

Александр Жуков:

#ГодПослеИгр ИТОГИ

Светлана Журова

Трамвай R1

Откровенное интервью от создателя легендарного трамвая

ГЧП

Перспективы в спорте

Финансовый Fair Play

**Какие вызовы
стоят перед
клубами и как
соответствовать
правилам FFP?**

Moscow Raceway #Meet The Team



**WORLD
FOOTBALL
FORUM**

MOSCOW 10–11 JUNE 2015

UK: +44 20 7183 2560

RU: +7 495 995 07 41

worldfootballforum.org

sport@eventica.co.uk



THE WORLD'S NEXT FOOTBALL DESTINATION

Слово редактора



В этом выпуске много интервью и полярных мнений об отечественной спортивной индустрии. Наверно, она также неоднозначна в зависимости от вида спорта и уровня события. Спикеры номера — высокопоставленные чиновники, руководители компаний, федераций и лиг, представляющие различные сегменты отрасли, оценивают индустрию с разных позиций.

Например, Михаил Мамияшвили считает, что коммерческих интересов у бизнеса в спорте на данный момент быть не может, а институт спонсорства у нас просто отсутствует. Светлана Журова видит причины этого в «неумении продаваться» и отсутствии такой необходимости до недавнего времени.

В футболе, стимулируемом УЕФА к переходу на бизнес-рельсы, намечился небольшой сдвиг — представитель этой влиятельной европейской конфедерации Педро Пинто отмечает изменения в менталитете российских клубов, но считает, что «нужно время, чтобы перейти от модели меценатства к коммерческой модели».

Тем не менее, когда речь заходит о проведении крупных спортивных мега-событий, все единогласно отмечают высокий интерес спонсоров и качество маркетинговой работы с ними. Спустя год мы вспоминаем Игры в Сочи, подводим итоги и оцениваем не только уровень проведения и оставленное наследие, но и эффективность белой Олимпиады для партнеров.

Александр Жуков в интервью отметил, что сочинские Игры прошли, в отличие от многих других, с прибылью и «те спонсорские средства, которые были собраны оргкомитетом, превышают расходы на организацию». Маркетинговые партнеры Оргкомитета «Сочи 2014» в свою очередь также довольны сотрудничеством.

Неоднократно в беседах и комментариях журналу руководители олимпийских проектов компаний-спонсоров делали акцент на эффективности не только прямого маркетинга через спорт, но и GR-коммуникациях как одном из главных мотивов поддержки «Сочи 2014». В этом выпуске GR sport представитель партнера Игр — компании Dow, Марко Благович, подтвердил, что «путь через спорт — это кратчайший путь, чтобы открыть определенные двери».

Анна Жукова,
издатель и главный редактор



Джиар спорт/GR sport
#01 [08] Март 2015

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, Фурманов 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:
Службой информации ОКР, Федерацией спортивной борьбы России, пресс-службой ОАО «КСК», компанией «Moscow Raceway», пресс-центром московского этапа Чемпионата Формула Е, Лабораторией Алексея Маслова, компаниями Eventica Sport, Dow, пресс-службой Федерации кёрлинга России, Центром лыжного спорта «Демино» и СНП «Деминские марафоны»
На обложке фото Андрея Голованова

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 13.03.2015

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

16+

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.



22

ГОД ПОСЛЕ ИГР

4 Александр Жуков: «Ни у кого не осталось ни малейших сомнений, что наша страна способна на высочайшем уровне организовать спортивные турниры любого масштаба»

ГОСУДАРСТВО

10 Светлана Журова: «Самое важное в работе со спонсорами — формирование чувства сопричастности»



30

ПЕРСОНА

16 Михаил Мамияшвили: «Россия — это единственная страна, где вопросы сохранения спортивной борьбы в программе Олимпийских игр решались системно»

ИНВЕСТИЦИИ

22 ГЧП. Перспективы в спорте

ИНВЕСТИЦИИ

25 Горы — территория для инвестиций. ГЧП над уровнем моря



36

ИНВЕСТИЦИИ

28 Кавказские курорты становятся ближе

АВТОСПОРТ

30 Moscow Raceway #MeetTheTeam

АВТОСПОРТ

36 ФОРМУЛА Е. Электрический потенциал будущего



42

ПРОЕКТ НОМЕРА

42 Трамвай R1. Откровенное интервью от создателя легендарного трамвая

МАРКЕТИНГ СПОРТА

46 Финансовый Fair Play. «Честные» деньги в футболе

МАРКЕТИНГ ЧЕРЕЗ СПОРТ

52 Марко Благович: «Путь через спорт — это кратчайший путь, чтобы открыть определенные двери»



56

СОБЫТИЕ

56 «CCT Red Square Classic» — спортивное зрелищное шоу

СОБЫТИЕ

58 Лыжный марафон, доступный для всех

СОБЫТИЕ

62 Снегоходы в родной стихии

Интервью: Анна ЖУКОВА

Александр Жуков:

«Ни у кого не осталось ни малейших сомнений, что наша страна способна на высочайшем уровне организовать спортивные турниры любого масштаба»

В течение месяца Россия вспоминает яркие моменты Олимпийских и Паралимпийских Игр. Громкий проект «Год после Игр» с участием первых лиц государства и колоссальным медиарейтингом еще раз напомнил о важности Олимпиады для страны. Что изменилось за год, насколько эффективно используется олимпийское наследие — итоги подвёл Первый заместитель председателя Госдумы, президент Олимпийского комитета России, член Международного олимпийского комитета Александр Жуков

— Александр Дмитриевич, год после Игр — повод подвести итоги. Как Вы оцениваете наследие Игр в Сочи по итогам «олимпийского» года?

— Прежде всего скажу, что Игры получились замечательными с точки зрения самих соревнований, их уровня, остроты. Конечно, очень приятно, что российская команда выступила блестяще, заняла первое место в неофициальном командном зачете. Выдающиеся результаты предопределили большой всплеск интереса к спорту по всей стране, тысячи детей начали заниматься в различных секциях. И это для нас — важнейший элемент наследия Игр. Надо отметить также уровень организации соревнований

и качество спортивных объектов в Сочи. Очевидно, что Игры прошли на самом высоком уровне, об этом неоднократно говорилось на всех уровнях в международном спортивном сообществе.

Многие говорили о высоких расходах на их проведение, но мы видим, к примеру, как совершенно преобразился Сочи. Новая инфраструктура, транспортная система — все это является важным результатом Олимпийских игр. Коммуникации, телекоммуникации, энергетика сейчас на

►► Будет вестись активный поиск лицензиатов на использование товарного знака ОКР. На реализации лицензионной продукции планируем сделать большой акцент.

Фото: Андрей Голованов



Фото: Наталья Пахаленко, Служба информации ОКР

высшем уровне. Мы получили новейшие спортивные сооружения, которые могут использоваться для проведения международных соревнований любого статуса, для подготовки наших спортсменов, создания новых баз. Сегодня Сочи — совершенно другой город. Гостиницы после Игр переполнены, спортивные объекты горного кластера используются на полную мощь. Что касается прибрежного кластера, объектов в Имеретинской долине, то и там происходило много событий. Этап «Формулы-1», хоккейные матчи — создана команда КХЛ, сборная России проводила матчи «Кубка Первого канала». Титул чемпиона мира по шахматам разыгрывался в Сочи. Принято важное решение создать там круглогодичный детский спортивный центр, в котором дети будут жить и тренироваться на олимпийских объектах. Мы наблюдаем экономическое развитие Сочи как курорта не только летнего, но и зимнего. Ну и, конечно, Игры привлекли внимание к спорту миллионов людей по всей стране. Это особенно важно с учетом того объема проектов и программ, который сегодня реализует ОКР в области массового и детско-юношеского спорта.

В рамках мероприятий проекта «Год после Игр» в Олимпийском парке состоялась торжественная церемония открытия декоративно-скульптурной композиции «Стена чемпионов Игр». В ней две трехмерные конструкции, на которых установлено 887 табличек с именами чемпионов и призеров Олимпийских и Паралимпийских игр.

Успешное проведение Олимпийских Игр значительно способствовало росту авторитета российского спорта в мире, позволило нам расширить свое представительство

в международных спортивных организациях. Так, к примеру, руководитель Правового управления ОКР Александра Бриллиантова была избрана в Международный арбитражный совет по спорту (ICAS), который является высшим руководящим органом Международного спортивного арбитражного суда. Представитель России вошел в состав Совета впервые за все годы его существования.

— Право проведения в России (и в Сочи в частности) крупных международных событий, а также возросший авторитет российских представителей в международных спортивных организациях — это тоже элемент наследия?

— Безусловно. Игры в Сочи были удостоены высокой оценки всех международных организаций — МОК, Генеральной Ассамблеи ООН, Ассоциации национальных олимпийских комитетов, которая признала ОКР лучшим национальным олимпийским комитетом 2014 года. Все это служит подтверждением того, что проведение Олимпийских Игр в России признано мировым спортивным сообществом как очень успешное. По сути, ни у кого не осталось ни малейших сомнений, что



Фото: Андрей Голованов

■»» *Сейчас ведется речь об удешевлении как заявочного процесса, так и самих Олимпийских Игр. Этому уделено много внимания в одном из положений Стратегии 2020 — документа, разработанного при непосредственном участии нынешнего президента МОК Томаса Баха. Изменения действительно назрели.*

наша страна способна на высочайшем уровне организовать спортивные турниры любого масштаба. В этом году у нас в Казани пройдет чемпионат мира по водным видам спорта, в 2016-ом Москва и Санкт-Петербург примут мировое хоккейное первенство, не за горами и чемпионат мира по футболу, зимняя Универсиада в Красноярске. Это только несколько крупных событий из большого списка мероприятий, которые состоятся в России в ближайшие годы.

— Вы являетесь председателем комиссии по выбору столицы Олимпийских Игр 2022 года. Какие проекты, по-Вашему мнению, наиболее интересны и чем? Как Вы считаете, в чем причина отказа некоторых кандидатов от проведения Игр?

— Обе заявки, и Алма-Аты, и Пекина, очень интересные, каждая имеет свои сильные стороны. Причина отказа Осло, а чуть раньше Стокгольма и Кракова в том, что население этих городов по итогам проведенных опросов высказалось против перспективы и самой идеи проведения у них Олимпийских Игр. Посчитали, что затраты неоправданно дороги, а организация столь

крупного мероприятия никаких дивидендов не принесет. Хотя, на мой взгляд, нужно очень четко разделять затраты на инфраструктуру, объекты и все то, что в будущем будет работать и приносить пользу, с затратами собственно на проведение самих спортивных соревнований. Также сейчас ведется речь об удешевлении как заявочного процесса, так и самих Олимпийских Игр. Этому уделено много внимания в одном из положений Стратегии 2020 — документа, разработанного при непосредственном участии нынешнего президента МОК Томаса Баха. Изменения действительно назрели.

Кстати, Олимпиада в Сочи, если рассматривать расходы исключительно на проведение Игр, прошла в отличие от многих других Игр с прибылью. Те спонсорские средства, которые были собраны оргкомитетом, превышают расходы на Олимпийские игры.

— 1 июля 2014 года Олимпийский комитет России получил право вести маркетинговую деятельность по товарным категориям, нереализованным Оргкомитетом «Сочи 2014», а также право возобновить самостоятельную деятельность по реализации маркетинговых прав и привлечению коммерческих партнеров на свои мероприятия. Есть ли первые результаты в этом направлении?

— Если говорить о результатах на текущий момент, то нужно отметить два важнейших аспекта. Во-первых, Олимпийский комитет России подписал договор о сотрудничестве с ОАО «Газпром» на ближайшие четыре года. В рамках соглашения ОАО «Газпром» выделит средства для финансирования подготовки наших спортсменов к Играм в Рио 2016 года и Пхенчхане 2018-го года. Во-вторых, заключен договор сроком на один год с компанией «Мегафон» о содействии в реализации проектов ОКР в сфере массового спорта. Соглашение уже действует и на сегодняшний день идет активная работа в рамках целого ряда наших программ. Тесно сотрудничаем мы и с другими спонсорами, учитывая, что у ОКР сейчас есть в распоряжении целый ряд свободных категорий.

— Какой будет стратегия коммерческой деятельности ОКР?

— Маркетинговая стратегия ОКР до 2018 года была утверждена на декабрьском Исполкоме Олимпийского комитета России. Можно выделить три основных направления, по которым мы планируем развивать свою коммерческую деятельность.

Первое. В ходе переговоров с Международным олимпийским комитетом и АНО Оргкомитет «Сочи 2014» по изменению условий Соглашения о совместной маркетинговой программе, которое было подписано в январе 2009 года, были достигнуты договоренности о том, что начиная с 1 июля 2014 года, Олимпийский комитет получает право вести маркетинговую деятельность по товарным категориям, нереализованным Оргкомитетом «Сочи 2014». При этом существующие контракты по занятым товарным категориям не нарушаются и работают вплоть до 31 декабря 2016 года, кроме того ОКР получает право возобновить самостоятельную деятельность по реализации мар-



Фото: Андрей Голованов

кетинговых прав и привлечению коммерческих партнеров на свои мероприятия.

До конца 2016 года ОКР, с учетом имеющихся ограничений, будет осуществлять поиск коммерческих партнеров и продажу спонсорских пакетов только в свободных категориях, не занятых партнерами Сочи-2014; а также продажу уже существующим партнерам дополнительных возможностей спонсорской активации и спонсорских пакетов мероприятий ОКР. Начиная с января 2017 года, маркетинговая и коммерческая деятельность Олимпийского комитета России будет вестись в полном объеме, без каких-либо ограничений.

Несмотря на ограничения ЖМРА, начиная с 2010 года, в ОКР началось планомерное и грамотное выстраивание деловых отношений с официальными международными и национальными Партнерами Олимпийских зимних игр в Сочи.

Благодаря этому сотрудничеству, на протяжении последних трех лет были успешно реализованы масштабные мероприятия и проекты Олимпийского комитета России, направленные на популяризацию спорта высших достижений, массового спорта и пропаганду здорового образа жизни среди населения РФ, такие как: Всероссийский олимпийский день, «Бал олимпийцев России», «Олимпийские перемены», «Олимпийская легенда».

Летом прошлого года ОКР запустил совершенно новый проект — образовательную программу по развитию массового спорта для детей и подростков «Олимпийский патруль». Целью данной программы является популяризация идей олимпизма и спорта среди подрастающего поколения, повышение заинтересованности молодежи в систематических занятиях спортом, через успешные практики и личностные примеры олимпийских чемпионов России.

Второе. Будет вестись активный поиск лицензиатов на использование товарного знака ОКР. На реализации лицензионной продукции планируем сделать большой акцент.

И, наконец, третье, — это совершенно новая для нас программа пожертвований, в рамках которой любой гражданин России



Фото: Наталья Пахаленко, Служба информации ОКР

или юридическое лицо, действующая компания могут на безвозмездной основе пожертвовать деньги ОКР для нужд олимпийской команды, развития и поддержки тех или иных проектов. Аналогичный инструмент привлечения средств уже активно используется в целом ряде стран, где пожертвования являются внушительной статьёй дохода.

Система действует просто. Лицо или организация, перечислившее олимпийской команде ту или иную сумму обязательно получает определенный бонус, в зависимости от размера суммы. За минимальное пожертвование — сувенир или элемент экипировки с официальной символикой. А, условно, за миллион долларов — полный пакет билетов на Олимпийские Игры с VIP-обслуживанием, авиабилетами бизнес-классом, люкс-проживанием. То есть фактически две трети суммы возвращаются жертвователю в виде услуг, а остальные деньги идут в фонд финансирования команды и спортсменов.

В любом случае все направления маркетинговой и коммерческой деятельности ОКР будут вестись в соответствии с Олимпийской хартией МОК, где прописаны очень четкие требования и условия.

Редакция благодарит Службу информации ОКР за помощь в подготовке материала

До конца 2016 года ОКР, с учетом имеющихся ограничений, будет осуществлять поиск коммерческих партнеров и продажу спонсорских пакетов только в свободных категориях, не занятых партнерами Сочи-2014.

Интервью: Кристина КОЛЕСНИКОВА

Светлана Журова:

«Самое важное в работе со спонсорами – формирование чувства сопричастности»

Спорт и политика неразрывны, талантливые атлеты — существенная составная часть политической мощи нашей страны — в этом уверена олимпийская чемпионка по конькобежному спорту, первый зампред комитета по международным делам Государственной Думы Российской Федерации Светлана Журова.

Свое убеждение Светлана подтверждает действиями: в арсенале спортивного политика должность вице-президента Союза конькобежцев России. Месяц назад Журова баллотировалась на пост главы Ассоциации гольфа России, активно используя в предвыборной кампании нетипичные для спортивной отрасли инструменты, полностью лишенные воздействия административного ресурса. Во втором туре голосования Светлану обошел Виктор Христенко, однако, титул почетного президента АГР Журова сохранила, как сохранила и стремление сделать гольф доступным и востребованным.

О коммерческой привлекательности российского спорта, роли мэра Олимпийской деревни на прошедших Играх в Сочи, отложенном эффекте Олимпиады-80 и третьем уроке физической культуры в школе Светлана Журова рассказала GR sport

— **Светлана, почему именно гольф?**

— Очень большое количество известных спортсменов по всему миру после завершения профессиональной карьеры стараются найти себя в чем-то ином, но не менее интересном. Для меня этим «иным» стал гольф. Этот вид спорта не заставляет тебя бежать десять километров по стадиону или плыть пять в бассейне. Нагрузка есть, но она комфортная. Есть и второй момент — профессиональные атлеты настолько привыкли к самопреодолению, борьбе за результат, постоянным адреналиновым всплескам, что просто не могут полноценно существовать без всего этого. А в гольфе — и работа над собой, и соревновательность, и победы, и концентрация, и самоконтроль.

— **Как Вас жизнь связала с этим видом спорта?**

— Сначала по работе, как это часто бывает. Играть самостоятельно я начала немного позже. Когда я была членом Исполкома Олимпийского комитета и зампредом Государственной Думы, получила открытое письмо с обращением спортсменов-гольфистов с просьбой обратить внимание на их вид спорта. На тот момент он был уже без пяти минут олимпийским, а уровень развития в стране оставался крайне низким. Российские спортсмены не имели возможности конкурировать на международной арене, так



Фото: Григорий Аванян

как элементарно не посещали выездные турниры. Первым делом мы составили актуальную справку и проверили достоверность информации, изложенной в письме. Все подтвердилось. Так я и пришла на поле для гольфа, пообщалась с тренерами и спортсменами. А потом затянуло (смеется). Я стала почетным президентом Федерации гольфа и по сей день, уже четыре года, занимаю эту должность. Олимпийцев в гольфе, кстати, немало — мы работаем с Женей Кафельниковым и Верой Шиманской, а недавно в гольф пришел и Женя Плющенко. Мы единомышленны в том, что гольф очень хорош для поддержания физической формы.

