников заверил:

«Подготовка к командному чемпионату Европы по легкой атлетике идет в соответствии с графиком, никаких проблем не возникает. В конце прошлого года мы впервые удостоились Национальной премии в области физической культуры и спорта в номинации «Спортивный регион», а по итогам 2012 года республика заняла второе место во Всероссийском конкурсе на лучшую организацию физкультурно-спортивной работы среди региона страны». За время существования Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» в Чувашии было построено и реконструировано более 50 спортивных объектов.

06

Министр спорта Российской Федерации Виталий Мутко и губернатор Саратовской области Валерий Радаев на рабочей встрече в Москве договорились о сотрудничестве в области физкультуры и спорта, а также обсудили вопросы развития в регионе спортивной инфраструктуры.

«Очень доволен тем, как прошла сегодняшняя встреча, — заявил Радаев — Мы обсудили предварительные итоги реализации в Саратовской области Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы». Документ, который мы подписали, позволит нам более активно вести работу по развитию в регионе физической культуры и спорта. Что касается спорта высших достижений, на сегодняшний день 230 спортсменов Саратовской области входят в различные сборные страны, а наши команды по футболу, волейболу, баскетболу и гандболу выступают на высоком уровне. Эти позиции нам надо отстоять и двигаться вперед».

07

Пять спортивных объектов Карелии в следующем году смогут рассчитывать на софинансирование из федерального бюджета в рамках Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

Общая сумма строительства пяти спортивных объектов составит более 200 млн рублей. В этом году Карелия получила из федерального бюджета свыше 83 млн рублей на строительство ледового дворца и плавательного бассейна, а также на реконструкцию бассейна.

08

В городе Александровске Пермского края открыли ледовый каток, получивший название «Алекс-Арена».

На базе нового катка будут созданы секции хоккея и фигурного катания. Общая стоимость спортивного объекта составила 125 млн рублей, часть из них была получена по Федеральной целевой программе «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

10

В 2015 году Грозный примет Кубок Президента РФ по тяжелой атлетике, заявил министр Чечни по физической культуре и спорту Хасмагомед Хизриев.

«Недавно в республике завершились чемпионат России по тяжелой атлетике и спортивно-культурный фестиваль «Кавказские игры», — напомнил Хизриев. — Кроме того, в республике строится много спортивных объектов в рамках Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы». Мы ощущаем большую поддержку со стороны Виталия Мутко и благодарны ему за это». В общей сложности из федерального бюджета на спортивное строительство в Чеченской Республике поступило более 4 млрд рублей.

09

11 медалей, в том числе 5 золотых, принесли в копилку сборной России в августе спортсмены Алтайского края.

«Эти успехи возникли не на пустом месте, — рассказал начальник управления Алтайского края по физической культуре и спорту Владимир Альт — В регионе большое внимание уделяется развитию инфраструктуры для спорта высших достижений. За последние четыре года построено либо реконструировано 30 наиболее важных спортивных объектов, в том числе 12 — в рамках Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

Общий объем финансирования за этот период составил около двух млрд рублей, из них около 500 млн — средства федерального бюджета. С нынешнего года в Алтайском крае уже не 9, а 16 базовых олимпийских видов спорт. Растёт и количество физкультурно-оздоровительных клубов по месту жительства. Сегодня в них занимаются 65572 детей и подростков, что в 3,5 раза больше, чем в 2010 году. В целом, количество населения, систематически занимающегося физкультурой и спортом в Алтайском крае, увеличилось в полтора раза — с 18,2% до 27,5%».

11

Председатель комитета по физической культуре и спорту правительства Пензенской области Артур Пантелеев рассказал о предстоящем в конце ноября открытии Дворца единоборств в столице региона, а также отметил, что город уже доказал готовность принять турниры любого уровня:

«Открытие Дворца единоборств позволит проводить в Пензе соревнования по дзюдо, греко-римской и вольной борьбе, боксу, тхэквондо и тяжелой атлетике. Все зависит от российских федераций по видам спорта — мы ждем от них предложений». Дворец единоборств станет уже 19-м объектом, построенным в регионе при поддержке Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

12

На Дону появится спортивный кластер. Работа по развитию инфраструктуры гребного канала «Дон» началась еще в 2006 году при поддержке Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

«Дон» уже много лет является местом проведения всероссийских соревнований — таких, например, как «Донская регата», а также тренировочной базой сборных команд России по академической гребле и гребле на байдарках и каноэ. В будущем он станет частью большого спортивного кластера в левобережной части города. Спортивный кластер Ростова-на-Дону объединит 11 олимпийских дисциплин: академическую греблю, греблю на байдарках и каноэ, пляжный волейбол, футбол, гандбол, баскетбол, волейбол, большого теннис, BMX, маунтинбайк и конный спорт.

