

SportsFacilities

сооружения и индустрия спорта



АЛЕКСЕЙ СОРОКИН

Наша цель – провести в России такой ЧМ, чтобы он запомнился всем как лучший в истории.

ALEXEY SOROKIN

Our goal is to hold the World Cup in Russia in such way that will be memorized worldwide as history's best World Cup.



ВИТАЛИЙ МУТКО

Название welcome2018.com подчеркивает наше желание пригласить всех в Россию на праздник футбола, на ЧМ.

VITALY MUTKO

The brand welcome2018.com emphasizes our deepest desire to invite everybody to Russia to take part in feast of football.



16+

DIGEST 76-79

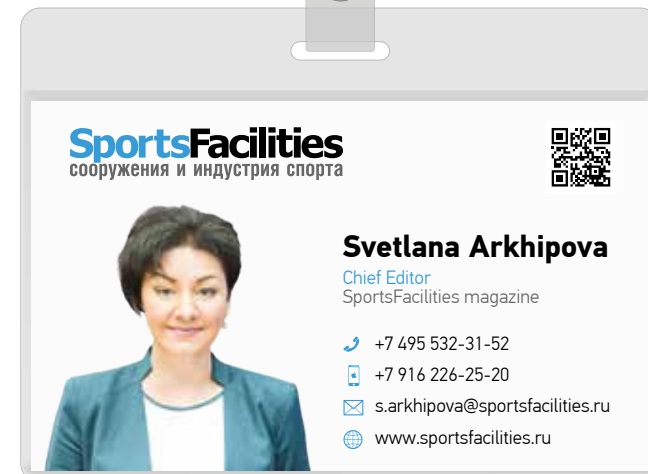
ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ
ЖЕРЕБЬЕВКА – ПЕРВОЕ
ОФИЦИАЛЬНОЕ
МЕРОПРИЯТИЕ ЧМ
ПО ФУТБОЛУ FIFA-2018
В РОССИИ™

СТР. 04

WORLD CUP STADIUMS



Преамбула



Выбор для проведения чемпионата ФИФА–2018 России повысит популярность и расширит географию футбола – этим руководствовались члены исполкома ФИФА, когда принимали решение о выборе страны на 2018 год. Для России принципиально важно создать достойные условия для команд, чтобы они смогли полностью сосредоточиться на игре и показать высококлассный футбол, не менее важно также обеспечить безопасность и максимальный комфорт для болельщиков.

Проведение чемпионата – одна из возможностей показать миру многогранную и открытую Россию. Этот номер приурочен к первому официальному мероприятию в рамках четырехлетнего цикла турнира – процедуре предварительной жеребьевки, которая пройдет в Константиновском дворце в историческом пригороде Петербурга – в Стрельне. Многие темы номера посвящены строительству и оснащению стадионов и развитию футбольной инфраструктуры России.

Preamble

The fact that Russia was chosen as a host country for the FIFA 2018 World Cup will increase Russia's popularity and expand the geography of football. It was the key point when the members of the FIFA Executive Committee decided on the choice of the country for the 2018 World Cup. For Russia it is essential to create decent conditions for the teams so that they can fully concentrate on the game and show high football as well as to ensure safety and maximum comfort for fans.

Organizing the Championship is one of the ways to show the world a multifaceted and friendly Russia. This issue covers the first official event within the framework of a four-year cycle of the tournament - a pre-draw procedure which will be held at the Konstantinovsky Palace located in Strel'na, a historic suburb of St. Petersburg. Many of the topics cover the construction and equipment of stadiums and development of football infrastructure in Russia.

SF Шеф-редактор Светлана Архипова
Editor in Chief Svetlana Arkhipova



ЧИТАЙТЕ В НОМЕРЕ | IN THIS ISSUE OF THE MAGAZINE



WELCOME2018.COM
ОФИЦИАЛЬНО НАЧИНАЕТ
СВОЮ РАБОТУ ■
WELCOME2018.COM
OFFICIALLY BEGINS
ITS WORK

Главный редактор Алексей Антонов
Эксперты и спикеры номера Линда Вайтман, Мария Гришко, Валерий Гореликов, Сергей Ковальнов, Федор Маковский, Виталий Мутко, Алексей Сорокин, Маттиас Хоффманн.
Шеф-редактор Светлана Архипова
Журналисты Алексей Морозов, Стас Артемов
Корректура Елена Сухарева
Перевод Наталья Винокурова
Дизайн, инфографика, верстка, цветокоррекция, препресс Татьяна Звягина
Фото Иван Винников, Антон Давыдов, фотобанки официальных пресс-служб Министерства спорта и Россия-2018
Распространение info.project@sportsfacilities.ru
Отдел рекламы тел.: +7 (495) 532-31-52 e-mail: advertising@sportsfacilities.ru, info@sportb2b.ru
Издатель ГК "Sport B2B"
Учредители ООО «МКВ», Архипова С.В.
Для писем 103064, Москва, Фурманский пер., д. 12, стр. 1 Телефон: +7 (495) 640-87-30
E-mail info.project@sportsfacilities.ru
Тираж издания 5200 экз. Отпечатано в России, ООО «Типографский комплекс «Девиз» 199178, Санкт-Петербург, В.О., 17 линия, д.60, лит. А, помещение 4Н Заказ № -ТД-00004224
Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 1 февраля 2013 года. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 52682
Материалы защищены законодательством об интеллектуальной собственности. Полное или частичное использование допускается только с разрешения редакции. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных ма- териалов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Президент России Владимир Путин примет участие в торжественной церемонии жеребьевки отборочного турнира ЧМ по футболу 2018 года.	04
Портал welcome2018.com станет лицом России, удобным и познавательным гидом для футбольных болельщиков и туристов со всего мира.	06

Насколько реально импортозамещение при создании современного футбольного стадиона, рассказал Сергей Ковальнов, компания «Магнум».	12
Понять суть общего системного подхода и детальной проработки проектирования униформы персонала стадиона поможет Case Study Марии Гришко.	16

Для международных спортивных событий возводится обязательная временная инфраструктура, созданная по определенным правилам.	24
AGC Glass Europe много лет является поставщиком инновационных продуктов, применяемых в строительстве крупнейших спортобъектов.	28

Высокотехнологичная система телерадиотрансляции – необходимое условие для профессионального медиаосвещения спортивных мероприятий.	40
Чтобы определить необходимое оборудование для конкретного поля, специалист по газонам должен сосредоточиться на нескольких ключевых вопросах.	44

Современная технология водоподготовки предусматривает комбинирование озона с хлорированием. Благодаря этому у купающихся нет раздражения на коже.	50
Сегодня РФПЛ находится в переходном периоде – идет поиск оптимальных вариантов работы с клубами, со спонсорами и партнерами.	64

Саммит «Спорт-Аккорд» был плодотворным: ключевые отечественные политики смогли принять судьбоносные для российского спорта решения.	70
Digest: Brief annotations and key points of the articles, main reading matters and the most interesting publications of the issue.	76



ВЛАДИМИР ПУТИН ПРИМЕТ УЧАСТИЕ В ЦЕРЕМОНИИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ЖЕРЕБЬЕВКИ ЧМ-2018

Президент России Владимир Путин примет участие в торжественной церемонии жеребьевки отборочного турнира чемпионата мира по футболу 2018 года, которая состоится 25 июля в Константиновском дворце в Санкт-Петербурге.