— К слову о физической форме. Что сподвигло предложить гольф в качестве третьего урока физической культуры в школах?

— Это полностью инициатива школ. В федеральном законе об образовании указано, что третий урок физкультуры — абсолютно вариативен, поэтому образовательная организация может сама определиться с контентом. Мини-гольф стал одним из таких вариантов, благодаря своей простоте и эффективности. Я хочу обратить внимание на то, что это именно мини-гольф. То есть никто сверлить лунки на футбольных полях и бить окна в соседних домах не станет. Для занятий, вопреки расхожему заблуждению, не требуется дорогостоящее оборудование, нужен только спортивный зал. Стоимость необходимого комплекта инвентаря на одну образовательную единицу варьируется от 20 до 100 тыс. рублей. Для этого формата

урока физкультуры в меньшей степени действуют освобождения. Любой ребенок, вне зависимости от физической формы и религиозной принадлежности, сможет заниматься гольфом. На сегодняшний день уже проводятся турниры между школами, есть даже регионы-лидеры по мини-гольфам, такие как Самарская, Иркутская и Тюменская области. В Самаре, например, в 17 школах мини-гольфом занимается порядка 600 детей. Кроме того, в городе есть специализированная кафедра, подготавливающая учителей физкультуры по данному направлению. И массовость эта постоянно растет.

— Вполне возможно, что скоро и отношение к гольфу, как к спорту элитарному, тоже в корне изменится?

— Для федерации этот вопрос является одним из ключевых. Уже сейчас позиция многих средств массовой информации начинает меняться. Для того чтобы люди поняли истину, ее надо демонстрировать. Этим мы и занимаемся. Имидж гольфа во многом поможет изменить тот самый третий урок физкультуры: дети обязательно расскажут своим родителям о том, как это



интересно и, главное, доступно, дарит новую, востребованную в будущем компетенцию. На мой взгляд, спрос должен развить предложение. Полей в России пока не так много, как хотелось бы. А когда есть дефицит, услуга стоит дороже. В Англии сейчас 2 700 полей для гольфа, в Швеции — зимней стране — их почти 400... Во всем мире гольф является инвестиционным проектом. А в Финляндии при помощи гольфа вообще борются с алкоголизмом.

— А каким, на Ваш взгляд, должен быть проект, инвестиционно привлекательный для нашего рынка?

— Много лет назад, когда гольф еще не вошел так прочно в мою жизнь, я слышала от потенциальных инвесторов о готовности вкладывать ресурсы в тот или иной проект. Но только при условии его сопряженности со спортом, как раз с гольфом, в частности. Для европейских игроков рынка это очень важно. На мой взгляд, гольф добавляет баллы в копилку инвестиционной привлекательности российских регионов.

— Светлана, Вы представляете собой успешный симбиоз топ-менеджмента в спорте и политике, а потому следующий вопрос вполне закономерен: насколько в России близки и интегрированы эти две отрасли?

— С одной стороны, спорт — это и есть политика. Даже самая малая спортивная единица — школа, к примеру, имеет внутри свою политическую структуру. У спорта есть и внешнее политическое окружение — когда бойкотируют, манипу-

лируют общественным сознанием, эксплуатируют спорт в корыстных целях. Кроме того, спортсменов довольно часто и успешно используют в качестве лидеров общественного мнения, медийных персон в политических предвыборных кампаниях. Как видите, темы эти неразрывны. В России много талантливых атлетов, много достижений — в этом тоже есть часть общей политической мощи страны.

— Достижений и атлетов много, но почему-то с рыночной точки зрения российский спорт не представляет желаемого интереса.

— Мы не умеем продаваться, да и необходимости в этом, прямо скажем, до недавнего времени не было. Сейчас меняется финансово-экономическая ситуация в стране и ее окружении, что по цепочке влечет и изменение отношения к бюджетам. Потенциальные инвесторы, спонсоры не совсем понимают, а мы не стараемся объяснить — за что необходимо дать денег. В таком случае более прозрачный проект получит ресурсы быстрее — это логично. Сам бизнесмен не станет придумывать себе дополнительное занятие, поэтому нашим специалистам из маркетинговых служб необходимо работать с поправкой на эту информацию. Причем немаловажным блоком коммерческого предложения от спорта бизнесу должно быть соучастие, ведь если у инвестора не возникает ощущение сопричастности, о пролонгации контракта можно забыть.

— Вы же предлагали создать автономную некоммерческую организацию при Олимпийском комитете, которая должна была заниматься маркетинговыми вопросами федераций по видам спорта.

— К сожалению, сейчас членом Исполкома Олимпийского комитета я не являюсь, соответственно, и идея эта дальше не прошла. Уверена, коллеги найдут наиболее рациональную форму взаимодействия для решения этой извечной проблемы. У нас есть прекрасный пример перед глазами — Оргкомитет «Сочи 2014». Так эффективно и грамотно со спонсорами в нашей стране работали впервые. Было понятно что, как, где и когда получает спонсор или партнер. В итоге этой работы возникала та самая сопричастность. Прошедшие Олимпийские игры поддерживал серьезный пул спонсоров, и это, к слову, позитивно повлияло на имидж самого мероприятия.

►► Я слышала от потенциальных инвесторов о готовности вкладывать ресурсы в тот или иной проект. Но только при условии его сопряженности со спортом, как раз с гольфом, в частности. Для европейских игроков рынка это очень важно.



— А какое влияние оказали на имидж нашей страны сами Игры?

— В освещение подготовки и проведения Олимпийских игр в Сочи вмешалась политика, которая, по сценарию пекинской летней Олимпиады-2008 года, смазала впечатление для части аудитории. Особенно это было ощутимо в тех странах, где и без того трансляция спорта, пусть мирового уровня, уделяется времени существенно меньше, чем политическим новостям. Для тех же людей, кто воспринимает спорт вне политики, прошедшие в Сочи Игры стали феерией. Они получили то, что хотели получить — эмоции, азарт — грандиозное событие! На мой взгляд, имиджевый эффект будет отложен во времени, как случилось и с Олимпиадой-80. Ее отголоски мы слышим и до сих пор. Я ведь пришла в спорт, воодушевившись именно московскими Играми.

— Вы говорите о внутреннем эффекте, верно?

— Да, именно. Вот сейчас, спустя год, снова чествовали сочинских олимпийцев. Для подрастающего поколения это очень хороший стимул к выбору спортивного пути в жизни. Сидит перед телевизором маленькая девочка, видит Юлю Липницкую и думает: «Я тоже так хочу!». Вот это и есть самый важный эффект. Эта девочка будет стараться, откажется от каких-то вредных привычек в пользу спорта, станет волевой и целеустремленной. Я родилась в небольшом поселке, но тоже совершила этот прорыв, потому что мечтала и видела перед собой цель. Отдельно, кстати, хочу отметить волонтерское движение.

Это ведь очень убежденные ребята, до сих пор, когда вижу на улице парней и девочек в форме, перед глазами всплывают самые яркие моменты Игр.

— Какой посыл был у Вас как у мэра Олимпийской деревни, ведь Вы тоже участвовали в формировании ассоциаций с Играми?

— Позиция мэра — важная и нужная. Мы отвечали за формирование позитивного имиджа своих деревень в информационном пространстве. Непосредственно перед стартом Игр в интернете гуляло огромное количество разных «уток», отражать сфабрикованные нападки должны были мы.

Помимо этого, мы отвечали за техническое обеспечение деревень. Первые спортсмены заехали в свои олимпийские жилища в начале февраля, к их приезду все в домиках необходимо было подготовить. Мы ежедневно приветствовали заезжающие делегации, а также проводили экскурсии по деревням для первых лиц государств — ответственная миссия. От качества работы каждого из нас зависел общий результат и, на мой взгляд, мы можем собой гордиться.

►► Мы не умеем продавать, да и необходимости в этом, прямо скажем, до недавнего времени не было. Сейчас меняется финансово-экономическая ситуация в стране и ее окружении, что по цепочке влечет и изменение отношения к бюджетам.



РОССИЙСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ОЛИМПИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Карьера начинается здесь!

Российский Международный Олимпийский Университет (РМОУ), созданный под эгидой МОК, объявляет набор слушателей на обучение по программе дополнительного профессионального образования нового поколения «Мастер спортивного администрирования» (МСА) в 2015-16 учебном году.



МСА — это образовательная программа для тех, кто хочет стать лидером в управлении спортом



МСА — это лучшие зарубежные и отечественные профессора и практики



МСА — это прямой доступ к олимпийскому наследию



МСА — это встречи с лидерами мирового спорта и олимпийского движения



МСА — это великолепный кампус в Сочи, на берегу Черного моря и вблизи горных вершин

Занятия начинаются в сентябре,
выпуск — в июне!

Телефон (Сочи) +7 (862) 262 97 20
Телефон (Москва) +7 (495) 956 24 30
www.olympicuniversity.ru





Интервью: Анна ЖУКОВА

Михаил Мамиашвили:

«Россия – это единственная страна, где вопросы сохранения спортивной борьбы в программе Олимпийских игр решались системно»

Михаил Мамиашвили, олимпийский чемпион, президент Федерации спортивной борьбы России, член бюро Международной федерации объединенных стилей борьбы, член исполнительного комитета и вице-президент ОКР – человек известный и авторитетный далеко за пределами спорта, человек слова и несгибаемой воли, откровенный и прямой. Мамиашвили в 1998–2002 годах занимал пост начальника «большого» ЦСКА и знаком со спортивной индустрией изнутри не только в качестве спортсмена, но и в роли функционера. Михаил привык называть вещи своими именами и в интервью GR sport не представлял борьбу и спортивную индустрию России в целом, как эффективный канал коммуникации для спонсоров и благодатную почву для инвесторов, а рассказал, как сегодня решаются вопросы в большом спорте



— *Михаил Геразиевич, как Вы оцениваете спортивную индустрию России и уровень ее инвестиционной привлекательности?*

— Индустрия развивается, но хотелось бы, чтобы это было намного динамичнее. Институт спонсорства как таковой у нас на сегодняшний день просто отсутствует. Есть неравнодушные люди, ведомые любовью к тому или иному виду спорта или гражданской ответственностью. Яркий пример — это Сулейман Керимов, который действительно любит спорт и для себя принял решение поддерживать по мере возможностей тот или иной вид спорта, в частности спортивную борьбу. И как-то оценить его вклад в конечный результат и развитие данного вида спорта очень сложно. Это ни на каких весах не взвесить.

— *Почему, как Вы считаете, у нас отсутствует механизм рыночного привлечения спонсоров?*

— По многим причинам. Основная — это фактическое отсутствие закона о спонсорстве. Профинансировать то или иное мероприятие из заработанных средств возможно лишь после уплаты налогов.

— *Какое место занимают связи, GR в спорте?*

— Бизнесмены, которые имеют возможность оказывать посильную спонсорскую помощь или выступать в роли меценатов, должны хотя бы минимально быть погружены в предмет, в частности понимать социальную значимость вида спорта. Для того чтобы правильно донести все это, убедить, необходимо, конечно, быть хорошо знакомым с потенциальным спонсором. Если человек, разделяет эти ценности, возможно какое-то взаимовыгодное сотрудничество, но меценат может получить лишь моральное удовлетворение от того, что его помощь привела к каким-то значимым результатам. Ну, что может быть нужно, к примеру, Сулейману Керимову?! Какие-то дивиденды что ли он ждет? Он об этом вообще не задумывается и, мягко говоря, для него это не первостепенная задача. Таких людей много — Алишер Усманов, Геннадий Тимченко, Владимир Лисин, Аркадий и Борис Ротенберги. И не надо стесняться говорить им спасибо,

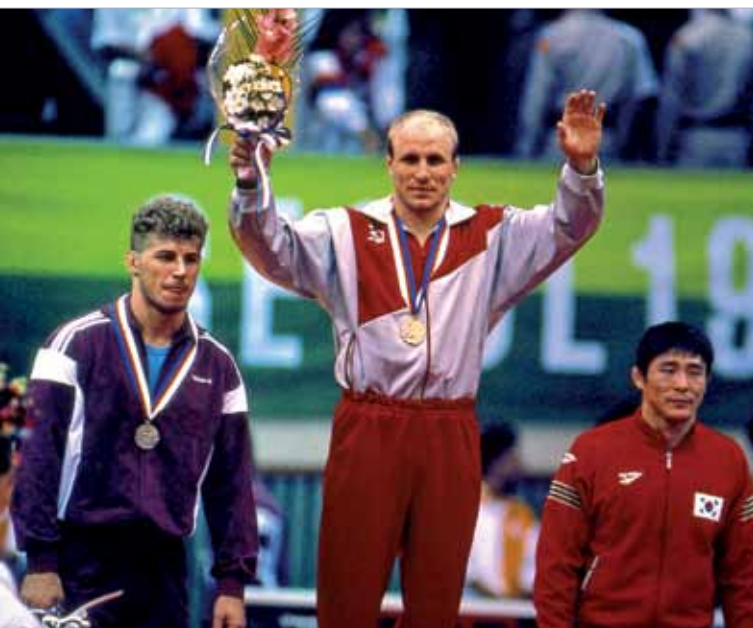
признавать их вклад в спортивный результат и находить возможности и формы, как отблагодарить их.

— *То есть Вы считаете, коммерческих интересов у бизнеса не может быть на данный момент в спорте?*

— Сегодня нет. И не важно в футбол человек вкладывает, в хоккей или в виды спорта, которые носят социальную направленность, то есть некоммерческие — это практически все виды единоборств, борьба, фехтование, гимнастика и многие другие — те виды спорта, которыми занимается подавляющее большинство детей и молодежи.

— *А в случаях, когда меценатом выступает не конкретный человек, а юрлицо, например, как спонсор вашей федерации — компания АЛРОСА? Какой интерес может быть у компании, какие маркетинговые задачи она сможет решить, сотрудничая с Федерацией спортивной борьбы? Как удалось привлечь в партнеры федерации АЛРОСА, до прошлого года остававшуюся в тени от крупных спонсорских контрактов со спортивными организациями, за исключением международного события на территории республики Саха (Якутия) — «Дети Азии»?*

— В этом случае совпало несколько факторов. Во-первых, территориальная принадлежность компании: Якутия — регион, где борьба является фактически культовым видом спорта. Руководство компании понимает социальную значимость борьбы в республике, разделяет



цели и задачи — не только достижение максимальных спортивных результатов, но и популяризация вида спорта, привлечение максимального количества детей в спортивные залы. Чтобы иметь возможность реализовать эти задачи, нужно поддерживать материально-техническую базу и привлекать дополнительные средства.

Кроме того, и здесь можно назвать вещи своими именами, — конечно, большое значение и влияние в России имеет позиция руководителя государства, Владимира Владимировича Путина: во многом он участвует в том, чтобы бизнес-сообщество с пониманием относилось к проблемам, которые существуют в спорте, в том числе и детском.

— **Возможно контракт предполагает смешение маркетинговых задач: поддержка успешно развивающегося вида спорта на территории предприятия — Якутии, в формате КСО и активизация**

спонсорских возможностей на международную аудиторию Игр в Рио за счет медалеющей борьбы, а также Чемпионата Европы и организации турниров под собственным брендом? Будет ли компания активировать спонсорство: размещать логотип на форме спортсменов и проч.?

— Недавно ушел из жизни руководитель компании АЛРОСА Федор Андреев. Выражаю искренние соболезнования родным и близким.

Я надеюсь, что структурные преобразования, которые происходят сейчас в компании, не повлияют на наши добрые отношения и поддержка, которую



мы получали от компании сохранится. Она несомненно влияет на ход подготовки к Олимпийским играм и на реализацию тех действительно серьезных задач, которые перед нами ставят Министерство спорта и Олимпийский комитет. Но это, повторюсь, только верхушка айсберга — важное, но не самое главное. Так или иначе расходы на подготовку сборных и календарь финансируются государством — министерством при поддержке ОКР. Конечно, нужны дополнительные средства, для решения тех вопросов, которые не попадают в формат возможностей министерства. В большей степени это касается развития и популяризации вида спорта.

Размещение логотипов на форме борцов сборной — это тоже достаточно значимая позиция и для АЛРОСА, и для нас, как для организации, которая в перспективе должна реализовать видение компании по продвижению бренда. Но так или иначе жизнь диктует свои условия. Надеемся на представление компании на всех форумах, мероприятиях, территориях, где АЛРОСА интересно присутствие.

— **Озвученные 90 млн. ежегодно по условиям спонсорского контракта с АЛРОСА — это много или мало в масштабах федерации?**

— Скажем так: «Спасибо огромное, и за то, что был согласован и такой объем финансирования». Здесь нужно исходить из сегодняшнего состояния экономики и компании. Естественно, мы поясок затянем и теснее сплотим наши ряды. Тем не менее, если давать оценку — это значимая, но мягко говоря скромная сумма.

— **У федерации в числе спонсоров есть также нефтяные и другие компании, судя по логотипам, размещенным на сайте?**

— У нас частные пожертвования, есть меценаты, в том числе Омар Муртазалиев, первый вице-президент федерации, который оказывает неоценимую поддержку.

— **Большим успехом российского спортивного менеджмента можно назвать кампанию «Борьба за борьбу» по возвращению этого вида спорта в программу Олимпийских игр. Что, по Вашему мнению, стало главным мотивирующим фактором принятия положительного решения МОК? Каким образом Владимир Путин помог отстоять борьбу?**

— Я вспоминаю это время, как страшный сон. Первым шагом на пути к решению этого вопроса было признание внутри самой международной федерации тех роковых ошибок, которые привели к тому, что исполком МОК принял решение об исключении борьбы из программы Игр. Мы провели экспресс-анализ того, что привело к такому решению исполкома.

В феврале 2013 года прошло экстренное заседание бюро Международной федерации

➤➤➤ **Можно назвать вещи своими именами, — конечно, большое значение и влияние в России имеет позиция руководителя государства, Владимира Владимировича Путина: во многом он участвует в том, чтобы бизнес-сообщество с пониманием относилось к проблемам, которые существуют в спорте, в том числе и детском.**



»» Ни для кого не секрет, что прагматичная, четкая и взвешенная позиция по данному вопросу Владимира Владимировича Путина, сыграла ключевую роль в решении проблемы. Он лично обращался и к будущему президенту Международного олимпийского комитета, и к ключевым игрокам, членам МОК.