13

Основной этап подготовки к предстоящему сезону женская сборная России по лыжным гонкам проведет в Якутии на базе в Алдане, которая была построена при поддержке Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

«В Алдане мы наверстаем пробелы в лыжной подготовке, которые накопились за лето. Природные условия этого региона позволяют в октябре гарантированно стоять на лыжах. Местные рассказывали, что в этом году катались в Алдане уже в конце сентября. К тому же, следующие Олимпийские игры пройдут на Востоке, в корейском Пьончанге, и нам необходимо уже сейчас обкатывать подготовку в том климатическом и часовом поясе, чтобы через четыре года не было никаких неожиданностей», — рассказал тренер Данил Акимов.

14

Министр спорта Российской Федерации Виталий Мутко на заседании Совета при президенте РФ по развитию физической культуры и спорта рассказал, сколько средств вложено в спорт за последние годы.

Ключевая роль в создании спортивной инфраструктуры отводится Федеральной целевой программе «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы». «С 2006 года только из федерального бюджета по различным программам мы вложили в инфраструктуру спорта без учета инвестиций в Сочи 156 млрд плюс еще 137 млрд рублей вложили субъекты Российской Федерации», — сказал Мутко.

15

Карелию с рабочим визитом посетил президент Всероссийской федерации плавания, четырехкратный олимпийский чемпион Владимир Сальников.

Он обсудил с главой республики Александром Худилайненем развитие в регионе инфраструктуры для спортивного плавания, а также осмотрел бассейн в Петрозаводске, построенный в этом году в рамках Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

16

Министр спорта Российской Федерации Виталий Мутко провел в Москве рабочую встречу с губернатором Пермского края Виктором Басаргиным, с которым обсудил развитие спортивной инфраструктуры региона.

Басаргин проинформировал министра, как в Пермском крае реализуется Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы»: «В этом году мы введем около 10 простейших плоскостных сооружений. В будущем на условиях софинансирования планируем построить в различных муниципалитетах еще 12 недорогих спортивных объектов».

17

Согласно договоренности, достигнутой министерством спорта Омской области и местной федерацией бадминтона, олимпийский велотрек будут использовать и мастера ракетки и волана.

В середине чаши трека расположатся бадминтонные корты, на которых будут проходить как тренировки, так и соревнования. Напомним, что омский велотрек, торжественно открытый министром спорта Российской Федерации Виталием Мутко, вместе с центрами единоборств и художественной гимнастики входит в состав Олимпийского центра, построенного в рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

18

Центр развития массового спорта совместно с министерством по делам молодежи и спорта Архангельской области с сентября начал реализацию социальной программы на базе Центра развития спорта «Норд Арена» в столице региона — льготного посещения комплекса для соответствующих категорий населения.

Этот объект был построен в Архангельске в рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» и стал базой для двух областных центров: развития адаптивного спорта и игровых видов спорта. Помимо «Норд Арены» в Архангельскую область поступали средства из федерального бюджета на строительство двух ФОКов, спортивного центра в Архангельске, лыжероллерной трассы с искусственным освещением в Устьянском районе.

19

Министр спорта Российской Федерации Виталий Мутко посетил с рабочим визитом Ленинградскую область, которая в 2015 году получит около 400 миллионов рублей из федерального бюджета на спортивное строительство.

Министр вместе с губернатором Александром Дрозденко посетили и строительную площадку ледовой арены «Олимп» в Кингисеппе, которая возводится при поддержке Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы». «В Ленинградской области ведется интенсивное строительство спортивных объектов, — отметил Мутко. — Можно говорить о совместной слаженной работе с региональным правительством. Только за 2013–14 годы за счет софинансирования из федерального бюджета в области начато строительство шести больших спортивных комплексов. В этот же период регион за счет собственных средств строит еще 13 объектов».

20

Министр спорта Российской Федерации Виталий Мутко и глава Республики Мордовия Владимир Волков приняли участие в открытии третьей очереди Центра олимпийской подготовки по спортивной ходьбе имени Виктора Чегина в Саранске, построенного в рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы».