Глава государства встретится с президентом Международной федерации футбольных ассоциаций (ФИФА) Йозефом Блаттером. Об этом рассказал журналистам пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков.

«Да, встреча с Блаттером ожидается, она стоит в графике. И, да, президент примет участие в части этой церемонии – это же достаточно продолжительная церемония», – сказал Песков.

Напомним, ранее министр спорта России Виталий Мутко сообщил о том, что президент ФИФА в телефонном разговоре выразил желание посетить жеребьевку квалификационного этапа мирового футбольного турнира. При этом Блаттер поинтересовался планами мероприятия и возможностью встречи с президентом России.

Фото: пресс-служба Президента России,
фотобанк SportsFacilities



интерспортстрой

С УВЕРЕННОСТЬЮ В ПОБЕДЕ!

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

Проектируем футбольные поля к ЧМ-2018 в Ростове-на-Дону, Екатеринбурге, Самаре, Волгограде, Нижнем Новгороде, Сочи, Калининграде, Саранске.

Приступили к строительно-монтажным работам по устройству основания футбольного поля на олимпийском стадионе Фишт г. Сочи.

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





МЕДИА ПОРТАЛ WELCOME2018.COM ОФИЦИАЛЬНО НАЧАЛ СВОЮ РАБОТУ

Портал станет лицом России, удобным и познавательным гидом для футбольных болельщиков и туристов со всего мира. Любому желающему, зайдя по адресу welcome2018.com, сможет спланировать свой туристический маршрут в России, узнать всю необходимую информацию о городах – организаторах чемпионата мира: о транспорте, отелях, инфраструктуре и интересных местах.

Портал покажет, что каждый российский город, принимающий чемпионат, уникален: имеет свою историю, достопримечательности, красивую природу и комфортные условия для гостей.

Болельщики и туристы ознакомятся с путеводителями, новостями, репортажами, справочной и другой информацией о городах на русском и английском языках. Позднее портал будет запущен еще на пяти языках.

Портал подготовлен при поддержке команды информационного агентства ТАСС. Создан уникальный дизайн, с участием лучших профессиональных авторов подготовлен объемный контентный блок, в ходе реализации проекта сделано 15 тысяч эксклюзивных фотографий российских городов, собрано и проверено около 4 тысяч фактов о городах, разработано 35 туристических маршрутов по 11 городам – организаторам чемпионата мира.

«Название welcome2018.com подчеркивает наше желание пригласить всех в Россию на праздник футбола, на чемпионат мира. Портал станет окном в туристическую Россию для болельщиков со всего мира, как иностранных туристов, так и россиян, – отмечает министр спорта России Виталий Мутко. – Чемпионат мира по футболу станет одним из важнейших событий в нашей стране в предстоящие четыре года. Мы рассчитываем, что информационный портал welcome2018.com станет ключевым коммуникационным каналом чемпионата в презентации России для болельщиков».

«Наша задача – показать настоящую Россию, которая рада своим гостям, продемонстрировать высочайший уровень организации, который будет обеспечен на чемпионате, сделать ресурс, который поспособствует привлечению самого большого количества болельщиков в истории всех спортивных мероприятий, – комментирует генеральный директор ТАСС Сергей Михайлов. – Мы очень рады, что оргкомитет и Министерство спорта выбрали именно Информационное агентство России ТАСС в качестве партнера по созданию столь важного ресурса. Это означает, что проделанная за три года работа по модернизации ТАСС видна не только нам».

Пресс-служба оргкомитета «Россия-2018»

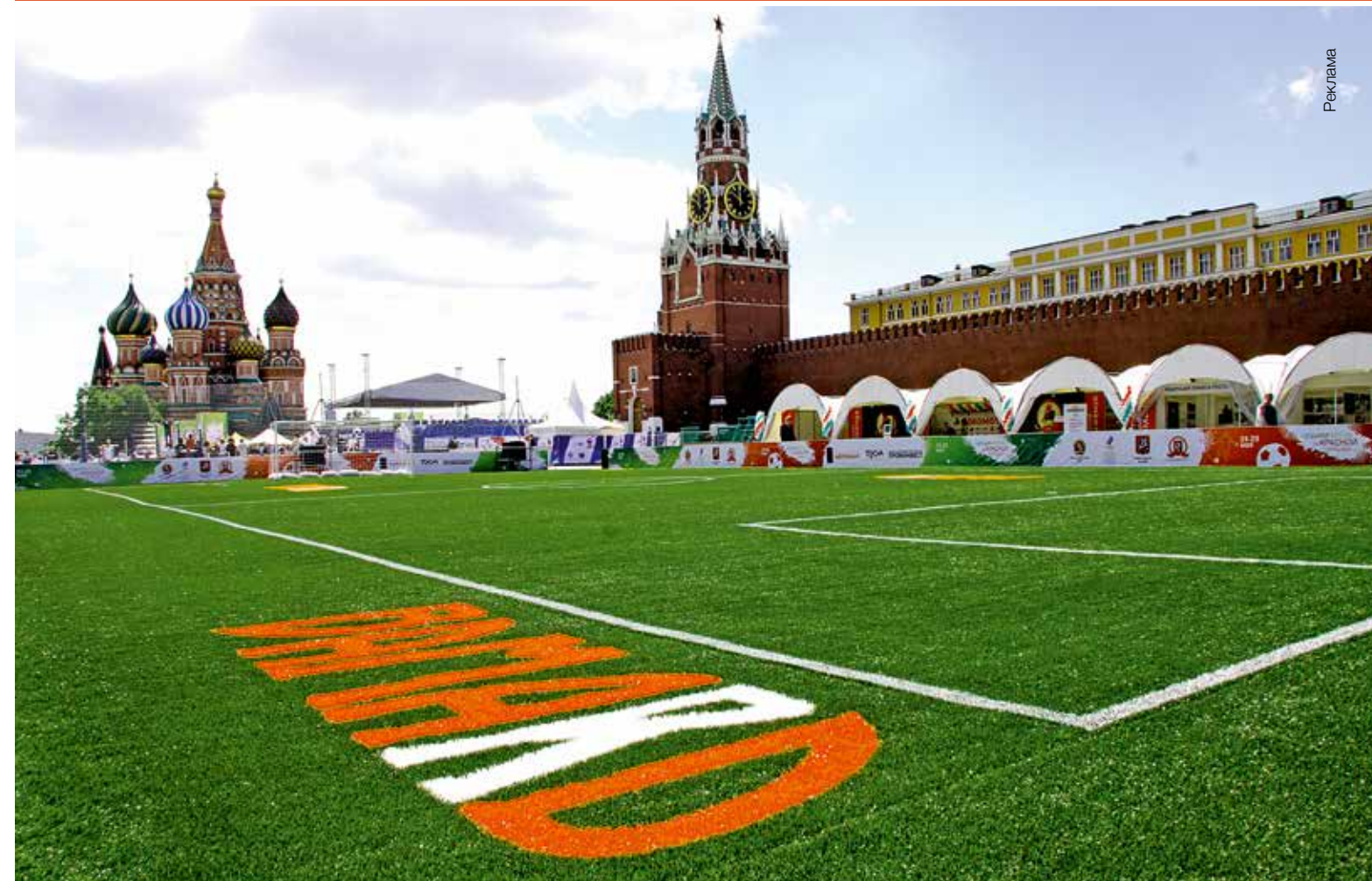
BAMARDTM
SPORT

ПРОИЗВОДСТВО
ИСКУССТВЕННОЙ ТРАВЫ
В РОССИИ

Строительство и реконструкция
стадионов и спортивных сооружений

- Проектирование спортивных сооружений
- Комплексное строительство стадионов
- Строительство и реконструкция футбольных полей