объединенных стилей борьбы в Пхукете, где были рассмотрены вопросы, почему наш вид спорта оказался в такой катастрофической ситуации, и что необходимо сделать, чтобы решить эти проблемы. Члены организации разделились на два лагеря. Позиция одного из них заключалась в жесткой бескомпромиссной борьбе с МОК — это акции протеста и прочий бред, который не то что не привел бы к положительному результату, но даже не дал бы шанс выйти

на начальный этап решения проблемы. На этот счет у нас — в частности у российских представителей и всех поддерживающих нас здравомыслящих членов бюро, была совершенно другая позиция — мы предложили открыто и честно назвать вещи своими именами, признать ошибки федерации, несовершенства ее структуры. Это и отсутствие



комитетов, которые должны были быть, и полное игнорирование тех сообщений, которые исходили от МОК, в связи с позицией, что общественной независимой организации никто ничего диктовать не может. Мы выступали за поиск компромиссов, которые могли бы дать нам возможность показать, как мы изменяемся и что способны идти вместе международным олимпийским движением, сохраняя свою независимость.

Был поставлен вопрос о вотуме недоверия президенту международной федерации Рафаэлю Мартинетти и с перевесом в один голос наше предложение поддержали. Выбор пал на ныне действующего президента федерации серба Ненада Лаловича. Решение это было обдуманное, взвешенное, так как он является совершенно нейтральным и объективным человеком для основных игроков на площадке мировой борьбы — США, Ирана, европейской части, конечно России, азиатских стран — Монголии, Кореи, Японии. Это человек с блестящим образованием, знанием языков, сын потомственных дипломатов. Прекрасный кандидат для того, чтобы разубавить узлы различных хитросплетений.

Вторым этапом стала рутинная, сложная работа, и здесь неоспорим вклад который внесла российская сторона. Ни для кого не секрет, что прагматичная, четкая и взвешенная позиция по данному вопросу Владимира Владимировича Путина, сыграла ключевую роль в решении проблемы. Он лично обращался и к будущему президенту Международного олимпийского комитета, и к ключевым игрокам, членам МОК. Важно, что он говорил не об интересах достаточно успешного для России вида спорта, а о том, что мировая борьба — это историческое наследие, один из самых социально-востребованных видов спорта — миллионы людей занимаются ей, и невозможно допустить ситуацию, при которой многомиллионная армия любителей борьбы, лишилась бы возможности реализовать себя, попытаться взойти

на олимпийский пьедестал. На практике, я думаю, Россия — это единственная страна, где вопросы сохранения спортивной борьбы в программе Олимпийских игр решались системно.

По поручению Президента страны была создана рабочая группа под председательством Юрия Трутнева, который тогда занимал пост помощника президента и курировал развитие спорта. В нее также вошли три члена МОК от России на тот момент — Шамиль Тарпищев, Виталий Смирнов, Александр Попов, министр спорта Виталий Леонтьевич Мутко, президент ОКР Александр Дмитриевич Жуков, Алексей Кулаковский, представитель Администрации Президента и ваш покорный слуга в качестве президента ФСБР. Были обозначены цели, задачи, фактически каждую неделю Трутнев собирал совещание по тем вопросам, которые были определены. Всё находилось под жестким контролем. В итоге российская сторона решила эту проблему на высочайшем уровне в очень короткие сроки. Финансовые средства были выделены из бюджета Москвы. Мы очень благодарны мэру Москвы Сергею Собянину, и Алексею Воробьеву, руководителю Москомспорта.

Была проблема, объединились вокруг этой проблемы, нашли пути реализации и все сложилось. [✎](#)

ГЧП

ПЕРСПЕКТИВЫ В СПОРТЕ



Максим ТКАЧЕНКО

исполнительный
директор Центра
развития государственно-
частного партнерства

Спортивная индустрия России не может на данный момент похвастаться большим количеством успешных проектов государственно-частного партнерства. Вместе с тем стоит ожидать роста ГЧП-проектов в сфере спорта с учетом подготовки к Чемпионату мира по футболу 2018 года, а также в связи с хорошими перспективами принятия долгожданного федерального закона о государственно-частном партнерстве в ближайшем будущем. Государство стремится снизить нагрузку на госбюджет, рассчитывает на целевое и эффективное расходование денежных средств частными инвесторами, внедрение и применение лучших экспертных практик, знаний и передового опыта, минимизацию финансовых рисков через использование инструментов проектного финансирования. О том какие изменения назрели в законодательстве в сфере ГЧП, как и с кем должен взаимодействовать инвестор, рассматривающий вариант участия в инфраструктурных проектах ЧМ-2018 – Максим Ткаченко, исполнительный директор Центра развития государственно-частного партнерства

— Максим Викторович, какие основные изменения в нормотворчестве в сфере государственно-частного партнерства? Возможно ли принятие федерального закона о ГЧП в ближайшем будущем?

— Единственной на данный момент формой классического государственно-частного партнерства, законодательно установленной на федеральном уровне, является концессия. В июле прошлого года в Федеральный закон № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» были внесены поправки, ряд из которых вступил в силу совсем недавно — 1 февраля этого года, остальные же вступят в силу 1 мая. Данные новеллы призваны повысить эффективность реализации концессионных соглашений и сделать данную форму ГЧП более привлекательной для всех сторон соглашения. В первую очередь, это возможность заключения концессионных соглашений в отношении нескольких объектов (ранее это было невозможно), также возможность множественности публично-правовых образований на стороне концедента. Одна из ключевых поправок позволяет частному партнеру (потенциальному концессионеру) выступать с инициативой заключения концессионного соглашения. Кроме того, если объект соглашения впоследствии будет включен в план приватизации, то концессионер будет иметь преимущественное право выкупа объекта после завершения срока действия соглашения.

Эксперты и представители органов исполнительной власти смотрят оптимистично на перспективы проекта закона «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации»

в весеннюю сессию, поскольку в силу последних обсуждений большинство «острых углов» законопроекта было устранено. Ожидается, что принятие закона в текущей редакции расширит возможности реализации проектов с нуля (так называемых greenfield проектов). Это важный фактор для оздоровления экономики через инвестиции в инфраструктуру.

— Способны ли в сегодняшних экономических условиях реально повысить уровень развития государственно-частного партнерства такие инициативы как региональный ГЧП-Стандарт и Распоряжение правительства РФ, согласно которому это теперь будет учитываться как один из показателей KPI губернаторов?

— В условиях недостатка бюджетных средств для реализации инфраструктурных проектов и невысокой заинтересованности инвесторов необходимо делать упор на создание институциональной среды, совершенствование нормативно-правовой базы, повышения уровня компетенций представителей региональной власти. На решение этих вопросов как раз и направлен ГЧП-Стандарт.

Учет показателя развитости ГЧП в субъектах РФ при расчете KPI губернаторов тесно связан с реализацией положений Стандарта. По своей сути этот показатель является лакмусовой бумажкой, и в 2015 и 2016 годах будет отражать результаты по созданию условий для реализации проектов, а с 2017 года покажет, как реализуются сами проекты. И сегодняшние экономические условия только повышают актуальность и важность создания соответствующей институциональной среды и дальнейшей реализации инфраструктурных проектов с привлечением частных средств.

— Как и с кем должен взаимодействовать инвестор, рассматривающий вариант участия в инфраструктурных проектах ЧМ-2018? Какие регионы сегодня наиболее инвестиционно-привлекательны, и какие продвинулись в подготовке инфраструктуры? Какие проекты можно выделить?

— ЧМ-2018 имеет особое значение, так как в отличие от Зимней олимпиады в Сочи или Универсиады, проведенной в Казани, мундиаль по футболу будет проводиться в 11 городах России, то есть с точки зрения создания общественной инфраструктуры, подготовка идет на межрегиональном уровне.

Из 11 городов, в которых будет проводиться чемпионат, 8 находятся в регионах РФ, вошедших

в лидирующие 15 позиций прошлогоднего Рейтинга развития ГЧП в субъектах РФ, составляемого Центром развития ГЧП. Наиболее продвинулись в использовании ГЧП при создании инфраструктуры такие регионы как Санкт-Петербург, Татарстан, Свердловская, Нижегородская и Самарская области. Важно, чтобы опыт реализации проектов ГЧП в этих субъектах был успешно транслирован, в том числе на создание общественной инфраструктуры для проведения мундиаля.

До сих пор актуально привлечение инвестиций для строительства сопутствующих объектов, таких как объекты дорожной инфраструктуры, аэропорты, объекты ЖКХ. Например, в этом году запускается масштабный проект по строительству и платной эксплуатации Северного дублера Кутузовского проспекта. Новая трасса, протяженностью 11 км, соединит центр столицы с Московской кольцевой автомобильной дорогой, и значительно повысит пропускную способность в этом направлении. Дорога будет построена за счет частных средств. В проект будет инвестировано около 40 млрд руб. победителем конкурса — ОАО «Новая концессионная компания», который до истечения соглашения, заключенного на 40 лет, и будет эксплуатировать дублер.

В Санкт-Петербурге сейчас продолжается реализация проекта по строительству платной автомагистрали Западный скоростной диаметр протяженностью более 45 км. Она позволит частично решить транспортные проблемы северной столицы России, разгрузить центральную часть города, снять транспортную напряженность в северных и южных районах Петербурга, что особенно важно при проведении мероприятия такого масштаба.

В качестве примера успешного проекта также можно привести масштабную реконструкцию аэропорта Пулково в Санкт-Петербурге, проводимую в соответствии с соглашением о государственно-частном партнерстве в целях увеличения пропускной способности аэропорта и эффективности обслуживания пассажиров. К сведению новый централизованный пассажирский терминал способен пропускать до 17 млн пассажиров в год.

Именно за счет создания сопутствующей инфраструктуры такого рода будет достигаться высокое качество проведения чемпионата мира, и повышаться комфорт зрителей. ■

> Горы — территория для инвестиций ГЧП над уровнем моря

Сегодня помимо межрегиональной футбольной стройки в преддверии 2018 года, одним из основных масштабных государственных проектов является развитие курортов Северного Кавказа. После ухода Сочи с этой «поляны» пальму первенства за госвнимание перехватили города ЧМ-2018, Крым и Северный Кавказ. Для многих крупных компаний участие в таких приоритетных государственных стройках интересно не только потому, что госпротекция скорее всего обеспечит их эффективное функционирование, а административные рычаги — привлечение турпотока, в случае первоначального пробуксовывания рыночных механизмов, но и не менее важны для компаний GR-контакты с властями при совместной работе и практически гарантированная лояльность к их бизнесу.

Стратегия инвестиционного развития компании ОАО «КСК» вполне логично предполагает несколько этапов. Управляющая компания реально оценивает текущую ситуацию и инвестиционные риски, планируя на первом этапе проекта максимальное участие государства с точки зрения капиталовложений и ресурсов.

Модель развития курортов Северного Кавказа повторяет пути многих европейских центров зимнего отдыха — создание властями единых туристических кластеров, вверенных одной управляющей компании. В случае СКФО синхронизация процессов управления и планирования в руках единого оператора, оптимальный и, наверно, единственно возможный вариант для решения госзадач по развитию туризма и экономического роста в этом дотационном регионе. Такая модель является драйвером решения задач во всех секторах коммуникаций.

В плоскости B2C, клиентского сектора, возможно единое продвижение и в то же время различное позиционирование курортов для сокращения внутренней конкуренции между ними. В B2B сегменте для привлечения инвесторов в проект такая государственная компания, в управлении которой участвует Министерство по делам Северного Кавказа, оказывающая административное содействие партнерам, наиболее привлекательна для бизнеса с точки зрения совместных ГЧП-проектов.

В сегменте G2G федеральная поддержка и задачи ОАО «КСК» при сотрудничестве с республиками Кавказского округа, которые сегодня нельзя назвать единым целым добавляют веса и ускоряют процесс решения вопросов, который на Кавказе имеет свои нюансы.

GR sport публикует материал, подготовленный по данным пресс-службы ОАО «КСК», о текущей инвестиционной ситуации в проекте туркластера СКФО



Резиденты туристического кластера

На текущий момент в проекте Северо-Кавказского туристического кластера зарегистрировано восемь резидентов: один — в особой экономической зоне в Чеченской Республике, где развивается курорт «Ведучи», еще семь работают на площадке все-сезонного туристско-рекреационного комплекса «Архыз» в Карачаево-Черкесской Республике. В ближайшее время к реализации этого проекта готовы подключиться еще два инвестора: их заявки на получение статуса резидента особой экономической зоны в Карачаево-Черкесии рассматриваются Министерством экономического развития Российской Федерации.

Резидентом туристско-рекреационной ОЭЗ в Чеченской Республике является ООО «Ведучи». В соответствии с бизнес-планом компания планирует построить гостиничный комплекс на 520 номеров, апарт-отель на 200 мест размещения, поселок шале, бассейн, спа-центр и ряд объектов сервисного назначения, включающие горнолыжную школу, пункты проката и обслуживания, рестораны и кафе, рекреационную зону.

►►► ЧМ-2018 имеет особое значение, так как в отличие от Зимней олимпиады в Сочи или Универсиады, проведенной в Казани, мундиаль по футболу будет проводиться в 11 городах России, тем самым с точки зрения создания общественной инфраструктуры, подготовка идет на межрегиональном уровне.



Первым инвестором курорта «Архыз» стала компания ООО «Архыз-1650», входящая в ЗАО «Группа Синара». Резидентом уже построен и введен в эксплуатацию гостиничный комплекс «Романтик», объединяющий две гостиницы уровня 3* и 4*; в соответствии с бизнес-планом компании будут построены еще шесть гостиниц на 440 номеров.

В конце 2014 года статус резидентов особой экономической зоны получили еще шесть инвесторов курорта «Архыз» — компаний малого и среднего бизнеса и даже один индивидуальный предприниматель. В основном это представители местного туристического бизнеса, которые будут оказывать свои услуги гостям ВТРК «Архыз», но уже на новом уровне сервиса и в рамках утвержденного ОАО «КСК» комплексного плана развития курорта. Стоит отметить, что эти компании активно работали на ВТРК «Архыз» в летнем сезоне в рамках программы отдыха «Архыз Park», которая привлекла на курорт более 40 тыс. туристов, и решение стать резидентами туркластера принималось ими с учетом сформировавшегося туристического потока, стабильно высокого не только зимой, но и в летний сезон.

Объем инвестиций в ГЧП

Общий объем инвестиций ООО «Архыз-1650» должен составить 1,8 млрд. рублей (без учета 526 млн рублей инвестиций, осуществленных до момента получения статуса резидента ОЭЗ); ООО «Ведучи» — 12 млрд рублей. Инвесторы — компании малого и среднего бизнеса, которые уже работают на курорте «Архыз», инвестируют в проект около 700 млн рублей. Инвесторы, чьи заявки до конца

месяца будут рассмотрены Экспертным советом по особым экономическим зонам Минэкономразвития России, оценивают объем финансирования в 850 млн рублей.

Что касается механизма государственно-частного партнерства, на котором основан туристический кластер Северного Кавказа, то он четко разграничивает сферы ответственности участников проекта. Государство через ОАО «КСК» финансирует создание внутренней инженерной инфраструктуры на территории особых экономических зон; за счет средств федеральных целевых программ, программ естественных монополий и республиканских бюджетов осуществляется строительство внешней энергетической, транспортной и инженерной инфраструктуры до территории ОЭЗ. Частный бизнес вкладывает деньги непосредственно в гостиничную и туристско-развлекательную инфраструктуру, коммерческую недвижимость.

Важно понимать отличие процессов развития туристско-рекреационных особых экономических зон от развития ОЭЗ остальных типов при применении механизмов государственно-частного партнерства, которые заключаются в незначительной инвестиционной привлекательности проектов на начальных этапах развития. Заинтересованность частных инвесторов появляется, как правило, при наличии туристического потока, формируемого, в том числе, развитой горнолыжной и транспортной инфраструктурой. Поэтому на текущем, первом этапе развития туристического кластера требуется максимальное участие государства с точки зрения капиталовложений и ресурсов для создания турпотока, который будет содействовать повышению инвестиционной привлекательности проекта. Второй этап характеризуется постепенным изменением ситуации в сторону активизации частных инвесторов.

Преференции инвесторам курортов Северного Кавказа

В соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации, предусмотрены меры государственной поддержки в области налогообложения резидентов ОЭЗ. До 2023 г. по налогу на прибыль вводится нулевая ставка в части налога, уплачиваемого в федеральный бюджет. Для части налога, уплачиваемой в бюджеты субъектов РФ, ставка налога ограничена 13,5%. Предусмотрено освобождение от уплаты

налога на имущество сроком на 10 лет и налога на землю сроком на 5 лет. До 2017 года установлены пониженные ставки страховых взносов в Фонд социального страхования и Фонд обязательного медицинского страхования, до 2019 года — в Пенсионный фонд РФ.

В дополнение к налоговым и финансовым стимулам потенциальные резиденты, желающие инвестировать в коммерческую инфраструктуру курорта, получают бесплатное подключение к инфраструктуре, построенной за счет государственного финансирования (электричество, отопление, газ, водоснабжение, канализация, телекоммуникации, горнолыжная инфраструктура). Резидентам предоставляются в долгосрочную аренду земельные участки по льготным ставкам с возможностью последующего приобретения в собственность земельных участков, на которых были построены заявленные в бизнес-плане объекты.

Задачи управляющей компании туристического кластера

На первоначальном этапе развития проекта туркластера важной задачей ОАО «Курорты Северного Кавказа» является проведение подготовительных работ, обязательно предшествующих непосредственно строительству, вводу курорта в эксплуатацию и его выходу на проектную мощность. Эта подготовительная фаза может занимать до 5-6 лет для каждой курортной площадки.

Она включает работы по созданию ОЭЗ, проведение землеустроительных, кадастровых и инвентаризационных работ в отношении земельных участков, вошедших в состав ОЭЗ, и их передачу в управление ОАО «КСК». Важным этапом подготовки к развитию курорта является разработка, согласование и утверждение градостроительной документации: проекта планировки территории, плана обустройства и соответствующего материально-технического оснащения ОЭЗ и прилегающей территории, перечня объектов инфраструктуры ОЭЗ, перспективного плана развития ОЭЗ. На основе этих документов разрабатывается проектно-сметная документация курорта.

После этого, на инвестиционном этапе развития курорта, управляющая компания направляет инвестиции на создание ключевых объектов некоммерческой инфраструктуры и совместно с инвестором осуществляет их строительство, тем самым создавая ядро ОЭЗ.

Важной задачей компании на этом этапе является привлечение международного и российского опыта создания горнолыжной и туристической инфраструктуры, ее эксплуатации, а также интеграция передовых технологий в проект Северо-Кавказского туристического кластера. Это позволяет заранее, с учетом мировой практики, определить «узкие» места при освоении и развитии территории будущего курорта и нивелировать потенциальные риски.