«Убеден: ваш центр уже давно перерос региональный статус и должен стать федеральным. Мордовия, хоть и небольшая республика по численности населения, но она уже давно стала точкой роста российского спорта», — отметил Мутко.

По традиции мы освещаем прошедшие ключевые мероприятия, на которых GR sport выступил в роли информационного партнера



Конференция PROSPORT

23 октября в Москве прошла третья Международная профессиональная спортивная Конференция PROSPORT, собравшая менеджеров спортивной индустрии России и мира. Состав спикеров этого года был по-настоящему звездным: конференцию посетил легенда мирового футбола, Франц Беккенбауэр, представители ФК «Челси», ФК «Барселона», баскетбольной Евролиги, Sky Sport News, Формулы-1 и другие.

Накануне конференции, 22 октября, прошло вручение премии PROsport Awards за лучшие решения в сфере спортивного маркетинга и менеджмента. Свои награды за 1 место получили ФК «Зенит», SpecialOne Agency, ХК «Авангард», Mercedes Benz Russia, Moscow city racing, студия KEFIRМОЛОКО, МегаФон, Sport Media Group, OBI, ФК «Краснодар», AXIS и Леонид Федун, как «Человек года». Премия станет ежегодной, как и конференция.

XXI Московский международный Лыжный салон — Ski Build Expo инжиниринг и Международный инвестиционный горнолыжный бизнес форум / Resorts International Business Forum

Лыжный салон — это самая популярная и крупная выставка в России, посвященная туризму, строительству горнолыжных курортов и активным видам спорта. Программа Международного инвестиционного горнолыжного бизнес-форума, состоявшегося 23-24 октября в рамках Салона, была посвящена обсуждению перспектив развития туристической инфраструктуры в Российской Федерации, привлечению внимания инвестиционных структур к презентациям горнолыжных проектов в России. Диалог инвесторов с проектами содействует в будущем развитию внутреннего туризма в регионах, увеличению туристического потока и увеличению рабочих мест в регионах за счет создания социально-значимых туристических проектов.



Международный форум «Индустрия гостеприимства и туризма. Опыт организаторов мировых спортивных турниров»



Форум, инициированный Министерством целевых программ Республики Мордовия, прошел 17-19 сентября в Саранске при поддержке Главы Республики Мордовия и Федерального агентства по туризму РФ. На мероприятии обсуждались актуальные вопросы наследия, формирования привлекательного и узнаваемого имиджа городов-хозяев в России и за рубежом, роль и организация работы с населением. В рамках форума состоялось закрытое совещание Министерства спорта Российской Федерации и Федерального агентства по туризму, собравшее всех должностных лиц городов-организаторов ЧМ-2018, которые ответственны за подготовку к мероприятию.

Экспертами Форума выступили представители государственных, общественных и коммерческих организаций из России, Франции, Италии, Германии, Польши, Испании, ЮАР, Бразилии. Они поделились своим опытом в подготовке и проведении масштабных спортивных мероприятий международного масштаба.

Организаторы Форума: Федеральное агентство по туризму РФ, Министерство целевых программ Республики Мордовия, Министерство культуры и туризма Республики Мордовия, АНО «Дирекция города-организатора Саранска по подготовке и проведению Чемпионата мира по футболу 2018», а также международный партнер французская компания IB2C France SAS.

4-й международный саммит «Строительство и дизайн стадионов и спортивных сооружений в России и СНГ»

В этом году саммит состоялся в Сочи 13-15 октября. Ранее он проходил в таких городах как: Берлин (Германия), Варшава (Польша) и Киев (Украина). Программа этого года включала такие темы как:

Многофункциональные стадионы: Концепция возможностей спортивных сооружений для привлечения, желаемых возвратов на инвестиции? Как подготовить его к всевозможным мероприятиям?

Организация международных событий: как директор стадиона может повлиять на его рентабельность в сотрудничестве с региональными органами власти?

Управление стадионом: анализ туризма и понимание сезонных колебаний, для улучшения маркетинга и продвижения стадиона.

Наследие — как подготовиться к будущему? Полный гид по стро-

ительству и дизайну долгосрочных спортивных сооружений.

Управление ожиданиями фанатов и зрителей — европейская практика и её применение в России.

Развитие инфраструктуры — как правильно расставить маркетинговые ходы?

Привлечение инвестиций и финансов для строительства и эксплуатации спортивного сооружения.