- Устройство систем подогрева
- Высокоточная планировка оснований
- Квалифицированная укладка спортивных покрытий
- Профессиональная техника для ухода за покрытиями



Москва, ул. Радио, 24, тел/факс +7 (495) 510-67-67, s@bamard.ru, www.bamard-sport.ru





ВОЛОНТЕРЫ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ЖЕРЕБЬЕВКИ ЧМ-2018 ПРИСТУПИЛИ К РАБОТЕ

На первом официальном мероприятии чемпионата мира по футболу FIFA-2018 в России™, – Предварительной жеребьевке, – начали свою работу волонтеры.

В четверг, 16 июля, в Константиновском дворце Санкт-Петербурга генеральный директор оргкомитета «Россия-2018» Алексей Сорокин и вице-губернатор Санкт-Петербурга Владимир Кириллов вручили волонтерам, которые уже получили яркую униформу, карты «Подорожник» с правом двухнедельного бесплатного проезда на общественном транспорте.

«Наша цель – провести в России такой чемпионат мира по футболу, чтобы он запомнился всем его участникам и гостям как лучший в истории. Волонтеры станут лицом не только турнира и всей России, но и объединяющей силой, во многом от них зависит, какие впечатления останутся у болельщиков и участников чемпионата о нашей стране и об этом замечательном событии», – комментирует генеральный директор оргкомитета «Россия-2018» Алексей Сорокин.

«Рад видеть в нашем городе такую опытную команду волонтеров. Уверен, что участники и гости жеребьевки получат всю необходимую поддержку и все вопросы, требующие участия волонтеров, будут решены эффективно и с улыбкой», – отметил вице-губернатор Санкт-Петербурга Владимир Кириллов.

«Для нас, футбольных болельщиков, волонтерство – это, по сути, единственный шанс почувствовать себя частью такого грандиозного события, как чемпионат мира. Это не просто возможность попрактиковать язык и набраться опыта, но и незабываемые впечатления, которые будешь еще много лет вспоминать как лучшее время своей жизни, – говорит волонтер Анастасия Поворознюк. – Мы, волонтеры, сделаем все, чтобы ЧМ-2018 стал лучшим в истории этого турнира».

Волонтерская программа чемпионата мира по футболу FIFA-2018 в России™

В сентябре 2015 года в 11 городах – организаторах чемпионата мира на базе высших учебных заведений откроются волонтерские центры для привлечения, отбора и обучения волонтеров к ЧМ-2018. Сейчас оргкомитет проводит открытый конкурс среди российских вузов на право создать на своей базе такие центры, получено около 40 заявок от вузов. Итоги конкурса будут объявлены в августе. В мероприятиях Кубка конфедераций FIFA в 2017 году и чемпионата мира в 2018 году будут задействованы более 20 000 волонтеров.

Пресс-служба оргкомитета «Россия-2018»

«КРАСНОДАР» АКАДЕМИЯ ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА ■ СТРОИТЕЛЬСТВО СПОРТИВНЫХ ПЛОСКОСТНЫХ СООРУЖЕНИЙ

Fortis

www.fortis34.ru
E-mail: info@fortis34.ru
+7 (8442) 25 33 19



Сроки строительства комплекса спортивных полей для Академии ФК «Краснодар»	2010–2015 гг.
Футбольное поле с натуральным газоном	15 полей
Футбольное поле с искусственным газоном	5 полей



Федор Владимирович Маковский,
генеральный директор

ООО «Компания «Фортис»:

«Сотрудничество нашей Компании с Академией ФК «Краснодар» началось в 2010 году и успешно продолжается по сегодняшний день. Компания выполнила проектирование и строительство футбольных полей с искусственным и натуральным газонами с применением систем: дренажа, поверхностного водоотвода; автоматизированного полива, жидкостного подогрева».

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ: КАК ВЗЯТЬ ПРАВИЛЬНЫЙ КУРС ■ IMPORT SUBSTITUTION: HOW TO TAKE THE RIGHT TACK

Текст: Стас Артемов.
Фото: пресс-служба
компании «Магнум» ■

Text: Stas Artemov.
Photo: Press-service
of the company «Magnum»

Актуальная тема импортозамещения заставила нас обратиться к специалистам компании, которая на нашем рынке представляет целый ряд зарубежных брендов в области спортивных технологий. Насколько реально импортозамещение при создании современного футбольного стадиона или другого спортивного объекта и по какой схеме выстраиваются отношения с зарубежными партнерами в этом случае, рассказал SportsFacilities Сергей Ковальногов, заместитель генерального директора компании «Магнум».

The issue of import substitution is topical at present. That is why we decided to speak to the experts of the company, which represents a wide range of foreign brands in the field of sports technology in our market.

Sergey Kovalnogov, Deputy Managing Director at «Magnum» Company discusses with SportsFacilities if import substitution is feasible in terms of creation of in the modern football stadium or any other sports facility. He also touches upon the question of the relationships with foreign partners in this situation.





Сергей Ковальногов
Заместитель генерального
директора компании
«Магнум»

Sergei Kovalnogov
Deputy Managing Director at
“Magnum” LLC

– Сергей Евгеньевич, расскажите о том, как компания работает в условиях политики импортозамещения на примере одного или нескольких партнеров вашей компании.

– На сегодняшний день мы активно развиваемся в этом направлении. Уже проведена работа по локализации производства сидений и видеозэкранов известных брендов в России. Например, мы сотрудничаем с немецкой компанией «Штехерт» – это одна из крупнейших компаний по производству сидений для стадионов. Для них тема локализации производства в стране проведения чемпионата знакома. Они таким же образом организовывали в Бразилии производство своих сидений под предыдущий мировой чемпионат по футболу. Мы уже провели работу с российскими производствами, на которых

возможно организовать изготовление сидений для зрителей в необходимом объеме. И вопрос уже переходит из области разговоров в область реализации.

– Речь о том, что «Штехерт» с помощью компании «Магнум» размещает заказы на российских фабриках или будет новое предприятие?

– Компания «Магнум» организует производство на базе существующих мощностей предприятий, которые имеют необходимое оборудование для этого. Это будет лицензионное производство под брендом «Штехерт» – то есть с соответствующим уровнем контроля качества и всем вытекающим отсюда. После чемпионата все необходимое для производства останется. Но мы пока не думаем, как развивать производство в дальнейшем, в какой плоскости. Переключиться на более дешевые модели? Переключиться со спорта на какие-то еще проекты. Наверно, спрос все равно будет, но не в таких объемах уже.

– Как скоро начнется процесс производства?