Кроме того, на ОАО «КСК» как управляющей компании лежат обязательства по привлечению резидентов и иных инвесторов в особые экономические зоны. С целью привлечения к реализации проекта местного бизнеса из регионов Северного Кавказа ОАО «КСК» проводится

серия обучающих семинаров по вопросам реализации проектов в сфере туризма и рекреации, оказывается информационно-консультативная помощь компаниям, заинтересованным в получении статуса резидента туристско-рекреационной ОЭЗ. Развиваются проекты сотрудничества с зарубежными инвестиционными компаниями.

Эта функция согласуется с задачей по оптимизации государственного участия в проекте за счет увеличения объема привлекаемых внебюджетных инвестиций, перехода курортов туркластера на инвестиционную привлекательность и, как следствие, на самоокупаемость.

С этой целью управляющая компания создает на территориях особых экономических зон точки роста, которые могут обеспечить жизнедеятельность проекта и придать импульс дальнейшему развитию и самого курорта, и остальных площадок туристического кластера. Эти точки роста должны обладать минимальными показателями, достаточными для создания туристического потока, который, как уже отмечалось, является ключевым фактором инвестиционной привлекательности курорта, его выхода на операционную рентабельность и достижения достаточного социально-экономического эффекта.

ОАО «КСК» выделяет следующие показатели точек роста: около 40 км горнолыжных трасс, не менее 4 подъемников, порядка 2000 мест в коллективных средствах размещения. Предполагается, что при достижении показателей эталонного курорта он сможет привлекать до 1,3 рублей вложений в коммерческую инфраструктуру на каждый рубль инвестиций в некоммерческую инфраструктуру.

Как управляющая компания особых экономических зон туристско-рекреационного типа на юге России ОАО «Курорты Северного Кавказа» также берет на себя обязательства перед инвесторами по созданию и развитию профессиональной кадровой базы, формированию комплексной системы безопасности, поиску новых международных рынков для обеспечения устойчивого туристического потока. К функциям компании также относится создание единого зонтичного бренда курортов юга России и его маркетингового продвижения с целью популяризации туристско-рекреационного потенциала региона. [✉](#)



Игорь СОПОВ,
директор Центра современной
кавказской политики «Кавказ»

> Кавказские курорты становятся ближе

Как раскрыть потенциал туркластера Северного Кавказа — Игорь Сопов, директор Центра современной кавказской политики

Реализация экономического потенциала Северного Кавказа невозможна без его адекватного освещения в СМИ. Масс-медиа являются именно тем инструментом, благодаря которому можно улучшить имидж округа и, следовательно, привлечь внимание потенциального туриста и инвестора. Северный Кавказ сегодня является лидером в области импортозамещения. Ставропольский край, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесия — эти регионы сегодня становятся драйверами роста сельхозпроизводства в России. Чечня — это нефтедобывающая промышленность. На Кавказе сильный промышленный кластер — «Кавказцемент», «Невиномысский азот» и другие.

Северный Кавказ имеет огромный потенциал развития внутреннего туризма. Создание в СКФО новых привлекательных для туризма мест — основной пункт в стратегии возрождения экономики региона. Кавказ — это родина туризма и всегда у граждан СССР ассоциировался не только с зимним отдыхом, а скорее круглогодичным, был главной здравницей в стране. Ежегодно здесь бывало более 13 млн туристов и отдыхающих. В 90-ые произошли процессы, которые практически ликвидировали туристическую отрасль на Кавказе.

Сейчас же количество туристов растет, постепенно возвращаясь к турпотоку, который был в советское время. В Северной Осетии уже начал работать первый национальный туроператор «Казбек-Тур». Компания уже разработала пять видов маршрутов, в планах вернуть республике привлекательность для гостей и выйти не только на российский, но и на международный рынок услуг.

К примеру, в зимний период 2015 года курорты Северного Кавказа — Архыз, Домбай и Приэльбрусье, посетили рекордное количество отдыхающих. Инфраструктура с таким наплывом не справилась — на дорогах пробки, а в гостиницах курортов мест не найти. Экономическая ситуация сейчас в округе уникальная для развития

туризма, поэтому властям туристических субъектов стоит обратить внимание на эту проблему, начать инвестировать в новые объекты и приводить в порядок те, что уже существуют. Для того, чтобы добиться оптимального результата, регионам необходимо привлекать частный бизнес к реализации проектов.

Чтобы достичь максимально положительного результата, необходимо больше рассказывать в СМИ о том хорошем, что происходит на Северном Кавказе. Именно эта цель и преследовалась, когда проводился Второй Форум СМИ СКФО. За все время работы было зарегистрировано более 700 участников. Работа велась сразу на нескольких площадках: на базе всесезонного курорта «Архыз», в отеле «Интурист» (Пятигорск), в Пятигорском государственном лингвистическом университете и Северо-Кавказском федеральном университете. В рамках форума также прошло пленарное заседание с участием заместителя председателя Правительства России Александра Хлопонина, полномочного представителя Президента РФ в СКФО Сергея Меликова, Министра по делам Северного Кавказа Льва Кузнецова, глав субъектов СКФО и других известных гостей. Модераторами заседания выступили ведущие телеканала «Россия 24» Дмитрий Щугорев и Максим Киселёв. Цель Второго Форума СМИ СКФО — показать федеральным все то хорошее, что есть на Кавказе.

Средства массовой информации активно стали включаться в работу по освещению тех экономических возможностей, которые есть на Северном Кавказе. Стали интересоваться уже не негативной кавказской тематикой, а тем, «где и как открыли и построили». Во время Форума представителям журналистского и экспертного сообществ провели экскурсию по курорту «Архыз». Участники Форума одними из первых смогли увидеть систему искусственного оснежения и освещения склонов курорта, не только ознакомились с этим местом, но и провели круглый стол, на котором обсудили перспективы развития туризма на Северном Кавказе. В итоге в центральных масс-медиа появилось много информации о развитии туристического кластера Северного Кавказа. Как результат — в январе 2015 года курорты СКФО — Домбай, Приэльбрусье и Архыз посетили рекордное количество туристов. 



Анвар ГАДЖИЕВ,
руководитель
представительства
АСИ в СКФО

О том, как создается на Северном Кавказе деловой климат — Анвар Гаджиев, руководитель представительства Агентства стратегических инициатив в СКФО

В декабре 2015 года в Пятигорске открылось представительство Агентства стратегических инициатив в Северо-Кавказском федеральном округе. Этот регион стал последним звеном в системе представительств АСИ, которые уже работают во всех федеральных округах, включая Республику Крым.

Агентство оказывает поддержку коммерческим, образовательным и социальным проектам, снижая административные барьеры, обеспечивая взаимодействие с органами власти, а также помогая в привлечении финансирования. Наше представительство ведет эту работу на уровне федерального округа, активно сотрудничает с Министерством по делам Северного Кавказа, Аппаратом полномочного представителя Президента РФ в СКФО и руководством всех субъектов федерации округа. На данный момент мы завершаем подготовку реестра проектов, реализуемых в округе, чтобы выделить и тиражировать лучшие практики.


Создание комфортного делового климата в регионах СКФО — еще одно направление работы представительства. АСИ разработан Региональный инвестиционный стандарт — 15 минимальных требований, основанных на лучших примерах наиболее эффективных в привлечении инвестиций регионов. Выполнение этих требований обязательно для каждого субъекта РФ, и представительство обеспечивает контроль за внедрением Стандарта на территории СКФО.

Оценить усилия всех органов власти в регионе по созданию благоприятных условий для бизнеса призван Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ, который АСИ формирует вместе с ведущими деловыми объединениями страны. Большая часть показателей Рейтинга основана на опросах региональных предпринимателей, поэтому представительство активно участвует в процессе.

В Северо-Кавказском округе успешно развиваются горнолыжные курорты, один из приоритетов региона — создание масштабного туристического кластера. Это хороший пример государственно-частного партнерства.



Привлечены крупные инвесторы, мы же стараемся завести в проекты малый и средний бизнес, максимально задействовать жителей округа. Здесь как раз важно, насколько удобно вести бизнес в регионе. Да, особые экономические зоны и налоговые преференции — это важно, но не меньшее значение имеют скорость и стоимость получения разрешительных документов, обратная связь, полнота информации об услугах, которые предоставляются предпринимателю. Мы работаем над прозрачностью и совершенствованием системы всех процедур для инвесторов.

Надеюсь, успешная практика реализации бизнес-моделей и опыт, которые есть в нашем арсенале, будет востребованы в создании туристического кластера. Ну а результатом нашей совместной работы, уверен, станет улучшение инвестиционного и предпринимательского климата на территории всего федерального округа. 

Moscow Raceway

#MeetTheTeam

Идея строительства автодрома международного уровня уже давно занимала умы наших соотечественников. Заявлялись проекты разного уровня, анонсировалось начало строительства, но до открытия не доходило.

>>>

Тем значительнее и важнее стало появление в 2012 году Moscow Raceway — первого российского автодрома международного уровня, омологированного под проведение Формулы-1.

Автодром стал не только первым реализованным стационарным объектом такого уровня, но и единственным на данный момент автодромом для F1, расположенном в центральном регионе, недалеко от Москвы. Исключительным проект делает и то, что он частный, построенный и функционирующий как коммерческий объект.

В этом году Moscow Raceway собирается принять уже четвертый сезон, и, несмотря на сложные экономические условия, он будет не менее ярким и интересным, чем предыдущие три.

С чего же все началось и как это работает? Конечно, многие вопросы может прояснить инициатор проекта, Рустем Терегулов. Но он, как никто другой понимает, как важно было подобрать правильных людей, сформировать команду профессионалов, которые будут отвечать за вверенные им части работы.

И именно поэтому о том, как работает трасса, как проводятся международные мероприятия, что стоит за ярким фейерверком и льющимся в конце гонки шампанским, лучше спросить именно у команды Moscow Raceway.

Алексей СЛАЩЕВ,
Известный авто-обозреватель,
колумнист рубрики
«Автоспорт» GR sport

Фото предоставлены
компанией «Moscow Raceway»



Рустем ТРЕГУЛОВ,
владелец и инициатор
проекта Moscow Raceway

> Начало начал

Рустем Маратович, с чего начался этот безусловно сложный и неоднозначный с точки зрения рентабельности проект?

>>>

Р.Т.: Решение о строительстве автодрома было принято нами в 2003 году, когда нашелся подходящий участок земли. Изначально в планах было строительство гоночной трассы среднего уровня, подходящей для проведения национальных соревнований. Планируемые инвестиции составляли около \$50 млн, и мы просто хотели, чтобы в России появилась хорошая кольцевая трасса. Но в начале 2005 года, когда мы начали сотрудничать с Германом Тильке, проектировщиком большинства действующих трасс Формулы-1, было решено построить трассу более высокого уровня, на которой можно будет проводить мировые гоночные серии, включая Формулу-1.

Для такого объекта важна транспортная доступность, и в Европе, например, стационарные автодромы чаще всего расположены не в непосредственной близости от крупных городов, но так, чтобы до них было удобно добраться на любом виде транспорта. Moscow Raceway расположен недалеко от столицы, на Новорижском шоссе — одной из лучших трасс в московском регионе. Добраться до нас можно и на электричке, в дни мероприятий мы организуем шаттлы и от станции Чисмена, и из Москвы. С точки зрения расположения автодрома, на наш взгляд, оно близко к идеальному.



Укладка финального слоя



Начало строительства, 2010 год



Август 2011 года

> Что нам стоит трек построить

Какие сложности возникали при проектировании и строительстве трассы?

>>>

Р.Т.: Были определенные трудности у немецких проектировщиков, возникли они на этапе создания рабочей документации. Трасса ведь должна соответствовать и требованиям, которые предъявляет FIA, и российским стандартам. Совместить некоторые из них оказалось очень сложно. Но, тем не менее, эти проблемы удалось решить.

Строительство автодрома началось в середине 2010 года и было завершено в 2012 году. Меня приятно удивил тот факт, что в России есть компании такого уровня, каким были наши подрядчики — «Автобан» и «Стройтех-5». Первые занимались строительством дорожного полотна, а вторые — зданиями и сооружениями. Качество работ отличное, мы занимаемся эксплуатацией трассы уже не первый год, и теперь можем сказать это наверняка. Кроме того, системами специальной электроники у нас на треке занимались профессионалы высочайшего уровня — концерн Siemens/PKE, и в итоге новейшая система электроники, установленная на трассе, работает отлично.



14-15 июля 2012 года на автодроме Moscow Raceway прошло первое в его истории мероприятие



Екатерина БЕЛЬЦЕВИЧ,
руководитель проекта
Moscow Raceway

> Три первых сезона

14-15 июля 2012 года на автодроме Moscow Raceway прошло первое в его истории мероприятие. Посмотреть на заезды формульных болидов Мировой Серии Renault (WSR) за уикенд собралось 85 тыс. зрителей. Масштабность мероприятия, огромный интерес со стороны посетителей и общая атмосфера праздника — вот чем запомнился этот первый уикенд трассы.

Почему именно WSR была выбрана для открытия автодрома?

>>>

Е.Б.: Открытие автодрома было для нас важным и сложным этапом, и сотрудничество с Мировой Серией Renault, поддержка с их стороны была особенно важна в тот момент. Уикенд Мировой Серии Renault — это праздник для всей семьи, а вход на мероприятие бесплатный. Именно в рамках уикенда WSR каждый может и увлекательные гонки посмотреть, и в тест-драйвах поучаствовать, и музей Renault посетить, и о новинках марки узнать. Кроме того, здесь предусмотрены детская программа и концерт звезд, то есть WSR — это действительно событие, которым стоит начинать и историю автодрома, и популяризацию автоспорта.

Ну а дальше? Автодром отработал уже три сезона, на Moscow Raceway прошли гонки самого высокого мирового уровня. Расскажите о них.

>>>

Е.Б.: Мировую Серию Renault мы принимали три раза подряд, это мероприятие пользовалось неизменным успехом у болельщиков. В прошлом году уикенд посетило 78 тыс. человек, а показательные заезды проводил действующий гонщик Формулы 1 Даниил Квят.

В 2013 году мы начали сотрудничать с чемпионатом мира в классе Туринг — FIA WTCC. Это необычайно зрелищное соревнование, борьба здесь кипит нешуточная, смотреть на такие гонки интересно всем без исключения. В прошлом году к серии присоединился Citroen и новый пилот — Себастьян Лёб, на уикенд собралось 20 тыс. зрителей.

В том же 2013 году мы начали принимать главную немецкую кузовную серию DTM, в которой борются три мировых гиганта автопрома — Audi, BMW и Mercedes. Мероприятие очень красивое, гонки великолепные, ведь каждый производитель прикладывает максимум усилий, чтобы победить и выглядеть достойно в целом. В прошлом году с DTM приезжали две гонки поддержки — Формула 3 и Кубок Volkswagen Scirocco. Уикенд получился очень насыщенным и интересным для посетителей, а их собралось около 50 тыс.

Что ждет нас в новом сезоне?

>>>

Е.Б.: Мы откроем сезон 2015 года уикендом Мирового Туринга 6-7 июня. Я думаю, многим уже полюбили этот чемпионат, да и открытие сезона собирает тех, кто за зиму соскучился по автоспорту мирового класса. Гонкой поддержки в этом году станет европейская Формула 4.



Вид с трибуны Mercedes AMG



Вид с natural stand

Что ждет нас в новом сезоне?

>>>

В июне, июле и сентябре у нас пройдут заезды Moscow Classic Grand Prix — международного открытого любительского лично-командного чемпионата по кольцевым гонкам на исторических и классических автомобилях. В соревнованиях принимают участие аутентичные исторические и классические автомобили, с момента выпуска которых прошло не менее 30 лет. Это будет крайне увлекательно.

В последний уикенд лета, 28-30 августа, у нас в третий раз в истории автодрома пройдет этап DTM. Я думаю, что зрители уже по достоинству оценили мероприятие, а мы приложим максимум усилий, чтобы сделать его только лучше, поэтому, надеюсь, посетителей станет только больше.

Ну, а что касается трек-дней? Смогут ли любители скорости попробовать свои силы на трассе?

>>>

Е.Б.: Да, конечно, мы проводим множество открытых трек-дней для автолюбителей. У нас есть и трек-дни для мотоциклистов, проводит их компания RaceTrackDays. Те, кто приезжал к нам хоть раз, редко отказывают себе в удовольствии покататься по настоящему треку еще. Мы ждем всех желающих, расписание трек-дней будет размещено на сайте в начале гоночного сезона.

> Перспективы развития

Каковы перспективы развития?

Каковы планы?

>>>

Е.Б.: Разумеется, автодром развивается. В 2014 году мы ввели в эксплуатацию новый центр приема посетителей, который расположен около главной трибуны.

Следуя рекомендациям FIA (Международная Автомобильная Федерация), мы расширили зоны вылета, поставили дополнительные шинные ограждения.

В ближайшей перспективе открытие на базе автодрома собственной школы вождения.

Мы, конечно, надеемся на инициативу со стороны партнеров и автопроизводителей, она позволила бы создать центр водительского мастерства. И опять же, при наличии интереса со стороны производителей, мы готовы построить трассу для внедорожников.

Конечно, нам очень хочется развиваться, ведь возможностей невероятно много. Поэтому мы всячески приветствуем интерес к автодрому и готовы к партнерству.

> Партнеры

Скажите пару слов о партнерах автодрома — кто они, каковы условия сотрудничества?

>>>

Е.Б.: Наш главный автомобильный партнер — компания Mercedes-AMG. В 2012 году мы заключили контракт на пять лет и очень признательны Mercedes-AMG, что еще до нашего открытия они поверили в нас и заключили соглашение о сотрудничестве. Эта компания проявила интерес к нашему треку раньше других и на пять лет стала эксклюзивным партнером в классе автопроизводителей. Именем компании Mercedes-AMG названы поворот, мост и трибуна. Кроме того, на автодроме действует академия AMG, здесь любой желающий может повысить мастерство вождения автомобиля.

Нашими партнерами являются также компании Kärcher и Kuosera. Брендигом Kärcher украшена парковка около Новорижского шоссе, она же названа именем компании. Компания Kuosera — IT-партнер автодрома, башня управления гонками носит название Kuosera Race Tower.

Постоянными клиентами Moscow Raceway являются компании Audi и Porsche Русланд, они на постоянной основе проводят у нас клиентские дни. С 2015 года мы на таких же условиях предоставляем компании Porsche Русланд VIP-ложу в здании центра приема посетителей, строительство которого завершилось в 2014 году. Мы также сотрудничаем с SMP Racing, которые являются промоутерами Российской Серии Кольцевых Гонок и Европейской Формулы 4.