Заседание Дискуссионного клуба РЭУ им. Г.В. Плеханова на тему «Экономический эффект от проведения Чемпионата мира по футболу: опыт Бразилии и будущее России»

В дискуссии приняли участие Президент РФС Николай Толстых, генеральный директор Оргкомитета «Россия – 2018» Алексей Сорокин, председатель комитета Государственной Думы РФ по физической культуре,

спорту и делам молодежи — Игорь Ананских, генеральный секретарь РФС, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга спортивной индустрии РЭУ им. Г.В. Плеханова Анатолий Воробьев.



IV Международный туристический форум «Visit Russia»

30-31 октября прошел IV Международный туристический форум «Visit Russia», организованный агентством по туризму Ярославской области. В форуме приняли участие более 500 экспертов и специалистов в сфере туризма и культуры, представители органов власти, средств массовой информации, общественных организаций и объединений из 29 регионов России и ряда европейских государств. Главной темой форума стало развитие событийного туризма как инструмента продвижения территорий

Приглашенные российские и зарубежные эксперты особое внимание уделили роли мегасобытий в устойчивом развитии турбизнеса, вопросам организации и проведения мероприятий и их влиянию на развитие инвестиционного потенциала региона, в том числе с использованием новейших IT-технологий, необходимости эффективного продвижения и работе со спонсорами.

В рамках деловой программы форума было подписано несколько партнерских соглашений. В частности, Мини-

стерство курортов и туризма Республики Крым и агентство по туризму Ярославской области подписали протокол о сотрудничестве в сфере туризма. Состоялось подписание трехстороннего соглашения о сотрудничестве между Ассоциацией музеев Амстердама, Ростовским Кремлем и некоммерческим партнерством «Золотое кольцо». Музыкальный фестиваль «Добро-

Губернатор Ярославской области С.Н. Ястребов:

«Развитие туризма является одним из ключевых приоритетов стратегического развития Ярославской области. В настоящее время мы формируем региональный туристический кластер, что позволит скоординировать деятельность множества субъектов туристской деятельности, активизировать работу сети сервисных услуг, содействовать развитию гостиничной, досуговой и транспортной инфраструктуры. Наш календарь событийного туризма необычайно широк и разнообразен. Недавно в Ярославле прошел Первый беговой полумарафон «Золотое кольцо». В нем приняли участие свыше 4000 человек со всей страны. Я уверен, что он прочно войдет в ряд знаковых событий на Ярославской земле».



Заместитель губернатора Ярославской области В.Г. Костин:

«Событие, правильно организованное и ориентированное на целевую аудиторию, всегда привлекает в регион гостей. Но событийный туризм — это еще и формирование инвестиционной привлекательности территории. Я могу рассказать несколько историй, когда потенциальные инвесторы, приехавшие к нам в качестве туристов, ощутив энергетику, высокий уровень подготовки и проведения крупных мероприятий, профессионализм команды, приходили и говорили — мы хотим у вас в регионе работать. Потому что мы понимаем, что если вы сделали такое, то и во всем остальном у вас на территории все хорошо. Все, что связано с событийным туризмом — это новая веха формирования турпотока в РФ.»



фест» подписал соглашение о сотрудничестве с несколькими туристическими компаниями.

Наиболее интересной по отзывам многочисленных участников Форума стала кейс-сессия «Экономика событий». Здесь организаторы со всей России обсуждали проблемные вопросы: финансирование событийных проектов со стороны государства, работа со спонсорами, технология выживания и продвижения коммерческих частных событий, PR и маркетинг событийных проектов в регионах.

Во второй день форума «Visit Russia» состоялся региональный конкурс III Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» в Центральном федеральном округе.

На участие в конкурсе было подано 84 заявки из 15 регионов ЦФО. В Ярославле были представлены лучшие 49 проектов, прошедших заочную экспертную оценку. Все они были разбиты на 10 конкурсных номинаций, от проектов, направленных на популяризацию исторического наследия и культуры, народных традиций и промыслов до гастрономического и спортивного туризма.

«Регионы Центральной России обладают огромным историческим, культурным и творческим потенциалом. Особенно приятно, что стали появляться по-настоящему сильные и интересные событийные проекты не только из раскрученных туристических центров и регионов, но и из маленьких городков и районов. Это значит, что событийный туризм действительно может стать локомотивом для развития территорий» — поделился своими впечатлениями председатель Попечительского совета Премии Геннадий Шаталов.