– По идее, мы можем начать производство сидений уже через три-четыре месяца. Но в этом сейчас нет необходимости. Пока ведется предварительная оценка: транспортная составляющая, логистика, склады, сборочное производство... Организационные моменты. Но в принципе уже понятно, что эти сидения будут произведены в России и стоимость их будет соответствующая – практически на уровне российских аналогов.

– ...но другого качества?

– Не хочу обижать никого из коллег. У них свой сегмент рынка, у нас – свой. Но есть определенные требования к объемам и качеству производства. Недавно на стадионе ЦСКА, где также планируется проведение соревнований чемпионата-2018, проводились тесты, назовем это так. Там было установлено несколько сидений от различных производителей: и российские производители там были, и китайцы, и немцы. В том числе и сиденье «Штехерт». Эта практика повсеместно в мире используется: проводится внутренний тендер. Собирают различных поставщиков. Мол, хотите поставлять сиденья – ставьте опытные образцы, пусть постоят под дождем, снегом, в морозы. Выдержат – хорошо. Здесь, на ЦСКА, было то же самое. И помимо этого пригласили фанатов, которые знают, как ломать сиденья. Они прыгали на них, били их. Так вот, сломали все сиденья – кроме «Штехерт». Они не просто устойчивы к вандализму. Некоторые сиденья изготавливаются из пластика, который колется и образует острые углы, а это практически холодное оружие получается. Сиденья «Штехерт» выдержали и эту проверку.

– Вы упомянули климат. Насколько продукция «Штехерт» пригодна для наших погодных условий?

– Любые изделия производятся исходя из климатических условий. Это решается на уровне химии – изменение ли пропорций ингредиентов или добавление новых... На стадионе «Открытие Арена» установлены сиденья от «Штехерт».



– А что с локализацией электронных устройств – тех же экранов? У нас производятся аналоги западного оборудования?

– Производятся в принципе, есть ряд компаний, которые производят видеозэкраны. Качество – от очень хорошего до очень плохого, в зависимости от того, какие комплектующие используются. Покупать их в Китае на рынке – одно, у известного производителя – другое дело. Мы работаем с компанией Mondo. Это итальянская компания, которая имеет опыт и сертификацию соответствующую.

Светодиоды у нас не выпускаются. Их все равно приходится покупать за рубежом. Все компании везут комплектующие. В России производится разве что кабельная продукция, да корпус, возможно, делается. Либо экраны от мировых брендов везутся целиком из-за рубежа.

Мы будем производить экраны здесь, на отечественных предприятиях, под известным брендом. Мы гарантируем качество, а посредством локализации будем стараться гарантировать приемлемый ценовой уровень, чтобы быть конкурентоспособными.

– За реализацию каких важных составляющих спортивного комплекса вы беретесь в рамках подготовки к чемпионату-2018?

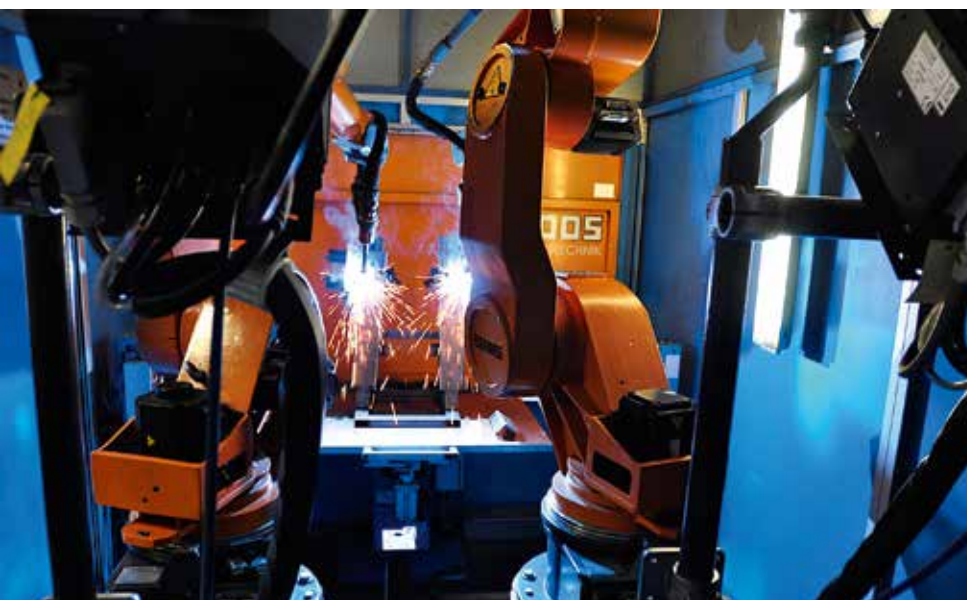
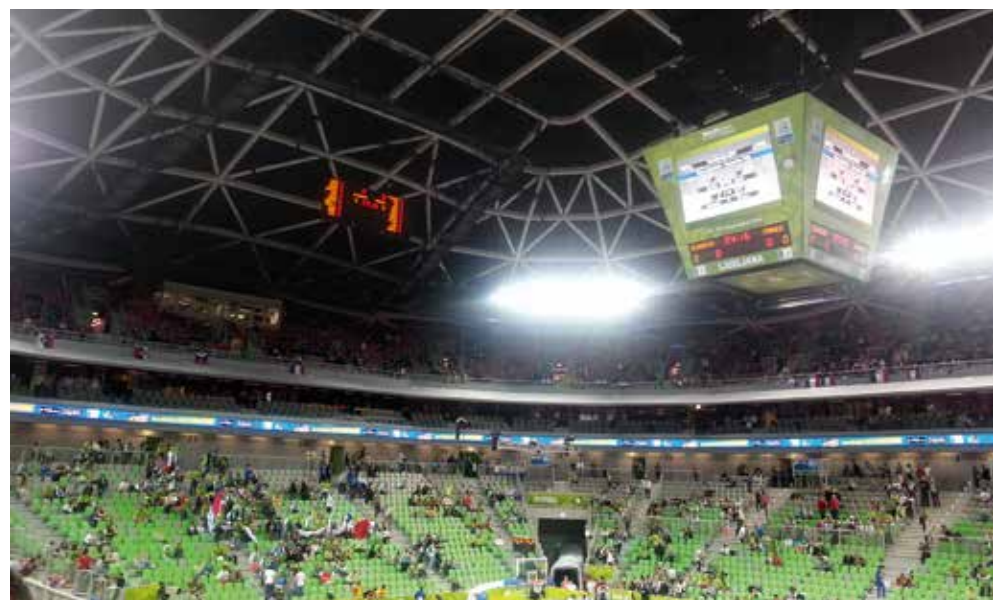
– Тут речь может идти о всей инженерии. Освещение. Спортивный звук: человек, сидя на трибуне, либо слышит голос комментатора, либо слышит эхо, гуляющее по стадиону. Проектирование звуковых систем – это

тоже одно из наших направлений, которое мы бы хотели также реализовывать в рамках подготовки стадионов к чемпионату мира.

Надо понимать, что требования ко всем этим системам регламентированы FIFA. Поэтому надо выбирать оборудование, чтобы оно соответствовало требованиям качества и в то же время находилось в рамках приемлемого ценового диапазона... Ресурс и опыт колоссальные в плане реализации – он у нас есть.

– Все ли необходимые производства можно локализовать?