Кроме того, у автодрома есть масса возможностей представить на трассе любого спонсора: брендировать повороты (всего их 15), мосты (их 8), трибуны, паддок, прямую старта-финиша и т.д. И это не считая рекламы на заборах, ограждающих трассу. Наш коммерческий отдел работает с потенциальными компаниями-спонсорами из самых различных секторов — с производителями масел и нефтепродуктов, страховыми и финансовыми компаниями, производителями напитков и так далее.



Академия AMG



Академия AMG



Евгения АСТАХОВА,
генеральный директор
автодрома
Moscow Raceway

> Будни автодрома

Но жизнь Moscow Raceway состоит не только из международных мероприятий. Круглый год автодром нужно поддерживать и эксплуатировать, а это ведь огромный спортивный комплекс, расположенный на территории 80 га. О том, что такое будни трассы, лучше всех знает генеральный директор автодрома, Евгения Астахова.

Что в Вашей работе самое сложное и как делать ее успешно?

>>>

Е.А.: Самое важное — это сформировать правильную команду. Люди должны быть ответственны и мотивированы, у нас не задерживаются те, кто не увлечен общим делом. Здесь все-таки гонки проходят, в них важны секунды, поэтому и наша работа должна быть порой сделана за минуты и с безупречным качеством. От качества работы сотрудников автодрома зависит и безопасность гонок, и то, какую картинку увидят зрители, а ведь аудитория у гонок многомиллионная по всему миру.

Ситуации бывают самые разные, автогонки непредсказуемы. Если машины вылетела за линию трассы, врезалась в гардрель, то эту самую гардрель заменить нужно почти моментально, а это не просто. Поэтому я очень ценю людей, которых подобрала за эти несколько лет работы, они знают автодром досконально, готовы работать перед началом сезона днем и ночью, но к моменту приезда серии на трассе все будет идеально.

Автодром ожидает уже четвертый сезон. Какие новые задачи придется решать?

>>>

Е.А.: Мы постоянно оптимизируем расходы, это очень важно, ведь Moscow Raceway — коммерческий объект. Но при этом мы не только не снижаем качества, но и стараемся его постоянно улучшать. Это отмечают и представители серий, которые приезжают к нам из года в год.

Например, Ханс Вернер Ауфрехт, глава компании ITR, которая организует DTM и владеет правами на знаменитую гоночную серию, назвал этап на Moscow Raceway лучшим в этом году с точки зрения организации.

ФОРМУЛА Е

Электрический потенциал будущего

Фото предоставлены пресс-центром московского этапа Чемпионата Формула Е



С самого начала своей истории автомобильные гонки были не просто развлечением или спортом в чистом его виде, но и, в первую очередь, полигоном, где испытывались и разрабатывались самые новые идеи и инновационные технологии автомобилестроения. Сейчас одна из самых популярных тем — это перспективы автомобилей с двигателем, работающим на электротяге. 6 июня 2015 года в самом центре Москвы пройдет девятый этап первого в истории мирового автоспорта сезона Чемпионата FIA Формула Е.

Автоспорт в России

Автомобиль — это общепризнанная высокотехнологичная «игрушка» человечества. После произошедших в нашем обществе в конце 80-х — начале 90-х политических и экономических перемен автомобиль перестал быть дефицитом, стал относительно доступным, и превратился в обычное средство передвижения. В страну пришло немало мировых производителей. В свою очередь, и автомобильный спорт стал доступным и нашел своих поклонников в нашей стране.

В России проводятся различные соревнования национального и международного уровня, несколько десятков российских гонщиков выступает в престижных мировых и европейских сериях. Есть все предпосылки для того, чтобы Гран-при Формулы-1 прижился у нас и стал регулярным и ежегодным событием. Формула-1 — это вершина автомобильного спорта.

Аудитория «первой формулы» еще не так высока, как можно было бы предположить для такого статусного вида спорта, но она растет. Безусловно, это в том числе заслуга Виталия Петрова, выступавшего три года в Формуле-1. Он

повысил уровень общественного интереса к Формуле-1 и автоспорту в целом. В итоге общий прирост аудитории за три года составил около 20 процентов.

Россия имеет большие достижения еще в одном мировом чемпионате — это серия гонок «на выносливость» или чемпионат FIA WEC. Российская команда G-Drive во главе с Романом Русиновым в лидерах международных гонок, а также демонстрирует прекрасный пример правильного маркетинга в большом спорте без господдержки.

В кольцевых гонках, сейчас сложилась наилучшая ситуация за все годы постсоветского периода. После распада СССР страна осталась вообще без кольцевых гоночных трасс, так как основные действующие находились в Риге, Каунасе, Киеве и Тбилиси: в Союзе было пять-шесть активно функционирующих трасс, и все —



за пределами РСФСР. Сегодня в России появился Сочи Автодром, принявший в октябре 2014 Гран-При Формулы-1, функционирует уникальный автодром Moscow Raceway в Волоколамском районе, также есть трасы в Смоленске, Красноярске, Нижнем Новгороде, Казани, Санкт-Петербурге... Это автодромы разного уровня, но все они соответствуют присвоенным категориям, принимают серьезные соревнования, в том числе этапы мировых и европейских серий.

Формула Е

Помимо традиционных серий спортивных (кузовных) и гоночных (формулических) автомобилей, международная автомобильная федерация (FIA) в последнее время развивает соревнования на электромобилях — Формулу Е.

Задача более глобальна, чем просто развитие новой серии, нового класса и со-



революционных: в число задач Международной автомобильной федерации, входит не только автомобильный спорт, но и вопросы автомобилизации, безопасности движения, влияния автомобильной промышленности и культуры на мировое сообщество. Федерация занимается глобальными стратегическими вопросами, в число их входит экология автотранспорта, включая развитие направления электрокаров. Электрический автомобиль более чист и в перспективе более эффективен. А учитывая то, что автомобильный спорт — это один из способов введения в практику, испытания и отработки технических инноваций, а также презентация и продвижение технических

новинок, перспективы у проекта Формулы Е очень большие.

В дебютном сезоне Формулы-Е 2014/2015 уже прошли четыре этапа: в Китае, Малайзии, Уругвае и Аргентине. Вскоре поклонников электрической гоночной серии ожидает пятый этап чемпионата, который пройдет в Майами, США 14 марта. Российский этап Формулы-Е состоится 6 июня. Гонка электромобилей с открытыми колесами пройдет на городской трассе в Москве, которая будет проложена около Кремля.

Специальный автодром для проведения ePrix не нужен, ведь главное отличие этой серии, в частности, от Формулы-1 в организационном плане — это то, что этапы проходят в центрах крупнейших мировых городов, до места соревнований будет легко добраться на общественном транспорте, а фоном станут красивые и известные достопримечательности. Как считает промоутер Формулы Е Алехандро Агаг, такой подход может продемонстрировать зрителям, что электрические автомобили могут реально войти в их жизни, если люди видят их там, где они по идее и будут ездить — в городе. Эту позицию разделяет и президент Международной автомобильной федерации Жан Тодт.

Чемпионат Формулы Е на болидах с полностью электрическими двигателями ставит своей целью привлечение более молодой аудитории поклонников автоспорта, заинтересованных в экологически чистых средствах передвижения.





Светлана КОРШУНОВА,
глава компании Korsa Media,
генеральный директор
компании «Формула Е
Рейсинг», организатор
московского этапа
Чемпионата Формула Е

— Светлана, какие категории спонсоров могут быть у московского этапа Формулы Е? Есть ли кандидаты? В чем преимущества для маркетинговых партнеров Moscow ePrix?

— Существует несколько категорий в чемпионате, которые уже «закрыты» эксклюзивными глобальными партнерами — DHL, Michelin, Tag Heuer и некоторыми другими компаниями, которые не так широко представлены на российском рынке. Партнерами московского этапа могут стать компании, которые разделяют основные ценности чемпионата — экологичность, инновации и технологии. Formula E Moscow ePrix — это возможность войти в контакт с аудиторией, которая исчисляется сотнями тысяч зрителей, и реализовать задачи как в B2C, так и B2B секторе.

— Какие дивиденды может принести Формула Е Москве, учитывая что в столице практически нет ни электромобилей, ни заправочных станций для них?

— Мы организуем этап Чемпионата Formula E Moscow ePrix при поддержке Правительства Москвы. Последние семь лет благодаря его участию мы с успехом проводили ежегодное автоспортивное шоу Moscow City Racing, итоги которого каждый год были показательными — это говорит о высокой заинтересованности в подобных мероприятиях не только со стороны администрации города, но и среди жителей столицы.

Проведение этапа Чемпионата Formula E Moscow ePrix обеспечит привлечение инвестиций в городской бюджет за счет роста посещаемости туристических достопримечательностей, а главное — выполнения задачи по созданию условий для устойчивого развития внутреннего туризма столицы, благоприятного инвестиционного климата и позитивного имиджа Москвы.

— Кто несет финансовые риски по подготовке и проведению Moscow ePrix?

— Подготовка и реализация мероприятия осуществляется на внебюджетные средства, за счет организатора.

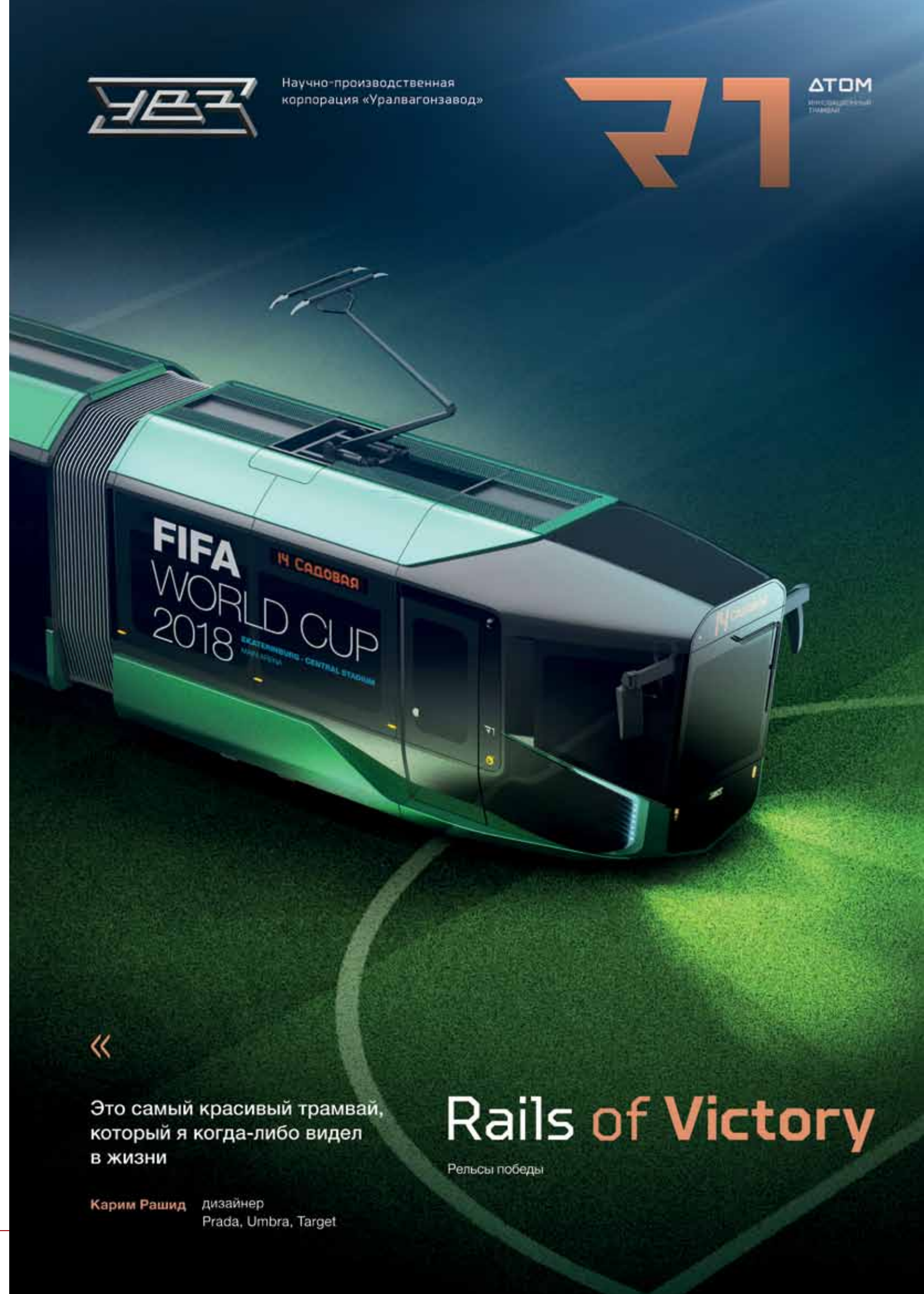


— Может ли Россия сразу занять какую-то свою нишу в этом глобальном проекте? После закрытия проекта Ё-мобиль может ли, по-Вашему мнению, в стране в ближайшее время появиться электрический автомобиль?

— Чемпионат Формула Е — яркий пример воплощения современных исследований и разработок, представляет собой видение будущего автомобильной промышленности и городского транспорта. Его целью является повышение общего интереса к электрическим транспортным средствам и экологически устойчивым транспортным системам. Мы рассчитываем, что проведение одного из этапов чемпионата в Москве сможет положительно повлиять на развитие рынка электромобилей в России и поможет привлечь внимание к вопросам социальной и экологической ответственности.

— Будут ли возможности увидеть собственные разработки команд, как это происходит в Формуле-1, где ежегодно разыгрывается Кубок Конструкторов?

— В первый сезон Формулы Е командам разрешено использовать исключительно однотипные автомобили Spark-Renault SRT_01E, одинаковые для каждой команды. Лишь начиная со второго сезона, конструкторам будет позволено создавать собственные электромобили. Организаторы Формулы Е планируют, что чемпионат соберет нескольких производителей и будет основой для развития технологий для электромобилей. [es](#)



Научно-производственная
корпорация «Уралвагонзавод»



АТОМ
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ
ТРАМВАЙ



Это самый красивый трамвай,
который я когда-либо видел
в жизни

Rails of Victory

Рельсы победы

Карим Рашид дизайнер
Prada, Umbra, Target

ТРАМВАЙ

Откровенное интервью
от создателя
легендарного трамвая

R1



Максим КУЗИН,
главный инженер
«ОКБ Атом»

В июле 2014-ого года администрация Екатеринбурга выразила готовность приобрести 50 вагонов трамвая будущего к Чемпионату мира по футболу 2018. Главный инженер «ОКБ Атом» Максим Кузин рассказал о том, почему именно R1 должен обеспечивать трафик поклонников футбола со всего мира на грядущем Кубке FIFA, а также поделился подробностями серийного производства самого инновационного российского трамвая

— Из всех проектов, подготовленных к Чемпионату мира по футболу, R1 обещает внести, пожалуй, самое радикальное изменение в облик российских городов. Как Вы сегодня оцениваете готовность к этим переменам со стороны городских администраций?

— Люди, которые принимают решение о покупке транспорта в городах, как правило, ориентируются в первую очередь на экономические показатели. С этой точки зрения R1 — лучшее решение. Что касается дизайна и инжиниринга, здесь мы руководствовались мировыми стандартами и в чем-то их превзошли. Важно было осуществить прорыв. Этого требует состояние городского транспорта и городского дизайна. За пределами центра Москвы эти вопросы мало кого заботят, но такое большое событие, как Чемпионат мира, должно заставить задуматься о том, в каком ущербном состоянии пребывают наши улицы с дребезжащими коробками, которые мы называем трамваями. Мы очень хотим изменить такое положение дел и поэтому предложили радикальное решение в виде концепции R1.

R1 воплощает наше видение будущего России в ближайшие 15-20 лет. Это первый шаг к большим изменениям. Это оценили профессионалы индустрии. Крис Бэнгл, который до 2007-ого года был

шеф-дизайнером BMW Group, сказал, что не ожидал увидеть в России промдизайн подобного уровня. Росс Лавгроув, Карим Рашид, Мурат Гунак — все высоко оценили нашу работу. Футуристичный внешний вид трамвая, как возможная причина его несовместимости с ландшафтом российских городов, лишь спекуляция, намеренно подогреваемая конкурентами, обоснованно опасаящимися за свою долю рынка. Фокус-группы, наблюдение за реакцией людей, комментарии в интернете — все это явно демонстрирует, что люди ждут эти машины и хотят видеть их в своих городах. Надеюсь, разум победит. Будет обидно если первый за долгое время продукт мирового уровня, созданный в России, будет эксплуатироваться только за границей.

— Презентация трамвая вызвала большой резонанс в медиа, а ОКБ «Атом» получил отзывы от ведущих представителей промдизайна. Это как-то помогло найти заказчиков на международных рынках? Кто проявил коммерческий интерес за пределами России?

— Это, в первую очередь, позволило вести диалог с ведущими мировыми производственными и инженерными компаниями, общаться на равных, напрямую перенимать опыт мировых профессионалов промышленного дизайна. R1 стал для нас своего рода пропуском в закрытый клуб. Так же нужно понимать, что «Атом» ориентирован, в первую очередь, на разработку собственных продуктов и вывод их на рынок, поэтому целевая аудитория для нас скорее не заказчики, а инвесторы.

Нам близки патристические идеи. В первую очередь хотелось бы сотрудничать с государством или, как минимум, с российскими корпорациями. Усиливать позиции России, как страны, способной производить качественный технологичный продукт. Какое-то время мы делали ставку только лишь на российские инвестиции, намеренно не вступая в диалог с иностранными инвесторами. Сейчас мы пересмотрели этот аспект стратегии и начинаем налаживать связи с партнерами из Китая, Арабских Эмиратов, США.

Человеческая жизнь ограничена во времени, а идей у нас очень много. Поэтому если какие-то из них не находят поддержки в России, мы реализуем их в сотрудничестве с другими странами.





— В каком формате строятся отношения с иностранными партнерами? Есть какая-то особая стратегия?

— Да, конечно. Наша стратегия состоит в поэтапном создании удачного партнерства с минимизацией рисков.

Во-первых, мы тщательно отбираем несколько десятков потенциальных подрядчиков для того или иного узла, просчитываем большое количество критериев по собственной методике. Затем выбираем компанию, заказываем услуги и продукты. Оцениваем качество, аудлируем процесс совместной работы, проводим стресс-тесты, чтобы выявить надежность намерений потенциального партнера и модель его поведения в критических ситуациях. После договариваемся о переходе на российские материалы с n-го комплекта продукта, сохраняя производство деталей на территории партнера.