В этом году лучшим проектом в области спорта стал Ярославский беговой полумарафон, годом ранее первую премию получил Деминский лыжный марафон WORLDLOPPET, который также проводится в Ярославской области.

Кроме того, экспертным советом Премии было принято решение дополнительно рекомендовать для участия в финальном мероприятии еще 10 проектов. Финал «Russian Event Awards» пройдет 3-4 декабря 2014 года в Кирове.

Видеоматериалы выступлений участников Форума доступны на официальном сайте <http://visitrussia-yaroslavl.ru/>. Производство компании RED PRODUCTION.



Евгения Мальцева, заместитель директора компании «СпонсорБюро»:

«Вопрос спонсорства событий и, в частности, спортивных проектов, на Форуме был одним из главных. Все больше событий появляется в регионах. Все острее становится вопрос дополнительного финансирования. Сложность взаимоотношений организаторов и спонсоров заключается во многом в отсутствии качественной коммуникации. Задача нашей компании — выстраивание этого диалога. Чтобы в итоге спонсорство становилось эффективным для обеих сторон — и для организаторов, и для спонсоров. У нас работает профессиональная команда, которая имеет опыт организации международных событий, в том числе спортивных, и большой опыт работы со спонсорами. Важно, что именно на Форуме мы вновь представляем новое решение для рынка спонсорства в России».



Форум Сочи–2014

цифры и факты

- > Всего на Форуме зарегистрировалось 9 700 человек, в том числе 265 иностранных участников и 1 223 журналиста.
- > Участниками Форума стали Председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев, заместители председателя Правительства РФ Дмитрий Козак, Ольга Голодец, Аркадий Дворкович, Александр Хлопонин, 13 федеральных министров.
- > На Форуме были представлены 265 иностранцев из 47 стран. Самые многочисленные делегации из Китая (28), Германии (28), Турции, Франции, Швейцарии, Японии. Также на Форуме были представлены 14 дипломатических представительств и консульств зарубежных государств. Участвовали 79 субъектов Российской Федерации, 63 из которых возглавили руководители регионов.
- > Форум посетили правительственные делегации во главе с Исполняющим обязанности Президента Республики Абхазия Валерием Бганба, Вице-премьером Республики Беларусь Анатолием Калининым, а также Заместитель министра экономики Республики Армения Ти-гран Арутюнян и Заместитель министра юстиции Казахстана Зауреш Баймолдина.
- > Общая площадь выставочных залов Форума составила более 10000 кв.м. Экспозиция разместилась на территории Главного медиацентра («Сочи Экспоцентр»).
- > Основным мероприятием Форума стало пленарное заседание «Россия между Европой и Азией: новая региональная политика в современных условиях» с участием Председателя Правительства РФ Дмитрия Медведева. При его участии прошла также панельная дискуссия «Защита прав предпринимателей. Диалог бизнеса и правительства», панельная дискуссия «Инвестиционный климат в регионах: как обеспечить политику развития в условиях ограниченных ресурсов?» и панельная дискуссия «Сделано в России: от корпоративных брендов к имиджу страны».
- > Всего в рамках деловой программы Форума состоялось 6 круглых столов, 24 панельных дискуссий, деловой завтрак Сбербанка России «Сбалансированность бюджета или ускорение роста:



- время выбирать?», 4 мастер-класса, 2 check-up мероприятия, а также брифинг и семинар.
- > За период 19-20 сентября регионами и компаниями было подписано 88 соглашений на общую сумму около 250 млрд. руб.
- > Краснодарский край на международном форуме «Сочи-2014» заключил 310 соглашений на общую сумму свыше 353 млрд. рублей.
- > 18 сентября состоялся прием от имени организационного комитета Форума в конгресс-центре гостиницы «Radisson BLU». В концертной программе выступление творческие коллективы Краснодарского края: биг-бэнд им. Г.Гарянина, квартет «Адажио», ансамбль «Скрыня», квинтет «Гильце», хор Краснодарского края.
- > 19 сентября губернатор Краснодарского края Александр Ткачев и президент Международной Шахматной Федерации (FIDE) Кирсан Илюмжинов подписали соглашение о создании «Центра спортивной подготовки по шахматам имени Владимира Крамника».
- > Во время Форума в рамках культурной программы состоялся вечерний концерт для участников Форума, гостей и жителей города Сочи, где выступили Краснодарский Кубанский казачий хор, звезда российской эстрады Юлия Паршута и легендарный британский артист Крис Ри.
- > В рамках программы спортивных мероприятий 18-21 сентября на льду Малой ледовой арены для хоккея «Шайба» проходили матчи хоккейного турнира среди команд третьей





смены Всероссийского детского спортивно-оздоровительного центра. В соревнованиях приняли участие 6 команд юношей 1999-2001 г.р. и 2002-2004 г.р.