– Не мы первые придумали локализацию производства. Много компаний и по электронным системам, и по световым технологиям, и по звуку – они в принципе уже наладили производство здесь. Но мы прекрасно понимаем, что



автомобиль зарубежной марки, собираемый в России, он локализован на 60%, допустим. Какие-то марки больше, какие-то меньше, но все равно определенный объем комплектующих идет из-за рубежа, никуда не денешься пока.

То же самое и в нашем случае. Часть комплектующих нецелесообразно производить здесь. Вот, например, ситуация, с которой мы столкнулись, нам нужна металлическая балка для сидений на стадионе. Труба квадратная гальванизированная. Решили найти ее в России. Нашли. Посчитали. Выяснилось, что дешевле купить в Германии и привезти в Россию, чем покупать у отечественного производителя. Вот такой парадокс.

– Какую часть проектирования в работе над аренами чемпионата вы берете на себя?

– Спортивные технологии. Все, что касается трибун, раздевалок, систем судейства, видеоэкранов, звуковых и световых систем и так далее. Технология создания футбольного поля – это отдельная специализация, есть компании,

которые на этом сфокусированы и которые ее реализуют. Наше дело – это сидения для зрителей, комментаторские места. Плюс к тому «режим наследия», предварительное планирование того, как стадион будет использоваться после чемпионата мира. Это все также реализовано в готовящейся нами документации.

Что касается пищевой технологии – ресторанов, кухонь – это не наше. ВИП-зоны мы проектировали, но реализовывать вряд ли будем, потому что не наша тема. Так же, как и медицинская технология. Все реализовать невозможно. Мы сторонники того подхода, что человек должен делать то, в чем он является профессионалом. Не стоит браться за то, что другие могут сделать лучше. Тем более на таких сложных, многоплановых объектах, как стадион к чемпионату мира, рассчитанный на 35–45 тысяч посадочных мест. Это огромный объект, в строительство которого вовлечены, будем надеяться, настоящие профессионалы.

В городах, где будут проходить матчи, должны иметься базы, тренировочные площадки... Как минимум три поля должно быть с определенной инфраструктурой, пусть и не столь масштабной, как на стадионе, в тех же регионах, где расположены стадионы. Где-то будут использованы существующие площадки, которые требуют реконструкции, где-то планируется новое строительство. Везде по-разному – всего около шести десятков этих тренировочных баз и полей.

Мы занимаемся и этими проектами. Изначально была идея, что это будут поля с натуральным покрытием, которое потом после чемпионата будет заменено на искусственное, чтобы функционировать в таком виде в дальнейшем. В отдельных регионах эти площадки должны быть не только футбольными, но и легкоатлетическими аренами. Это все дано на откуп субъектам федерации. Они отыгрывают аукционы на проектирование, они же потом в рамках проектирования реализуют это. Любой регион хочет разом реконструировать все. Работа ведется с отдельными регионами.

– Почему этими полями, в отличие от полей для больших стадионов, вы готовы заниматься?

– Применительно к большим аренам, где проходят игры, существуют технические требования FIFA. Есть компании, которые знают все это, занимаются. Ко всему остальному таких жестких требований нет, и это снижает риски, которые возникают, когда в проекты вносятся корректировки постоянно. Мы прошлым летом выполнили рабочую документацию по стадионам в Нижнем Новгороде и Самаре, сдали ее генпроектировщикам, и вроде как наша работа на сем закончилась. Но приехала инспекция FIFA, и пришлось вносить корректировки в планы. Поменялось расположение помещений, их назначение – все, согласно их требованиям. А это же не просто, это влечет за собой массу других изменений.

– Вам придется под чемпионат расширять компанию, добирать персонал?

– Мы и так постоянно это делаем. Несмотря на кризис во многих сферах, в том числе и строительной, мы пока чувствуем необходимость в людском ресурсе, в специалистах, мы постоянно расширяемся. Чемпионат-2018 – это одно из направлений. Если бы вдруг не состоялось наше участие в этом проекте, мы продолжили бы тем же составом, тем же коллективом двигаться дальше. Мы не поставили все на это мероприятие. Та команда, что уже подобрана под это направление, она в дальнейшем просто переключится на другое направление, и все. Обороты будут расти, новых людей набирать будем.

– Можно ли сказать, что участие в строительстве объектов для чемпионата мира по футболу – это толчок для дальнейшего развития компании?

– Естественно, это большой плюс, это референс. Для нас чемпионат-2018 – это некий рубеж, к которому мы давно готовились, к которому идем. У нас есть для этого все предпосылки – и опыт, и ресурс,

и, что главное, желание реализовать наши идеи. Таких объектов и таких мероприятий в этой жизни не будет уже, наверно, никогда. Это знаковое мероприятие.

Но компания «Магnum» уже находится на том этапе, когда, по сути, для нас нет каких-либо тем, которые мы не могли бы реализовать. В строительстве, особенно спортивном строительстве, мы знаем уже практически все. Если в дальнейшем представится возможность силами одной только нашей компании построить стадион, аналогичный по масштабам аренам чемпионата, мы его построим. Конечно, опыт всегда нужен и полезен. Но нельзя сказать, что мы были на одном уровне, а теперь поднимемся намного выше. Мы уже узнаваемы, нас знают как профессионалов. А главное, знают как компанию, которая отвечает за то, что она сделала.

Чемпионат мира – это не свет в конце тоннеля, к которому пришли и все, после него хоть трава не расти. Нет, это очередной этап, очередной уровень. Естественно, мы его преодолеем – и будет следующий уровень. ■

ПРОЕКТИРОВАНИЕ УНИФОРМЫ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА СПОРТИВНОГО СООРУЖЕНИЯ ■ DESIGN OF A UNIFORM FOR SPORTS FACILITIES STAFF

 **DIGEST p. 78**

Автор: Мария Гришко.

Фото: пресс-служба стадиона

«Донбасс Арена» ■ Author: Maria Grishko.

Photo: press office
of the stadium «Donbass Arena»

Униформа на стадионе – канал дополнительной коммуникации клуба и администрации стадиона со зрителем. Она помогает легко найти необходимого человека, визуально выделить сотрудника в толпе, контролировать логику персонала. Брендинг – возможность разнообразить маркетинговые активации для спонсоров и партнеров. Понять суть общего системного подхода и тщательной проработки деталей – таком проекте поможет этот Case Study Марии Гришко, ex-маркетингового директора «Донбасс Арены» и ФК «Шахтер» Донецк.

Uniforms in the stadium are an additional channel of communication between a club, stadium administration and spectators. It makes it easy to find the right person, to identify visually a member of the staff in the crowd

and to control movement of the staff. Branding is the possibility to diversify marketing activities for sponsors and partners. The Case Study by Maria Grishko, ex-Marketing Director of “Donbass Arena” and FC “Shakhter” Donetsk, will help to understand the essence of the general system approach and careful attention to details at such a project.