Постепенно наращиваем рабочие компетенции по конкретным производственным операциям у себя. В обязательном порядке проводим эксперимент, сравнивая качество изделий, получаемых по локализованному циклу. В конце концов, перемещаем производство в Россию, договариваясь о постоянном участии специалистов партнера на нашем производстве, методике аудита и доле в прибыли.

— Когда состоятся испытания опытного образца, и насколько он отличается от прототипа, представленного на ИННОПРМ 2014?

— Испытания запланированы на конец сентября. Внешне серийная версия R1 выглядит более спокойной и сдержанной, а внутри она стала технологичнее и совершеннее. Немного изменилась конструкция вагона. Сейчас в нем одна кабина, а двери расположены с одного борта. Мы немного уменьшили угол наклона кабины с 12-ти градусов до 6-ти. Передние двери приобрели более классическую прямую форму в нижней части. За счет этого проход в вагон стал удобнее. В прототипе функцию зеркал заднего вида выполняли видеокамеры. В соответствии с требованиями, предъявляемыми российскими стандартами, нам, все же,

пришлось установить зеркала. В базовой комплектации по-прежнему есть климат-контроль пассажирского салона и кабины водителя, мониторы высокого разрешения, Wi-Fi, аудиосистема и регулятор интенсивности освещения. В задней части появился комфортный диван для 3-х пассажиров, порты USB и розетки 220В. Серийный R1 вмещает 195 пассажиров (из расчета 8 чел./м²), предоставляя им 46 сидячих мест.

— Для того чтобы построить прототип Вам пришлось на долгое время переехать в Екатеринбург, где Вы каждый день работали на Уралтрансмаше, поддерживая постоянный контакт с рабочими. Серийное производство тоже может потребовать Вашего присутствия на каком-то этапе?

— Команда, собиравшая прототип на заводе, приобрела необходимый опыт. Ребята освоили принципы бережной сборки, вышли на новый уровень точности и аккуратности. Уверен, что при создании опытного образца процесс работы будет идти намного проще и быстрее, но, безусловно, под моим контролем и с постоянным участием наших инженеров.

Это было увлекательное время! Работать приходилось ежедневно по 16-18 часов на протяжении почти 5-ти месяцев, с очень редкими выходными. Если честно, я готов еще раз погрузиться в такой безумный режим безвылазной работы в чужом городе. Только на этот раз я хотел бы собрать самолет или спорткар.

— ОКБ «Атом» планировал запустить серию к концу 2015-ого, и в беседе с РБК Вы отмечали, что для этого потребуется «достроить производственные линии на УВЗ и, вероятно, развернуть дополнительный сборочный цех под Москвой». Как обстоят дела с расширением производства?

— Мы смоделировали производственный процесс, оценили необходимую мощность и, в итоге, нашли очень компактное решение. Сейчас, после оптимизации, требуется лишь небольшой новый цех для финишной сборки. Это так называемое «отверточное производство» требует очень скромных



затрат. В остальном, мощностей «Уралтрансмаш» более чем достаточно, это хорошо оснащенный для наших целей, современный завод.

— В июле прошлого года были подписаны договоренности о намерениях администрации Екатеринбурга приобрести 50 вагонов к 2018-ому году. Будут ли эти намерения реализованы?

— Не могу говорить от лица людей, принимающих решение о поставках, но знаю наверняка, что общественный транспорт просто необходимо реанимировать и не только в Екатеринбурге. Очевидно, что наши города должны подготовиться к такому масштабному событию, как Кубок мира, и, насколько мне известно, наше предложение сегодня вне конкуренции. Мы, кстати, уже подготовили дизайн с использованием официальной символики FIFA. И дело не только в дизайне, важнее то, что прототип R1 почти на 80% был собран из деталей российского производства. 79,5% комплектующих для трамвая произведены в России, остальные — в Австрии (16%) и Германии (4,5%).


— Останется ли этот показатель на таком высоком уровне в процессе серийного производства?

— Политические обстоятельства, конечно, толкают нас к увеличению этого показателя, однако изоляция от технологий и материалов иностранных партнеров губительна. Потому что за понятием импортозамещение часто скрывается установка сделать то, что сейчас покупаем. Не делать лучше, а постараться сделать также, скопировать. Это обидная цель для тех людей, которые на самом деле

способны конкурировать и создавать объективно востребованные качественные продукты.

Если раньше я был настроен на увеличение доли российских материалов и узлов в машине, сейчас я ориентирован, в первую очередь, на продукт ультимативного качества для иностранных рынков. Я не ощущаю реальной поддержки импортозамещения со стороны государства. Совещания и мероприятия по этой теме отнимают время, а взамен не дают ничего. Разрыв между сигналами правительства и реальностью на местах, формами поддержки тех, кто сейчас создает машины, колоссальный.

Пока я вижу, что финансовую поддержку получает лобби старой формации — автопроизводители, очень глубоко втягивающие иностранных поставщиков и специалистов в свои производственные процессы. Слова очень сильно расходятся с реальными действиями. Обещают помочь, но на деле этого не происходит. Лучший результат, к которому может привести замещение импортных компонентов и сырья — сохранение себестоимости конечного продукта внутри страны. Когда твои продукты покупают за рубежом, вопрос использования в их составе импортных компонентов вообще не стоит, ведь экспортируя ты гарантированно обеспечиваешь приток финансов на внутренний рынок.

Я убежден, что создание продуктов на экспорт — вектор, вокруг которого должны группироваться усилия людей и инвестиционные финансовые потоки. Нужно производить качественные и технологичные продукты, которые все захотят купить. Вот что важно. 



Финансовый Fair Play

«Честные» деньги в футболе

Финансовый Fair Play (FFP) направлен на достижение баланса между доходами и расходами клубов и снижения дефицита бюджета футбольного клуба. Единые правила для европейских клубов были впервые введены в 2011 г. и после этого, для участия в турнирах под эгидой УЕФА клубам (в том числе российским) необходимо на регулярной основе подтверждать свое соответствие правилам «честной игры» в области финансов.



Александр КАРДАШ,
менеджер Практики
консультирования
спортивных
организаций PwC



Егор ТКАЧЕНКО,
консультант Практики
консультирования
спортивных
организаций PwC

В этом году, учитывая сложную макроэкономическую ситуацию в России и существенную девальвацию рубля, российские клубы наиболее остро ощутят на себе сложности соответствия правилам FFP (в первую очередь вследствие того, что спонсорские контракты, в основном, номинированы в российских рублях, а зарплаты футболистов, в евро или долларах).

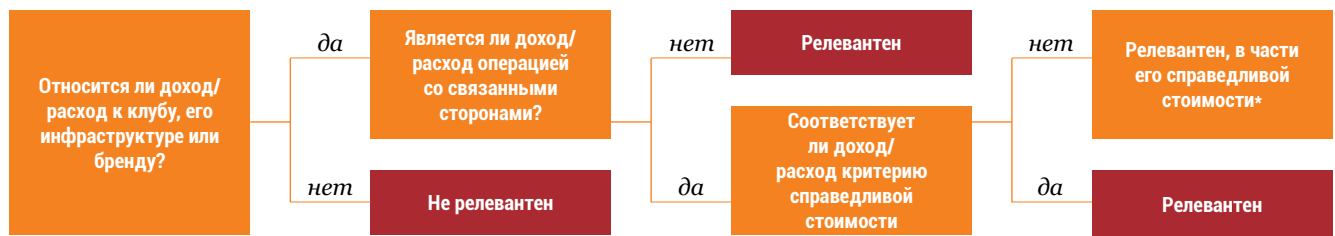
В статье проанализированы основы правил FFP, процедуры расследования со стороны УЕФА, а также возможные последствия для клубов, которые по тем или иным причинам не проходят проверку на соответствие FFP. Представители Практики консультирования спортивных организаций PwC Александр Кардаш и Егор Ткаченко анализируют трудности, с которыми сталкиваются российские клубы и приводят список инициатив, которые, на их взгляд, могут способствовать улучшению ситуации в части соответствия правилам FFP.

> Финансовый Fair Play: обзор требований

Одним из основных показателей, который контролирует УЕФА, является показатель дефицита бюджета футбольного клуба. Дефицит бюджета футбольного клуба (далее — «дефицит безубыточности») определяется как разница между «релевантными доходами» и «релевантными

расходами» ФК в соответствии с «Правилами лицензирования футбольных клубов и финансового Fair Play UEFA». Механизм определения релевантности доходов и расходов представлен на графике ниже.

Анализ доходов/расходов на предмет отнесения к релевантным



*Не допускается переоценка доходов в большую сторону и расходов в меньшую сторону

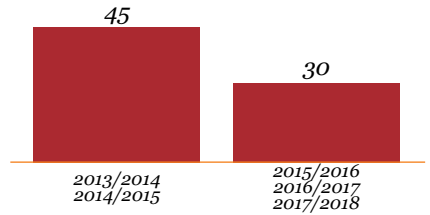
Критерии релевантности доходов:

- ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.** Напрямую относятся к деятельности клуба
- МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ** Близость к стадиону или базе клуба
- БРЕНД.** Возникают в результате непосредственного использования бренда клуба

Допускается снижение релевантных расходов на следующие величины:

- > Расходы на подготовку спортивного резерва;
- > Процентные расходы, связанные со строительством инфраструктуры и стадионов;
- > Расходы, связанные с социальной ответственностью клуба;
- > Неденежные расходы (амортизация).

Дефициты безубыточности переходного периода (млн евро)



Отклонения от дефицита безубыточности должны быть покрыты за счет прямых вложений собственников клуба.

> Процедура проведения проверки со стороны УЕФА



> Во многих случаях по результатам расследований УЕФА заключает с клубами мировые соглашения



Заключенные мировые соглашения:

- > ФК «Манчестер Сити»;
- > ФК «ПСЖ»;
- > ФК «Галтасарай»;
- > ПФК «Левски София»;
- > ФК «Транбзонспор»;
- > ФК «Бурсаспор»;
- > ФК «Зенит»;
- > ФК «Анжи»;
- > ФК «Рубин».

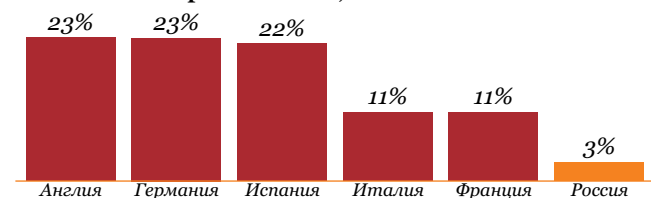
Мировые соглашения с ФК «Рубин» и ФК «Зенит»

- > Максимальный дефицит безубыточности установлен на уровне в 30 млн евро в 2015 году и на уровне нуля с 2016;
- > Ограничение роста зарплат на 2 ближайших года;
- > Ограничение заявки на еврокубковый сезон до 21-22 человек;
- > Штраф в размере 12 млн евро для ФК «Зенит», 6 млн евро — для ФК «Рубин». Большая часть штрафа может быть снята в случае выполнения условий мировых соглашений.

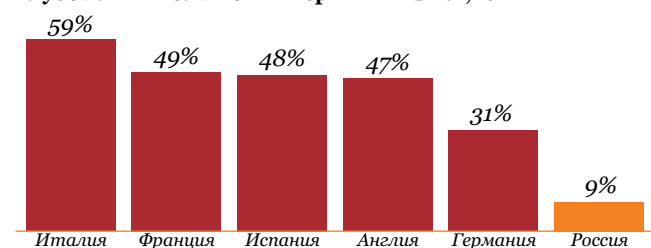
Источник: сайт УЕФА

> Вызовы, стоящие перед российскими клубами, в контексте финансового Fair Play. Ключевые вопросы

Доходы в дни матча в общей выручке клубов лиг «Большой пятетки» и РПЛ, %



Доходы от реализации медиа-прав в общей выручке клубов лиг «Большой пятетки» и РПЛ, %



- > Значительная доля финансирования клубов — это спонсорские контракты и прочие доходы;
- > Существенная часть бюджетов клубов направляется на финансирование краткосрочных расходов, а инвестиции, связанные с долгосрочным устойчивым развитием, ограничены (инфраструктура, детско-юношеский футбол и т.д.);
- > Лишь у малого числа клубов есть долгосрочная стратегия развития с целевыми показателями для увеличения коммерческих доходов;
- > Обесценивание рубля оказывает дополнительное негативное влияние на бюджеты клубов и требует дополнительного финансирования от инвесторов и спонсоров;
- > Некоторые клубы финансируются из региональных бюджетов или государственными компаниями, которые не рассматривают спонсорство клуба как взаимовыгодное сотрудничество, а как социальную ответственность.

> Некоторые меры, которые могут позволить клубам добиться соответствия требованиям финансового «фейр-плей»

- Нейминговые права.** Реализация нейминговых прав приносит существенный денежный поток и привлекательна для партнеров клуба.
- Управление инфраструктурой.** Эта группа включается в себе увеличение выручки в дни матчей (кейтеринг, VIP/корпоративные-ложи) и использование прилегающей к стадиону инфраструктуры (парковка, тренировочные поля и т.д.)
- Структурирование спонсорских соглашений.** Спонсорские соглашения могут носить взаимовыгодный характер, и клубы должны удостовериться, что партнерам был предложен максимально широкий и привлекательный объем услуг.
- Структурирование юридических взаимоотношений.** У клубов, как правило, сложная организационная структура, поэтому реструктуризация может иметь преимущества с операционной, юридической и налоговой точек зрения.
- Развитие бренда.** Узнаваемый бренд привлекает дополнительных спонсоров и помогает увеличить выручку в дни матчей.
- Управление валютными рисками.** Использование различных инструментов валютного хеджирования может помочь клубам снизить риски, связанные с изменением курса рубля.

> Выводы

Введение правил финансового Fair Play оказывает позитивное влияние на финансовое положение европейских клубов. Суммарные убытки клубов высших европейских дивизионов за последний финансовый год сократились до 800 млн евро с рекордного уровня в 1,7 млрд евро в 2011 году. Однако, форс-мажорные обстоятельства (резкое обесценение курса национальной валюты, нестабильная макроэкономическая ситуация и т.д.) накладывают существенные ограничения на возможность футбольных клубов органично развиваться. В связи с этим, вероятно, что решение о соответствии/несоответствии клуба правилам FFP должно приниматься с учетом эффекта от форс-мажорных внешних обстоятельств, на которое руководство клубов не могло повлиять. При этом, клубам необходимо продемонстрировать УЕФА наличие четкого плана действий и проработанной стратегии по достижению устойчивого соответствия правилам FFP, чтобы рассчитывать на успешное взаимодействие с регулятором.



Сергей ЧЕБАН,
Исполнительный директор Российской футбольной Премьер-лиги

Руководители клубов четко себе представляют, что такое финансовый Fair Play и очень серьезно к этому относятся. Ряд клубов у нас уже прошел проверку на соответствие требованиям FFP в тестовом режиме, а ряд клубов уже подвергся проверке со стороны УЕФА, некоторые из них уже были оштрафованы. То есть мы уже полностью находимся на территории Fair Play.

В соответствии с нашим планом проведена рабочая встреча с Андреа Траверсо, руководителем департамента лицензирования УЕФА. Главная тема — проект Fair Play — мы бы хотели понимать динамику, реализацию правил FFP в других странах, что нового в УЕФА по этому направлению. Лигой и российскими клубами было принято совместное решение о написании стратегии развития и дорожной карты, которые убедили бы представителей УЕФА в том, что клубы РФПЛ делают все возможное на существующем рынке, чтобы полностью соответствовать требованиям УЕФА, в том числе Fair Play. Была представлена презентация о ходе разработки Стратегии развития Российской футбольной Премьер-лиги до 2020 года с нашим консультантом компанией Deloitte. Также на этой встрече клубами было рассказано о тех конкретных шагах, которые мы сделали. Заключительным, итоговым документом будет дорожная карта с необходимым набором мероприятий и действий, которые мы должны предпринять чтобы выйти на другой, более высокий уровень. Кроме того, в настоящее время идет очень активная модернизация «Лиги-ТВ»: там заменен менеджмент и рассматривается новая концепция показа чемпионата России, которая позволит привлечь и зрителей, и наших партнеров для совместной работы.

Клубы РФПЛ выступили с рядом предложений к УЕФА. Они акцентировали внимание на том, что все-таки необходимо учитывать особенности рынка России, потому что как бизнес-единица Российская футбольная Премьер-лига действует в рамках тех законов, условий и экономических реалий, которые сегодня объективно существуют на территории страны, и есть определенные нюансы. На что Андреа заявил о том, что у УЕФА одни правила для всех и никаких особых поблажек не будет, но, тем не менее, те шаги, которые мы предпринимаем, наше поступательное движение обязательно будет учитываться при принятии решений в вопросах FFP, то есть санкции не будут такими жесткими. Вместе с тем Андреа отметил, что к июню будет разработан проект нового регламента по финансовому Fair Play, где будут учтены опыт наработанный УЕФА и клубами, а также те подводные камни, которые всплыли в ходе реализации этого проекта. [↗](#)

Педро Пинто:

«УЕФА осознаёт, что России нужно время, чтобы перейти от модели меценатства к коммерческой модели»



Об отношении УЕФА к финансовой ситуации в российском футболе, попыткам клубов соответствовать требованиям FFP, а также о возможностях ЕВРО-2020 GR sport рассказал Педро Пинто, пресс-секретарь УЕФА

— Педро, как Вы оцениваете финансово-экономическое состояние РФПЛ и ее клубов, а также реализацию принципов финансового Fair Play в России?

— Я думаю, было бы справедливо сказать, что Российская футбольная Премьер-лига находится сейчас в важной фазе развития. Уровень игры на поле всегда был очень хорошим, но сейчас мы наблюдаем и прогресс в сфере профессионального менеджмента клубов. Клубы однозначно получают огромную пользу от предстоящего ЧМ-2018, так как в данный момент в футбол привлекается очень много инвестиций. Для меня нет сомнений, что открытие новых стадионов приведёт к увеличению посещаемости и доходов. Я также считаю, что новые арены и новая инфраструктура вокруг них делает футбол в России более привлекательным для коммерческих партнеров и спонсоров.

Что касается финансового Fair Play, насколько я знаю, российские клубы приложили огромные усилия для соблюдения его правил, несмотря на то что это не просто на данный момент, особенно если учитывать нюансы футбольной собственности в стране.

Традиционно, клубы имели владельца или спонсора, который оказывал содействие в финансовом отношении, а, как вы знаете, в соответствии с новыми правилами FFP, УЕФА требует от клубов конкурировать только в пределах своих доходов. Иными словами, денежные инъекции от владельцев не допускаются, если они не используются для инвестиций в инфраструктуру или для вложений в развитие клуба. Мы осознаём, что нужно время, чтобы перейти от модели меценатства к коммерческой модели,

но в то же время были воодушевлены изменением менталитета российских клубов и работой, которая ими уже проделана. Клубы РФПЛ демонстрируют, что они очень профессиональны, позитивно настроены, и делают все возможное, чтобы соблюдать правила FFP. Будущее выглядит ярким!