- > Женская спортивная сборная команда России по керлингу и женская юниорская команда России проводили тренировочные мероприятия в рамках подготовки к сезону под руководством нового тренера — Роджера Шмидта на ледовой арене для керлинга «Ледяной куб»
- > Также для участников Форума на Тренировочной ледовой арене для хоккея было организовано свободное катание на коньках под руководством опытных инструкторов.
- > 20-21 сентября во Дворце спорта «Большой» проводились краевые соревнования по хоккею. В соревнованиях принимали участие около 15 команд из муниципальных образований Краснодарского края и субъектов РФ. Также 20-21 сентября прошли открытые краевые соревнования по фигурному катанию на коньках среди юношей и девушек 2004 г.р. и старше.
- > 20 сентября на ледовой арене для хоккея «Шайба» состоялся товарищеский матч по хоккею, в котором приняли участие звёзды мирового и российского хоккея Данис Зарипов, Вячеслав Буцаев, Сергей Гимаев, Алексей Яшин, Василий Кошечкин, тренер — Майк Кинен, а также представители политических и деловых кругов Российской Федерации, такие как: Аркадий Дворкович, Михаил Абызов, Антон Дроздов, Сергей Недорослев и другие.



- > 20 сентября состоялось официальное открытие трассы «Сочи Автодром». Гостей церемонии приветствовал глава Краснодарского края Александр Ткачев и официальный консультант «Формулы Сочи» Ричард Крейган. Открывая трассу, глава администрации (губернатор) Краснодарского края Александр Ткачев совместно с Ричардом Крейганом перерезали ленточку. В завершении церемонии Александр Ткачев проехал за рулем спорткара по трассе будущей Формулы. Штурманом главы региона выступил российский автогонщик Виталий Петров.

- > 20 сентября состоялось официальное открытие Центра для фигурного катания имени Т.Волосажар и М.Транькова. После открытия в показательных тренировках приняли участие олимпийские чемпионы и талантливые российские фигуристы — подопечные заслуженного тренера России Нины Михайловны Мозер.

- > 19-20 сентября состоялся детско-юношеский шахматный турнир среди стипендиатов Всероссийского фонда «Талант преодоления», победителей Всероссийских олимпиад — «Звезда» — Таланты на службе обороны и безопасности». Призовой фонд турнира составил 1,5 млн.руб. и был сформирован с целью помочь участникам турнира в финансировании дальнейшей учебы, поощрении научно-исследовательской деятельности и при необходимости в лечении. Первый игровой день Д.А. Медведев посетил шахматный турнир и вручил грамоту самому юному участнику соревнований.

- > В рамках Международного инвестиционного форума «Сочи 2014» прошло открытие региональной Академии тенниса, созданной на базе ККЦ «Адлер-Арена». В новом центре создадут 24 корта — 9 внутри и 5 снаружи, в нем будут работать лучшие тренеры со всего Краснодарского края, тренироваться члены российской сборной, а также проходить турниры различного уровня.



**ЛИГА
ЧЕМПИОНОВ
БИЗНЕСА**

**САМЫЙ
МАССОВЫЙ
ЧЕМПИОНАТ
В МИРЕ!**



+7 495 500-31-35

РУСПОРТИНГ



Лидеры футбольного бизнеса в России



13 Ноября 2014

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР:



INTERNATIONAL CENTRE
FOR SPORT SECURITY

The Moscow Times

БОЛЬШОЙ
СПОРТ

СпортБизнесКонсалтинг
SBC
SportBusinessConsulting

SportsFacilities
сооружения и индустрия спорта

HOSTCITY

GR Sport

SPORTBOX

INSIDE
WORLD FOOTBALL

RT

r.sport
спорт
организмизация
оператор

ЧЕМПИОНАТ

fcbusiness

SportB2B

THE RITZ-CARLTON MOSCOW
+7 495 995 07 41
INFO@EVENTICA.CO.UK
WORLDFOOTBALLFORUM.ORG

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

adidas

pwc

ОРГАНИЗАТОР:

eventica
sport