Мария Гришко

MBA, генеральный директор консалтингового агентства Expert Profile, ex-маркетинг директор «Донбасс Арены» и ФК «Шахтер» Донецк

Maria Grishko

MBA, Director General at consulting agency "Expert Profile", ex-Marketing Director of "Donbass Arena" and FC "Shakhter" Donetsk

Существование стадионов, предназначением которых является проведение спортивных соревнований различных типов, всегда связано с организацией массовых мероприятий. Как известно, основные источники коммерческих доходов спортивных сооружений – это аренда, выплачиваемая организаторами, спортивными клубами и федерациями, в некоторых случаях – выручка от билетов/абонементов, а также дополнительные источники дохода, такие как кейтеринг, туры по объекту, продажа атрибутики, коммерческая аренда. Условием, позволяющим максимизировать доход, является хорошая посещаемость мероприятий, на которую влияет не только спортивный клуб, приглашающий на арену своих болельщиков, но и сам стадион. Немаловажные факторы успеха – безопасность, комфорт

и уровень сервиса, которые предоставляет именно спортивное сооружение. И практически все три фактора неразрывно связаны с людьми, сотрудниками стадиона, которые обеспечивают безопасность, чистоту, комфорт, доступность дополнительных услуг как для зрителей, так и для спортсменов.

Правила проведения спортивных соревнований в обязательном порядке включают в себя требования к униформе персонала, задействованного в организации мероприятия. В первую очередь это обусловлено тем, что массовые мероприятия связаны с повышенным уровнем опасности. Специальная же униформа персонала помогает легко найти необходимого человека, визуально выделить сотрудника в толпе, контролировать логистику персонала. Для клуба и стадиона униформа также является возможностью дополнительно коммуницировать со зрителем с помощью брендинга, внешнего вида и цветовых решений, разнообразить маркетинговые активации для спонсоров и партнеров, влиять на атмосферу в чаше. Большое значение качество и внешний вид униформы имеют для самих сотрудников – форма должна быть удобной, согревать в холодное время года и «дышать» в теплое. Желательно, чтобы ее внешний вид и символика нравились сотрудникам, помимо прочего, это влияет еще и на мотивацию и настроение работника. Важными же для компании характеристиками являются немаркость, оптимальность в эксплуатации, заменяемость, стоимость производства и брендинга униформы.

Поскольку организация массовых мероприятий связана с большим количеством задействованного персонала, то задача проектирования униформы разных категорий представляется достаточно сложной. Сегодня мы рассмотрим вариант ее решения на примере «Донбасс Арены», стадиона футбольного клуба «Шахтер» из Донецка, Украина.

Проект униформы для сотрудников «Донбасс Арены» разрабатывался весной 2009 года совместно департаментом маркетинга и коммуникаций и департаментом развития и обучения персонала, была создана перекрестная команда из сотрудников арены и футбольного клуба. В рамках поставленной задачи необходимо было учесть следующие факторы:

- ▶ бренд-стиль и цветовые решения «Арены» (оранжевый, белый, черный) и ФК «Шахтер» (оранжевый и черный) должны были гармонично сочетаться в униформе персонала в Match day, однако цветовые решения не должны были ограничиваться только этими цветами;
- ▶ необходимо было учитывать требования Федерации футбола Украины и УЕФА к форме персонала, задействованного в матчах чемпионата Украины и еврокубков соответственно;
- ▶ весь персонал арены подразделялся на большое количество категорий и подкатегорий. В частности, на арене были задействованы штатные сотрудники (эксплуатация арены, работа в матчевые и/или в нематчевые дни, например, энергетики, группа агрономов, сотрудники отдела «Музей и туры», отвечающие за туры по арене, служба безопасности, кассиры и т.д.), внештатные сотрудники, привлекаемые в день матча (стюарды, служба безопасности, парковщики, хостессы в VIP-зонах, сотрудники DA Money), персонал аутсорсинговых компаний, работающий до, во время и после матчей – клининг и кейтеринг;
- ▶ территориально сотрудники подразделялись на работающих в массовой и VIP-зонах, в чаше стадиона и вовне (парковки, кассы, парк);



- ▶ количество одновременно задействованного персонала в дни пиковой нагрузки могло превышать 2000 человек;
- ▶ помимо прочего, необходимо было предусмотреть, чтобы массовые категории сотрудников (стюарды, безопасность, кейтеринг, DA Money) могли переодеться оперативно и без специальных приспособлений, чтобы минимизировать время подготовки к матчу;
- ▶ сотрудники службы DA Money, отвечающие за пополнение наличных карт зрителей, по которым проходили расчеты в чаше стадиона, должны быть заметны в толпе и в подтрибунных помещениях издали, для удобства болельщиков;
- ▶ желательно было не использовать цветовое сочетание «белый-синий», чтобы избежать ассоциации с цветами основного соперника «Шахтера» в чемпионате.

Команда начала разработку с ревизии бренд-стилей и выбора цветовой гаммы: для «Донбасс Арены» первым основным цветом являлся белый, вторыми основными – оранжевый и черный, дополнительными – желтый, красный, зеленый, серый и их оттенки. На этой цветовой гамме и построили палитру униформы. После этого составили полный список всех категорий персонала, задействованного в матчевые и нематчевые дни, с точными количественными показателями и приступили к его категоризации. В результате весь персонал был разделен на две группы: службы, деятельность которых направлена на обслуживание внешних клиентов, и персонал, обслуживающий саму «Донбасс Арену».

Для первой группы были выбраны первый, вторые основные и второстепенные цвета бренда «Донбасс Арены»: белый, оранжевый, черный, желтый, красный, зеленый, серый и их оттенки. В униформе каждой службы были возможны различные сочетания трех цветов, превалирование одного из них (в зависимости от набора одежды) – это помогло дифференцировать персонал. Дополнительные акценты в цветовой гамме были предусмотрены для персонала, который должен быть хорошо заметен в толпе и издали: сигнальные/неоновые цвета (зеленый, желтый, оранжевый) – например, для стюардов, промоутеров по продаже/пополнению карт безналичных платежей DA Money, парковщиков. В целях безопасности работающих в темноте или в условиях



ограниченной видимости на форму добавили светоотражающие элементы.

Для второй группы персонала, обслуживающей непосредственно саму арену, было допустимо использование первого, вторых основных и второстепенных цветов, а также дополнительного цвета. Каждая служба имела свой отличительный цвет. Требования к основным цветам: ближе к темной гамме, немаркие.

Дополнительно в целях безопасности в матчевые дни для визуализации сотрудников использовался MatchDay Accreditation Badge, в котором содержались указания на зоны, в которые допущен сотрудник, фото, личные данные и карточка, – электронный пропуск.

После общего цветового решения по группам для каждой категории сотрудников разрабатывался и описывался комплект одежды согласно следующим характеристикам:

1. Категория зоны, в которой задействован сотрудник. Если он работает в зоне VIP, то обязательно применение дресс-кода, то есть правил подбора собственной одежды, которые нельзя нарушать. Например, дресс-код для хостесс в VIP-зоне представлял собой следующее: черная юбка чуть выше колена или длиннее, телесные колготки светлых оттенков, черные брюки без дополнительных цветовых или блестящих элементов, черные классические туфли без дополнительных цветовых элементов;

2. Дополнительная к MatchDay Accreditation Badge визуализация зоны, в которой работает сотрудник. Для VIP-зон это было бренди-рование по логотипам зон, в виде металлизированного бейджа (Silver Club – серебряная металлизация, Gold Club – золотая и т.д.) нанесение логотипа – гравировка в один цвет, в бейдж вставлялась такого же оттенка металлизированная табличка с именем, которая крепилась справа на груди, на рубашку либо пиджак;

3. Дополнительное бренди-рование символами арены, ФК «Шахтер», спецпроектов. Например, это мог быть логотип «Донбасс Арены», вышитый на бейсболке, нанесенный на жилет или футболку; логотип «Шахтера» на униформе сотрудников специальных футбольных проектов; логотип DA Money и надпись «пополнение карт» на жилетах сотрудников этой службы;

4. Состав комплекта, с учетом сезонности (если это необходимо и обязанности сотрудника предусматривают работу на открытом воздухе в холодное время года);

5. Статус сотрудника в своей группе (например, комплект супервайзера по кейтерингу или DA Money отличался от комплекта рядового сотрудника).