— В чем преимущества нового формата Евро-2020, который пройдет в 13 городах? Увеличит ли такой формат доход УЕФА?


— УЕФА ЕВРО-2020 будет праздником футбола для Европы. Так как Чемпионат Европы празднует свое 60-летие в 2020 году. Это идеальный способ, чтобы дать поклонникам по всему континенту шанс стать частью этого футбольного праздника. Такой формат турнира означает, что некоторые небольшие европейские страны, которые никогда не могли принять ЕВРО самостоятельно, получают шанс провести матчи на их территории.

Насколько увеличатся доходы, еще слишком рано обсуждать. Коммерческая концепция для ЕВРО-2020 еще не завершена, но мы считаем, что для спонсоров и вещателей, проводящих турнир в 13 различных странах, а, значит, на 13 различных рынках, коммерческий эффект, безусловно, будет положительным.

— Будет ли, по Вашему мнению, Санкт-Петербург популярным для посещения среди болельщиков Евро-2020? Какие преимущества имеет российский город перед остальными территориями проведения матчей?

— Санкт-Петербург известен во всей Европе как красивейший город. Я был там и знаю, что этот мегаполис может предложить всем поклонникам с точки зрения природных красот и туристических достопримечательностей. Это город, который также имеет богатую футбольную историю, с его командой «Зенит», выигравшей три из последних семи титулов в российской Премьер-лиге. Будем надеяться, что на новом стадионе и вокруг него во время турнира в 2020 году будет отличная атмосфера.

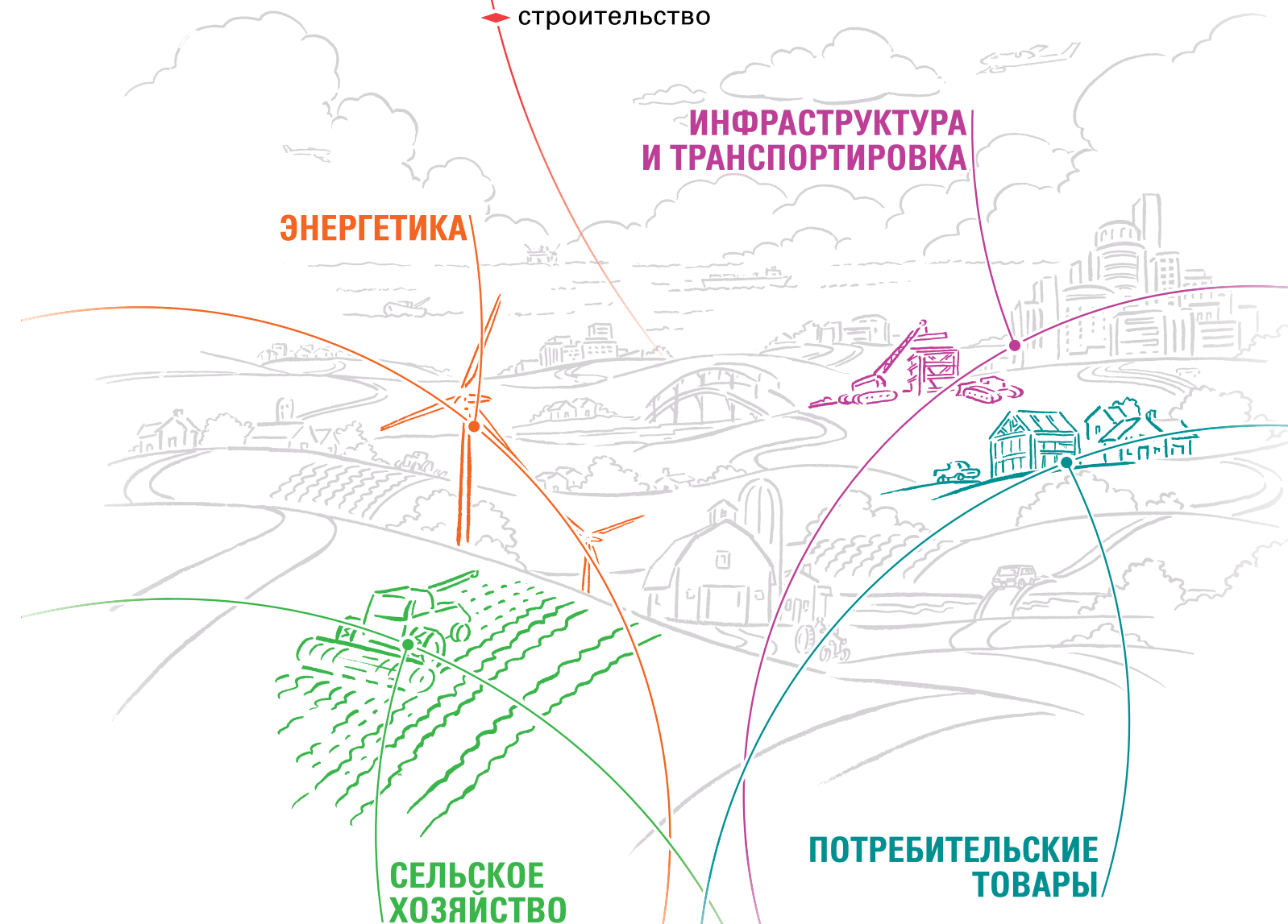
— Как Вы считаете, оправдались ли ожидания ОАО «Газпром» по улучшению его имиджа в мире благодаря партнерству с УЕФА? Насколько серьезный ущерб репутации компании и УЕФА, на Ваш взгляд, был нанесен выступлениями болельщиков на футбольных матчах (размещение плакатов и выкриков) в связи со сложной политической ситуацией? Будут ли клубы каким-то образом наказаны за поведение своих болельщиков?

— Газпром был официальным партнером Лиги чемпионов УЕФА с 2012 года, и активно вовлечен в проведение соревнований через предоставление своих эксклюзивных услуг и продуктов. Как одна из крупнейших в мире компаний по добыче природного газа в мире, Газпром является важным партнером. Что касается некоторых протестов, которые имели место, мы считаем, что каждый имеет право на свободу слова, и мы уважаем это право. 



Компания Dow присутствует в России более 40 лет и, полагаясь на многолетний опыт научно-исследовательской деятельности и глобальное присутствие, предлагает заказчикам широкий спектр базовых и специализированных пластиков и химической продукции для различных отраслей промышленности:

- ◆ автомобилестроение
- ◆ водоочистка и водоподготовка
- ◆ кабельная промышленность
- ◆ мебельная промышленность
- ◆ нефтегазовая отрасль
- ◆ производство бытовой техники
- ◆ производство упаковки
- ◆ сельское хозяйство
- ◆ строительство





Интервью: Ольга КАРЕВА

Строительство главного входа в Олимпийский парк в Рио

Марко Благович:

«Путь через спорт — это кратчайший путь, чтобы открыть определенные двери»

Спустя год после завершения Игр в Сочи эффективность Олимпийского партнерства в интервью GR sport оценил Марко Благович, директор по международному спортивному маркетингу компании Dow. В течение последних двух десятилетий, Марко занимал ряд ключевых руководящих должностей в компании, включая пост генерального директора Dow в России и СНГ



Олимпийский парк в Сочи



Олимпийский парк в Сочи



Марко БЛАГОВИЧ,
директор по международному спортивному маркетингу компании Dow

— Марко, Dow Chemical — одна из немногих компаний B2B сектора партнеров Олимпийских игр. Расскажите, пожалуйста, о стратегических целях спонсорства.

— Для многих остается вопросом, почему Dow, являясь B2B компанией, стала партнером Международного олимпийского комитета. У нас есть четыре причины, зачем нам это нужно: первая — увеличение объема продаж; вторая — стремление повысить узнаваемость бренда компании, третья — наладить более тесные и близкие отношения с государственными органами, и еще один немаловажный фактор — повысить уровень сплоченности сотрудников компании Dow по всему миру, чему невероятно способствовал дух Олимпийских игр.

— Как был заключен спонсорский договор Dow с МОК? С какими компаниями конкурировали за право обладания этим статусом в данной категории?

— МОК очень ответственно подходит к вопросу выбора партнеров. Их деятельность должна в полной мере соответствовать основным ценностям Олимпийского движения, чтобы сделать реальный, ощутимый вклад в рамках Игр и самого движения по всему миру. Dow является поставщиком технологий и решений для Олимпийских игр с 1980 года, что подтверждает долгая история сотрудничества с МОК. Наши отношения развивались и укреплялись до момента, когда мы решили официально подписать Всемирное партнерское соглашение с МОК в 2010 году. Ценности нашей компании, давняя приверженность устойчивому развитию, глобальное присутствие и значимый вклад Dow

в историю развития Игр способствовали позиционированию Dow в качестве единственной Официальной химической компании Олимпийских игр — и мы очень гордимся этим.

В течение многих лет сотрудничества с Олимпийским движением мы предоставили оптимальные решения для строительства спортивных объектов и инфраструктуры. Материалы, поставляемые Dow, являются инновационными и высокоэффективными с точки зрения технологий. Кроме того, они отвечают требованиям концепции устойчивого развития, что также важно для МОК.

В 2012 году в Лондоне состоялись первые Игры, во время которых компания Dow принимала участие уже в качестве Всемирного партнера МОК. Мы внесли свой вклад, предоставив несколько технологий, способствовавших более экологичному и эффективному проведению Игр. Наиболее значимым решением Dow в Лондоне-2012 стал архитектурный текстиль аналог декоративного полотна для олимпийского стадиона на основе полиолефинов, разработанный с учетом строгих требований Оргкомитета к экологичности и эксплуатационным свойствам (повышенная долговечность, огнестойкость и возможность вторичной переработки). Наши технологии также использовались для искусственного порывтия полей хоккея с мячом, беговым дорожкам олимпийского стадиона и кровельным системам арены для гандбола.

Мы работаем в тесном сотрудничестве с Рио-2016. Dow предоставляет технологии и решения для проведения экологичных и успешных игр в Южной Америке. На знаменитом стадионе Маракана, где состоятся церемонии открытия и закрытия Игр, а также пройдут некоторые из самых важных футбольных матчей олимпийских соревнований, будут использованы решения Dow для покрытий полов, устойчивых к высокой проходимости, гидроизоляции и дренажных труб. Успешно реализованы решения Dow для трубопроводных систем в инфраструктуре Олимпийской деревни и Олимпийского парка, находящихся в стадии строительства в западном районе Барра (главный центр Игр



Стадион Маракана в Рио

Рио-2016). Кроме того, наши технологии по защите металлических конструкций были использованы в строительстве Международного медиацентра.

Помимо предоставления решений для инфраструктурных объектов Dow применяет свой опыт для снижения «углеродного следа», чтобы помочь Рио-2016 достичь своей цели по проведению Игр с минимальным воздействием на климат. Основываясь на успехе и знаниях об аналогичной программе Сочи-2014, Оргкомитет «Рио 2016» выбрал Dow в качестве официального партнера по снижению выбросов парниковых газов. Dow будет отмечать 60 лет своего присутствия в Бразилии, и мы с нетерпением ждем празднования такого значимого события, работая с заказчиками и местными партнерами, чтобы помочь Рио-2016 и правительству Рио-де-Жанейро (города и страны) провести незабываемые Игры в Бразилии — первые Олимпийские игры, которые состоятся в Южной Америке.

— Как компания содействовала принципам устойчивого развития и инновационности в рамках проведения Игр в Сочи?

— Во время проведения Олимпийских зимних игр в Сочи в 2014 году, компания Dow отметила 40 лет присутствия в России. В сотрудничестве с местными ключевыми заказчиками осуществила проект по применению энергосберегающих технологий, способствующий сокращению «углеродного следа» Оргкомитета «Сочи 2014» — впервые в истории еще до церемонии открытия Игр.

Осуществляя помощь Оргкомитету «Сочи 2014» в реализации своей цели по проведению Игр с минимальным воздействием на климат, Dow стала не только официальной химической компанией Олимпиады, но и ключевым партнером Сочи-2014 в области устойчивого развития.

Большое количество решений Dow было применено для строительства спортивных объектов и инфраструктуры: например, наши полиуретаны были использованы для производства мягких кресел, ледового дворца «Большой»; хладагенты поддерживали постоянное высокое качество льда, а также они использовались в системах вентиляции и кондиционирования, имеющих огромное значение для такого спортивного объекта. Также наши решения помогли сократить сроки строительства, что было наглядно продемонстрировано на примере подготовки центра санного спорта «Санки». Решения Dow способствовали впечатляющим улучшениям инфраструктуры в Сочи и регионе, благодаря использованию продуктов и технологий кабельно-проводниковой промышленности, труб, лакокрасочных покрытий, полиуретановых систем и упаковочных материалов, используемых в строительстве обоих олимпийских кластеров, городских отелей, электростанций и железных дорог.

Это несколько примеров того, как продукты Dow, применяемые при подготовке к Олимпиаде в Сочи, подтверждают статус компании в качестве лидера производства и надежного поставщика высокоэффективных решений.

— Компания уже подвела первые итоги сочинских Игр? Какова окупаемость маркетинговых инвестиций в одно из крупнейших спортивных событий планеты?

— Да, и они однозначно положительные. Мы подчеркиваем, что наши вложения окупились, особенно принимая во внимание то что, благодаря связям и проектам, которые нам удалось реализовать и продемонстрировать во время подготовки к Играм в Сочи, мы получили возможность применять проверенные инновационные решения в огромном количестве других спортивных мероприятий, которые пройдут в ближайшее время на территории России. В том числе наши материалы были использованы при строительстве трибун и трассы для прошедшего полгода назад в Сочи этапа Формулы-1. Мы готовимся к Чемпионату мира по футболу 2018 года, а также Dow принимает участие в строительстве других спортивных объектов, благодаря отношениям, которые были выстроены во время Олимпийских игр.

Всемирное Олимпийское Партнерство уже доказало свой потенциал для увеличения доходности за счет деятельности, связанной с организацией Олимпийских игр и других спортивных событий по всему миру.

— Какую роль сыграли GR-коммуникации в рамках поддержки Игр? Оправдались ли ожидания необходимые для реализации конкретных проектов государственной лояльности?

— Построение и поддержание отношений с госорганами является важным фактором. Компания Dow представлена в России более 40 лет. Я руководил офисом компании в Украине в течении трех лет, а затем и в Москве, также три года, и поэтому не понаслышке знаю какую значительную роль играют здесь отношения с госструктурами. Именно наше участие в организации Игр в Сочи и партнерство с МОК сыграли ключевую роль в решении тех вопросов, с которыми мы имели некоторые сложности на протяжении многих лет. Олимпийские игры подтвердили наше мнение о том, что спорт может помочь в построении бизнес-отношений с ключевыми участниками рынка, а также повысить общий уровень осведомленности о деятельности нашей компании.

— Как изменились условия для ведения бизнеса в России в связи со сложной геополитической обстановкой?

— Я был свидетелем последних трех значительных кризисов в России: 1997-98 гг., 2008 г. и сегодняшнего кризиса. Могу сказать, что все это делает компанию только сильнее, а ее положение на рынке более устойчивым. Мы работаем с российскими компаниями, наш штат сотрудников в России и СНГ насчитывает 270 человек и это все местные сотрудники. Несмотря на любые геополитические ситуации и экономические трудности, мы на протяжении




Riverbank Arena в Лондоне

40 лет работаем здесь, развиваем наши отношения, растем вместе с нашими местными заказчиками и партнерами. У российских предпринимателей есть такая уникальная особенность, как долгая память. Они действительно уважают и помнят то, как работают их партнеры, сохраняют взаимоотношения и свое лицо на рынке во время кризисных периодов. У нас уже было несколько возможностей свернуть свое производство, отступить, сдаться, но мы не такая компания — мы демонстрируем стабильность, лояльность и гибкость.

— За победу заявки какой из стран, претендующих на право проведения Игр-2022, Вы болеете?

— Я остаюсь в этом вопросе нейтральным — какая бы страна не выиграла право проведения Игр-2022, буду счастлив работать с любым городом. Мы подписали договор с МОК на 10 лет — с 2010 по 2020 год. У Dow есть опыт сотрудничества с Лондоном, Сочи, мы также уже работаем со следующими олимпийскими столицами — Рио, Пхенчханом и Токио — в каждом городе есть своя команда профессионалов Dow, которая работает над реализацией наших решений.

После подписания договора с МОК и успешной работы при подготовке к Олимпийским играм мы обратили внимание и на другие мировые спортивные события с целью продвижения ценностей нашей компании. Оказалось, что спортивный маркетинг — один из быстрорастущих и максимально эффективных в наше время вариантов маркетинга. На глобальном уровне объем инвестиций в Олимпиаду около \$40 млрд, а во все остальные направления современного спорта — развитие инфраструктуры, строительство спортивных сооружений и проведение спортивных мероприятий — инвестиции в 10 раз больше по сравнению с Олимпийскими играми. Половина этого объема принадлежит Катару и его Чемпионату мира в 2022 году — \$200 млрд. В целом, развитие инфраструктуры для различных спортивных событий может стать отличной возможностью для нашей компании, чтобы предоставить широкий спектр инновационных решений и большой опыт в подготовке инфраструктуры для проведения мероприятий мирового уровня. 

» У российских предпринимателей есть такая уникальная особенность, как долгая память. Они действительно уважают и помнят то, как работают их партнеры, сохраняют взаимоотношения и свое лицо на рынке во время кризисных периодов.



Сборная команда США
(участники турнира
на Красной Площади)

«CCT Red Square Classic» — спортивное зрелищное шоу

Первый заместитель председателя Комитета Государственной Думы РФ по физкультуре и спорту, президент Федерации керлинга России Дмитрий Свищев о традиционном турнире по керлингу на Красной площади «CCT Red Square Classic» и влиянии таких зрелищных шоу на популяризацию спорта



Фото предоставлены
пресс-службой Федерации
керлинга России

— **Дмитрий Александрович, 1 февраля на Красной Площади завершились соревнования по керлингу в достаточно интересном и новом формате — в центре столицы под открытым небом.**

— Во-первых, этап мирового тура по керлингу на Красной Площади стал уже традиционным. Второй год подряд Bosco открывает для нас двери центрального катка страны, куда мы приглашаем сильнейшие команды мира и Европы.