Когда разработка проекта типовых комплектов для каждой категории была завершена, по техническому заданию был проведен тендер на изготовление униформы, и к открытию «Донбасс Арены», которое состоялось 29 августа 2009 года, все сотрудники были одеты в соответствии с разработанной системой. В процессе изготовления техническое задание претерпело некоторые изменения, которые неизбежны при таком объеме работ и количестве категорий. Например, агрономическую группу планировали одеть в темно-зеленый цвет, под цвет газона, но, поскольку украинские поставщики не смогли оперативно предоставить для сотрудников DA Money необходимого количество комплектов ярко-зеленого, «сигнального» цвета, то, чтобы избежать путаницы, зеленый цвет решили полностью оставить им, а агрономов одеть, как и клининговую компанию, в серый цвет, но сделать их одежду более оригинальной по фасону.

Необходимо отметить, что большое влияние на проект оказал позитивный опыт немецких коллег – весьма полезным оказалось обучение на Rhein-Neckar Arena, домашнем стадионе игравшего тогда в Бундеслиге «Хоффенхайма». Однако любые иностранные практики необходимо адаптировать к местным условиям, что и было успешно сделано на «Донбасс Арене». В частности, при имплементации системы Cashless Stadium, предполагающей безналичную оплату с помощью RFID-карт в чаше стадиона, ей был дан собственный бренд DA Money и разработана уникальная коммуникационная кампания по обучению зрителей. Также практика показала необходимость стоек пополнения. В отличие от Германии, где карточки пополнялись в основном с помощью мобильных промоутеров, нашим болельщикам и обладателям абонементов было удобнее пополнять карточки в известной фиксированной точке. Аналогичные изменения коснулись и униформы, так как и условия, и климат, и освещение на двух стадионах разные.

Применялись в ходе кампании и нестандартные решения. Например, для топ-менеджеров «Донбасс Арены» и «Шахтера» были заказаны

оранжевые галстуки с логотипом «Шахтера» (для мужчин) и шелковые платки ручной работы с росписью в технике батик с изображением «Донбасс Арены» (для женщин). В качестве же mascota – символа клуба и арены – были изготовлены четыре ростовые куклы кротов в разных костюмах и с разными «характерами». Их задачей было работать каждому со своей огромной трибуной до и в перерывах матчей, развлекать детей в семейном и школьном клубах и фотографироваться с болельщиками.

В заключение хотелось бы отметить, что, по моему мнению, ключ к успеху в данном проекте лежал в общем системном подходе, тщательной проработке деталей и слаженной командной работе. Причем это относится не только к штатным и внештатным сотрудникам арены и клуба, но и к партнерам – кейтеринговой и клининговой компаниям. И сегодня искренне хочется надеяться, что вскоре лучший стадион Восточной Европы снова распахнет свои двери для большого футбола. ■

СОЗДАНИЕ ВРЕМЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА

■ ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ

В соответствии с Федеральным законом №108 и другими нормативными актами, разработанными для обеспечения высокого организационного уровня проведения чемпионата мира по футболу в 2018 году, должны быть решены следующие задачи: создание спортивной инфраструктуры в соответствии с требованиями ФИФА, модернизация транспортной и энергетической инфраструктуры и обеспечение должного уровня безопасности участников, персонала и посетителей

 **DIGEST p. 78**

Группа компаний RODER, являясь мировым лидером производства каркасно-тентовых конструкций, на протяжении многих лет успешно участвует в строительстве объектов временной инфраструктуры крупнейших чемпионатов: чемпионата мира по футболу 2006 года в Германии, чемпионата Европы по футболу 2012 года (Польша и Украина), финалов Лиги чемпионов в Лиссабоне, Риме, Мадриде, Цюрихе, Москве и Стамбуле, Олимпийских игр в Сочи, Гран-при «Формулы-1», Универсиады в Казани.

Инновационные решения RODER помогают оптимально решать основные инфраструктурные задачи при организации и проведении соревнований, для оптимизации транспортных потоков и обеспечения безопасности.

ИНФРАСТРУКТУРА ВОКРУГ СТАДИОНА

При проведении международных спортивных событий вокруг стадиона возводится и функционирует обязательная временная инфраструктура, в состав которой входит множество функциональных зон: центры аккредитации и зоны гостеприимства, тренировочные площадки и помещения для спортсменов, павильоны для организации питания и пресс-центр, павильоны спонсоров и торговые палатки, пункты обеспечения безопасности и парковки, медицинские центры, технические и складские зоны. С помощью мобильных конструкций можно построить целые кампусы для команд, болельщиков и волонтеров. В зависимости от назначения и требований временные павильоны могут отличаться по площади, внешнему и внутреннему дизайну, могут оснащаться системами вентиляции, отопления и кондиционирования.

Требования к организации зон питания обычно связаны с категорией посетителей: столовые для спортсменов, волонтеров и персонала, VIP-рестораны для спонсоров и официальных делегаций, кафе и фуд-корты для зрителей. Для обеспечения полного цикла приготовления пищи VIP-ресторана возможно оснащение любым технологическим оборудованием с соблюдением всех нормативов и СНИПов.

В зоне гостеприимства для спонсорских павильонов и VIP-ресторанов применяются конструкции различной формы с эксклюзивным оснащением: многоугольные, кубические или круглые со стеклянными панелями или прозрачным тентовым полотном, дизайнерским интерьером, декором и мебелью. VIP-ресторан может представлять собой двухэтажную конструкцию с панорамными окнами, различными помещениями, в том числе со встроенными сантехническими кабинками.

Создание универсальной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, охватывающей все внутренние объекты, позволит обеспечить необходимые сервисы: спутниковое телевидение, Wi-Fi, видеоконференцсвязь, синхронный перевод и многое другое.

Небольшие шатры площадью от 9 до 30 кв. м могут быть установлены практически на любом участке вокруг стадиона и приспособлены под медицинские кабинеты, технические или санитарные помещения, зоны контроля доступа. Возможна организация санитарных комнат для маломобильных групп населения и для VIP-гостей.

Временные сооружения для тренировок спортсменов могут



Временная инфраструктура вокруг стадиона



Самый большой временный ресторан. Универсиада в Казани



VIP-рестораны



включать тренажерные залы, бассейны, массажные кабинеты, комнаты отдыха и другие помещения.