Формат, возможно, и новый, но только для российских зрителей и болельщиков. Ведь именно на замерзших озерах проходили первые соревнования по керлингу в Шотландии. В этом и есть уникальность нашего мероприятия — в самом центре столицы, под открытым небом доказывали свое превосходство российские, евро-



Победители турнира
на Красной Площади,
команда Санкт-Петербурга

■» Я уверен, что подобные мероприятия должны проходить не только в нашей столице. Так, например, в марте этого года у нас запланирован турнир на озере Байкал.

пейские и мировые ведущие керлингисты. Конечно, было очень непросто организовать подобный турнир в разгар спортивного сезона. Практически все топ-команды готовились к мировым первенствам, но к нам все-таки смогли приехать чемпионы Европы и призеры чемпионатов мира из Швейцарии и США. Думаю, что у нас получилось очень зрелищное и интересное шоу.

— **Все привыкли наблюдать керлинг в закрытых помещениях, на крупных стадионах, ведь олимпийский вид спорта отличается особенной технологией подготовки льда. Как при столь непредсказуемой погоде удалось создать все необходимые условия?**

— Весь удар приняли на себя российские специалисты — айсмейкеры. Ребята несколько дней и ночей трудились на ГУМ-Катке, чтобы соревнования прошли на самом высоком уровне. Да, погода нам устраивала препятствия: в прошлом году стоял сильный мороз — минус 25, а в этом году мы столкнулись со снегопадом и даже проливным дождем. Но,



Победители турнира
на Красной Площади,
команда Санкт-Петербурга

как мне кажется, специалисты справились с поставленной задачей и подготовили отличные условия для соревнований.

— **Вы, как президент Федерации керлинга России, какие цели преследуете, организовывая подобные состязания?**

— Замечательный турнир, в замечательном месте — на Красной Площади, что может быть лучше в качестве рекламы молодого вида спорта в России? Безусловно, основная наша задача — это популяризация керлинга, как массового вида спорта. В рамках турнира любой желающий мог совершенно бесплатно попробовать свои силы в керлинг: на протяжении трех дней работала специальная промо-зона, где для зрителей были организованы мастер-классы от сильнейших российских спортсменов. Кстати, некоторые приезжали на следующий день целыми компаниями и принимали участие в мини-турнирах.

Я уверен, что подобные мероприятия должны проходить не только в нашей столице. Так, например, в марте этого года у нас запланирован турнир на озере Байкал. Это уникальная возможность для жителей Сибири не только ближе познакомиться с олимпийским видом спорта, но и получить массу эмоций и драйва от игры в столь необычном месте.

Хочу отметить, что турнир Red Square Classic стал не только красивым шоу для зрителей и болельщиков, он стал настоящим «ледовым побоищем», где каждая команда старалась получить пальму первенства. Поэтому я глубоко убежден, что спорт и шоу — вещи неразделимые. ❏



Лыжный марафон, доступный для всех

14 марта 2015 года в Центре лыжного спорта «Дёмино» (Рыбинск, Ярославская область) стартовал VIII Дёминский лыжный марафон — единственный российский марафон, вошедший в элиту мировых лыжных марафонов Worldloppet, и один из наиболее массовых зимних спортивных стартов.

В этом году для участия в марафоне зарегистрировалось более 1700 профессиональных лыжных гонщиков и любителей из 25 стран и 52 регионов России. Среди них: чемпион мира, бронзовый призер Олимпиады в Ванкувере Алексей Петухов, серебряный призер 50-километрового марафона на Олимпийских играх 2006 года Евгений Дементьев, 22-кратный мастер Worldloppet Ян Вадлеич (Израиль), серебряный призер Олимпиады в Ванкувере Александр Панжинский и многие другие спортсмены, представляющие 5 континентов нашей планеты.

Для многих спортсменов нынешний старт в Дёмино стал по-настоящему долгожданным, ведь в прошлом году

марафон не состоялся. Температура воздуха в середине марта 2014 года поднималась до +14 градусов, и несмотря на все усилия организаторов, трассу не удалось сохранить в подходящем для проведения соревнований состоянии. И тем, кто в прошлом году проявил предусмотрительность, оплатив стартовый взнос заранее, организаторы предложили в нынешнем году стартовать с уже полученной стартовой позиции. Кроме того, на следующих трех дёминских марафонах они имеют право получать скидку в двадцать пять

Александр ПАНЖИНСКИЙ,
вице-чемпион Олимпийских игр

— Какие впечатления сохранились у Вас после первого участия в Дёминском Марафоне?

— Я принимал участие в Дёминском Марафоне в 2010 году, когда он еще не входил в серию Worldloppet. Тем не менее, атмосфера на старте и по ходу гонки была самая праздничная — меня поддерживали не только зрители, но и сами участники марафона.

— Как им удавалось различать Вас среди такого количества участников?

— Наверное, повлияли две составляющих — мои габариты и персональный номер с фамилией. Но в Дёмино и Рыбинске нас часто узнают и без указания «персональных данных». Лыжные гонки здесь любят.

— Вы — признанный «классист». Не было ли у Вас желания поучаствовать в марафоне второго дня, когда лыжники побегут классическим ходом?

— Честно говоря, задумывался об этом... Но, все-таки, стартовать буду в первый день, в гонке которая имеет официальный статус Worldloppet. Впервые, потому что в моей карьере еще не было марафона такого уровня. Вторых, потому что на чемпионате России в ближайшем будущем состоится спринт коньковым стилем — и мне важна дистанционная тренировка именно «коньком». <<<



процентов от стартового взноса. В общем, нехорошее «послевкусие» от прошлогодних происков погоды организаторы постарались загладить.

Погоде вопреки...

Отсчет новой эры Дёминских марафонов начался в 2007 году, когда о Центре лыжного спорта «Дёмино» узнали во всем мире. В Европе, где в том сезоне толщина снежного покрова исчислялась отрицательными величинами, только ахнули, когда под Рыбинском силами энтузиастов буквально «из ничего», из ледяных глыб, удалось создать почти пять километров лыжни и провести гонки первого в истории Ярославской области этапа Кубка Мира. Силами любителей лыжного спорта и специалистов Центра «Дёмино» был организован и первый лыжный марафон на этой устоявшей вопреки всем природным катаклизмам пятикилометровой трассе. Но и она в день проведения марафона преподнесла немало сюрпризов.

— Сама трасса, сделанная из льда, была скоростной, невзирая на тепло, — вспоминает победитель первого в новейшей истории Дёминского марафона ярославец Александр Абрамов. — Но внизу, на выкатах, уже «выжимало» столько воды, что после каждого спуска лыжи едва не выдирали из креплений. С другой стороны, в ту весну это был один из немногих марафонов, которые вообще состоялись. А в центре России — и вообще, наверное, единственный.

На второй марафон в 2008 году лыжников-любителей собралось уже более четырехсот человек, причем в их рядах обнаружили легендарные норвежцы Йорген и Андрес Окланды. Международное представительство, идеальная трасса (два круга по 25 километров), высокий уровень организации позволили Дёминскому марафону



войти в обойму лучших FIS марафонов России — серию Russialoppet. А когда еще через год количество финишировавших превысило восемьсот человек, организаторы стали задумываться: а не замахнуться ли нам на большее? В мировой серии Worldloppet тогда не было представительства России. Так почему бы Ярославской области и Центру лыжного спорта «Демино» этим своим вкладом не увеличить значение лыжного спорта для нашей страны?

К этому времени Деминский марафон понемногу начал обрести и необходимой инфраструктурой, которая делает спортивный праздник не только ожидаемым, но и предсказуемым событием. К примеру, появление официальных спонсоров позволило организовать централизованную подготовку лыж накануне и даже в день старта, что становилось существенным подспорьем для участников. Совершенствовалась и работа пунктов питания на трассе, теперь бригады «хранителей термосов» все пять часов следили за тем, чтобы напитки для марафонцев оставались горячими.

В элите мировых марафонов

В 2012 году вопрос о включении Деминского марафона в мировую элитную серию Worldloppet решился окончательно. Для этого под Рыбинск приехал генеральный секретарь Worldloppet Анжело Коррадини. Увиденное потрясло его.

— Впервые в жизни я чувствовал такую активность зрителей не на соревнованиях FIS, а на марафоне — любительской, по сути, гонке, — прокомментировал он свои ощущения. — Это было просто восхитительно.

В этом же году марафон из знакового российского события превратился в масштабное двухдневное мероприятие. На следующий день после коньковой гонки состоялись старты классическим стилем на десять и двадцать пять километров, а также появился «бэби-марафон» на дистанцию в один километр.

В 2013 году Деминский марафон проходил уже под эгидой Worldloppet, в нем приняли участие 2400 спортсменов из 27 стран мира, что стало абсолютным рекордом среди лыжных гонок, проводимых за последние 7 лет в России. От организаторов это потребовало нового подхода к реализации главной гонки года в Ярославской области. В первую очередь, команда марафона решила организовать коньковую часть дистанции в один круг. То есть трасса должна была пересечь автодорогу «Ярославль-Рыбинск». Быстрого инженерного решения у этой задачи не было — пришлось изыскивать административное. Дорогу просто перекрыли на несколько часов, непосредственно перед стартом завалив ее плотно свежим снегом.

Не спортом единым

Каждый год организаторы Деминского марафона стараются чем-то порадовать и спортсменов, и зрителей. В 2015 году такой «изюминкой» стал первый в истории соревнований 50-километровый марафон классическим стилем со сменой лыж. Для переодевания на лыжном стадионе были установлены специальные пит-боксы, что повысило зрелищность гонки, а спортсменам позволило именно бежать на свежих и подготовленных лыжах, а не мучиться на заключительных двадцати пяти километрах этой весьма непростой дистанции.

Сам стадион и трасса спроектированы таким образом, что зрители, даже не уходя с трибун, могут четырежды увидеть марафонцев, проезжающих трассе. То

Евгений ДЕМЕНТЬЕВ, чемпион и вице-чемпион Олимпийских игр

— Евгений, в интервью одному из телеканалов Вы упомянули, что готовитесь к марафону целевым образом. Есть ли шансы у любителей, которые вместе с Вами выйдут на старт?

— Конечно, есть. Я же олимпийский чемпион в скиатлоне — в марафоне у меня всего лишь серебряная медаль. А если серьезно — я полагаю, что в борьбу за подиум включатся тридцать-сорок человек и никому из них не гарантировано первое место. Зато каждый, кто преодолеет эти пятьдесят километров — вне зависимости от занятого места и показанных результатов — может считать себя победителем.

— Обицались ли Вы с другими гонщиками сборной России, которые уже бежали эту гонку, по поводу нюансов трассы?

— Нет, я это не обсуждал, но в Деминском бегал не раз, и прекрасно понимаю, что легко здесь не будет — рельеф серьезный...

— Разве? Некоторые лыжники-любители, наоборот, считают, что деминская петля слишком уж простая. Работа в одном ритме и одним ходом утомляет их больше, чем возможные подъемы и спуски.

— Это, на мой взгляд, больше вопрос опыта, чем характера трассы. Даже на абсолютно отсутствующем рельефе можно менять варианты хода и варьировать ритм, чтобы не сбиваться на загрузку одних и тех же мышц. Но лыжные гонки тем и хороши, что рельеф и погода одинаковы для всех. <<<



»» Сам стадион и трасса спроектированы таким образом, что зрители, даже не уходя с трибун, могут четырежды увидеть марафонцев, проезжающих трассе. То есть вся драматургия гонки видна, как на ладони. Что, естественно, еще более увеличивает интерес к марафону у зрителей.

есть вся драматургия гонки видна, как на ладони. Что, естественно, еще более увеличивает интерес к марафону у зрителей.

Для зрителей же организаторы соревнований позаботились, чтобы жизнь на лыжном стадионе и вокруг него была ключом. Публику развлекали массовики-затейники, над стадионом звучала «живая» музыка, на главной площадке можно было «по-полной» экипироваться спортивным инвентарем. Наибольший ажиотаж наблюдался на второй день. Именно в этот день для самых маленьких лыжников проводился «Бэби-марафон», участники которого преодолели дистанцию в один километр.

То, что Деминский лыжный марафон из простого, пусть и весьма представительного соревнования превратился в крупнейший региональный спортивных праздник, подчеркивает и тот факт, что в 2013 году марафон получил премию в сфере развития событийного туризма «Russian Event Awards» как «Лучший проект в области спорта в России».

И все же «главным блюдом» спортивного праздника продолжает оставаться марафон, торжество силы и воли, испытание себя, которое может устроить каждый желающий. И далеко не факт, что 50 километров, которые элита пролетает за два часа, важнее того километра, который преодолевается самыми маленькими лыжниками. Потому что в их жизни это первый — но можно абсолютно точно ручаться, что не последний Деминский Марафон. <>



СНЕГОХОДЫ В РОДНОЙ СТИХИИ

Чемпионат Европы по снегоходному спорту не пострадает от отсутствия снега. Запасы «белого золота» позволяют организаторам с оптимизмом смотреть в будущее



Конечно, для тех, кто сегодня сменил демисезонные пальто на весенние куртки и разгуливает по городам в летней обуви, может показаться странным. Однако в «Демино» привыкли решать и не такие задачи. Тем более, что именно снегоходные соревнования, как бы это не казалось странным, требуют для своего проведения не так уж много снега.

— Мы разметили трассу на площадке размером триста на триста метров, — пояснил председатель федерации Мотоциклетного спорта Ярославской области, член Комиссии снегоходов МФР Павел Рязанцев, — и начиная с декабря, складировали на ней как естественный, так и искусственный снег. Сегодня его запасы позволяют нам совершенно спокойно рассчитывать на то, что 21 и 22 марта соревнования пройдут в штатном режиме. Более того: по ночам в Демино сегодня стоит стабильно отрицательная температура — и перед самым чемпионатом мы настреляем еще несколько сантиметров снега — чтобы наша трасса выглядела по-настоящему зимней.

Сохранение снега на теплое время года — давнее умение деминских специалистов, причем речь идет не о паре недель, а о многих летних месяцах. Конечно, естественный снег от солнца не спрячешь, а вот искусственный сопротивляется ему совершенно спокойно. Именно по нему лыжники, бывало, катались уже в октябре, на фоне желто-красного леса и зеленеющей травы. Кстати, насчет травы можно не обольщаться. Наши прабабушки и прадедушки не зря говорили «Марток — надевай двое проток». В третьей декаде марта зима вполне может вернуться в центральную Россию и показать фаворитам, что такое снегоходы в родной стихии.


Кстати, в родной стихии окажутся не только снегоходы, но и большая часть сборной России по этому относительно новому для нас виду спорта. Артем Пехтерев и Денис Рязанцев — ярославские спортсмены и, по сути, будут выступать на хорошо знакомой для себя трассе. В Ярославской области она не единственная, но только в Демино есть все условия для проведения здесь соревнований любого ранга. В частности — гостиница, находящаяся в шаговой доступности от трассы, и пейзаж, который делает соревнования особенно живописными. Сложно сказать, смогут ли наши спортсмены подняться на родной пьедестал и помогут ли им родной снег и родные сосны. Пока в лидерах — норвежец с финским именем и фамилией Еэту Карьялайнен. На втором и третьем местах — «настоящие» финны Мико Осмо и Виктор Хэрген. Лучший из наших гонщиков — Денис Рязанцев — восьмой. Однако не будем забывать, что после первого норвежского этапа он был тринадцатым, а Артем Пехтерев — восемнадцатым (сейчас Артем занимает пятнадцатое место). То есть наши спортсмены набираются опыта буквально на каждом



старте — и шансы увидеть их на призовых позициях в Демино существенно растут.

Но даже если россияне здесь останутся без мест на подиуме, Центр лыжного спорта «Демино» впишет еще одну строку в спортивную летопись региона и всей России. До сих пор в нашей стране таких стартов не проводилось. Весьма символично и то, что состоится «праздник горячих моторов» в полутора десятках километров от того места и от того российского завода «Русская механика», где впервые в истории нашей страны был налажен массовый выпуск «народной модели» снегохода

«Буря». В СССР и России он надолго стал синонимом «снегохода вообще».

Естественно, что организаторы не могли пройти мимо этого факта. Между зрителями второго (воскресного) дня соревнований будет разыгран произведенный на этом же предприятии квадроцикл «Рысь». Розыгрыш по номеру входного билета проведет новый Чемпион Европы — у него ведь рука счастливая! Глядишь — и еще одним любителем гонок по сложному рельефу станет в регионе больше. 



Demino ЦЕНТР ЛЫЖНОГО СПОРТА «ДЕМИНО»
Ярославская область

Телефон: (4855) 239-700
спортивный отдел: (4855) 239-720
www.demino.com

(495) 646 01 11
Ангарская 24 А
www.artfitness.ru



23-29 марта

НЕДЕЛЯ
ФУНКЦИОНАЛЬНОГО
ТРЕНИНГА

TRX
CrossFit
Power
Training

WHERE
SPORT
MEETS



SPORTACCORD CONVENTION
SOCHI, RUSSIA, 19-24 APRIL 2015

BE PART OF SPORTACCORD CONVENTION
BE PART OF SPORT

WWW.SPORTACCORDCONVENTION.COM



P3WEEK.RU

17-20 МАРТА 2015 ГОДА ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ КОНГРЕСС

Инфраструктурный конгресс «Российская неделя ГЧП» - крупнейшее в России ежегодное мероприятие, организованное для обеспечения информационной открытости и широкого обсуждения инфраструктурных проектов, а также для привлечения представителей власти, бизнеса, экспертного сообщества и общественности в процессы определения приоритетных отраслей и отбора пилотных проектов.

1 ДЕНЬ
17 марта

2 ДЕНЬ
18 марта

3 ДЕНЬ
19 марта

4 ДЕНЬ
20 марта

ПЛАТНЫЕ ДОРОГИ РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ КРИ ГУБЕРНАТОРОВ **ЖКХ**
ГЧП ОБРАЗОВАНИЕ ЭНЕРГЕТИКА **ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**
ЭНЕРГЕТИКА ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО **ПЛАТНЫЕ ДОРОГИ** **ГЧП**
СТРЕСС-ТЕСТ ПРОЕКТОВ КОНЦЕССИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ **ЗДРАВООХРАНЕНИЕ**
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ **АЭРОПОРТЫ**
ПЛАТНЫЕ ДОРОГИ РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ КРИ ГУБЕРНАТОРОВ **ЖКХ**
ГЧП ОБРАЗОВАНИЕ ЭНЕРГЕТИКА **ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**

ОБРАЗОВАНИЕ **КРИ ГУБЕРНАТОРОВ** **РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ** **РЕЙТИНГ РЕГИОНОВ** **КРИ ГУБЕРНАТОРОВ** **ЖКХ**
КОНЦЕССИОННЫЕ **ГЧП** **СОГЛАШЕНИЯ** **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ** **ЭНЕРГЕТИКА**
ЗДРАВООХРАНЕНИЕ **ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО**