ОРГАНИЗАЦИЯ ФАН-ЗОН

Отдельного внимания требует организация фан-зон – городских площадок для проведения спортивных фестивалей и трансляции футбольных матчей для болельщиков. Требования к организации фан-зон регламентированы ФИФА: центральная площадка должна обеспечивать вместимость 50 тыс. зрителей, иметь огороженную и охраняемую территорию, ежедневный бесплатный вход для зрителей. По стандартам ФИФА матчи демонстрируются в прямой трансляции на гигантских экранах в течение всего чемпионата во всех городах, где проходят матчи. Помимо этого предполагается организация фестивалей для болельщиков в городах, где игры не запланированы.

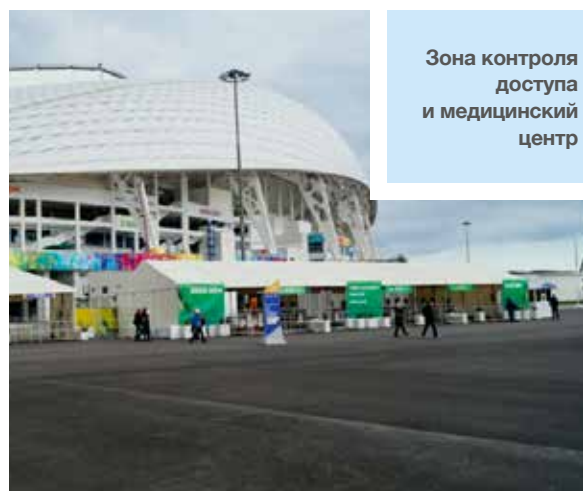
Многофункциональные тентовые конструкции позволяют создавать обширные внутренние пространства со сценой и зрительным залом. Ширина подобных помещений может достигать 50 м, а высота по стене 10 м. Это делает возможным установку огромных экранов и концертного оборудования. Фан-зоны могут совмещаться с другими функциональными зонами – игровыми и развлекательными, VIP и lounge, спонсорскими павильонами и ресторанами, торговыми зонами.

Правила организации фан-зон предполагают строительство достаточного количества трибун для зрителей, на которых можно разместить шатры для укрытия от дождя и солнца, организовать удобный доступ для маломобильных групп населения.

Пресс-центры



Зона контроля доступа и медицинский центр



Традиционно тентовые конструкции используются для организации временных точек продаж сувенирной продукции, тематической атрибутики вблизи стадиона и в фан-зонах.

ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

По данным статистики, на мероприятия уровня чемпионата мира около 80% посетителей прибывает на общественном транспорте. Поэтому особенную значимость приобретают задачи распределения транспортных потоков и обеспечения оптимальной пропускной способности ключевых транспортных узлов: железнодорожных и автовокзалов, аэропортов, речных и морских портов. Поскольку увеличение транспортных потоков носит временный характер, целесообразно рассмотреть применение быстровозводимых объектов на временной основе.

Успешный опыт применения конструкций RODER для организации временных пассажирских и грузовых терминалов в Европе и в России обусловлен следующими преимуществами: возможностью трансформации под различное назначение, легкой транспортировкой и быстрым монтажом, отсутствием полного цикла согласований для строительства, быстрой окупаемостью.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Важнейшим условием успешного проведения матчей чемпионата мира является обеспечение безопасности зрителей, организаторов, представителей СМИ в местах проведения мероприятий.

Тренировочные
залы



Фан-зоны



Торговые зоны



Фото
аэропортов
городов Любек
и Пермь, МФЦ
в Новой Москве



Специально оснащенные тентовые павильоны используются в качестве контрольно-пропускных пунктов и досмотровых зон для контроля транспорта и посетителей. Внутри таких помещений устанавливаются турникеты, детекторы и прочее оборудование. В целях соблюдения правил эвакуации временные павильоны оборудуются информационными указателями и дверями с механизмом «антипаника».

В целях обеспечения пожарной безопасности павильоны оснащаются комплексом систем в составе автоматической пожарной сигнализации, систем оповещения о пожаре, управления эвакуацией и средствами пожаротушения.

ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Мобильные легковозводимые конструкции RODER не оказывают вредного воздействия на окружающую среду и человека в течение всего жизненного цикла. Компания «Родер» обладает системой экологического менеджмента, которая позволяет обеспечить весь цикл работ по проектированию и строительству временных сооружений в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 14001-2007 (ISO 14001:2004).

КПП и пункты
досмотра



ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ AGC В КЛЮЧЕВЫХ ОБЪЕКТАХ FIFA-2018 ■ ОБЗОР РОССИЙСКИХ ОБЪЕКТОВ

Компания AGC Glass Europe на протяжении многих лет является поставщиком инновационных продуктов, применяемых в строительстве крупнейших спортивных сооружений по всему миру: ряд олимпийских объектов в Сочи, стадион «Геламко Арена» в Бельгии, стадионы «Арена Коринтианс» и «Арена Пернамбуку» в Бразилии, Национальных стадионов Варшавы и Баку и многие другие. С началом возрождения спортивной индустрии в России, когда во множестве регионов была начата реконструкция старых и строительство новых объектов международного уровня, инновационные продукты AGC прочно заняли первые позиции в сооружениях всех типов сложности. При проектировании и строительстве спортивных объектов архитекторам необходимо искать способы решения сложнейших инженерных задач, и именно уникальные продукты AGC чаще всего способны полностью соответствовать всем техническим и экологическим стандартам и требованиям. Крупная сеть партнеров AGC на местном и международном уровне в сфере переработки стекла и остекления фасадов предоставляет архитекторам и инвесторам неограниченные возможности для реализации их идей и пожеланий в максимально короткий срок. Представляем вашему вниманию звездные российские объекты, которые примут в своих стенах чемпионат мира по футболу в 2018 году.

СТАДИОН «ФИШТ»

Главная арена XXII зимних Олимпийских игр названа в честь одноименной горной вершины Кавказского хребта, в переводе с адыгейского Фишт означает «белая голова».

Архитектурная концепция стадиона стала абсолютно уникальной для России, именно благодаря тому, что крыша была выполнена из светопропускающего поликарбоната, который помог воплотить в жизнь два образа: морской ракушки и снежной вершины, гармонично вписав стадион в горный пейзаж Имеретинской низменности.



СТАДИОН «ФИШТ», Г. СОЧИ
Продукты AGC:
 Planibel Azur, Stopsol Phoenix Azur – 6000 кв. м
 Купол – ETFE- пленка: 22 000 кв. м
Вместимость:
 для Олимпийских игр – 40 000 мест;
 для ЧМ-2018 – 45 000 мест;
 после ЧМ-2018 – 25 000 мест.

Покрытие белоснежного купола выполнено из ультрапрочной фторэтиленовой ETFE-пленки AGC Chemicals, от передового производителя специальных продуктов на основе фторсоединений с уникальными техническими и физическими характеристиками.

Для остекления крупнейших объектов XXII зимних Олимпийских игр компания AGC осуществила поставку более 100 000 кв. м энергоэффективных продуктов: Stopsol, Stopray и Planibel, а также ETFE-пленки, еще раз подтвердив соответствие своей продукции самым жестким требованиям.

СТАДИОН «ОТКРЫТИЕ АРЕНА»

В основу архитектурной концепции фасада большой арены стадиона «Спартак» был заложен хорошо известный всем, но трансформированный логотип ФК «Спартак».

Для остекления объемного фасада, выполняющего функцию ветрозащитного экрана, было выбрано закаливаемое стекло AGC марки Planibel Clearvision.

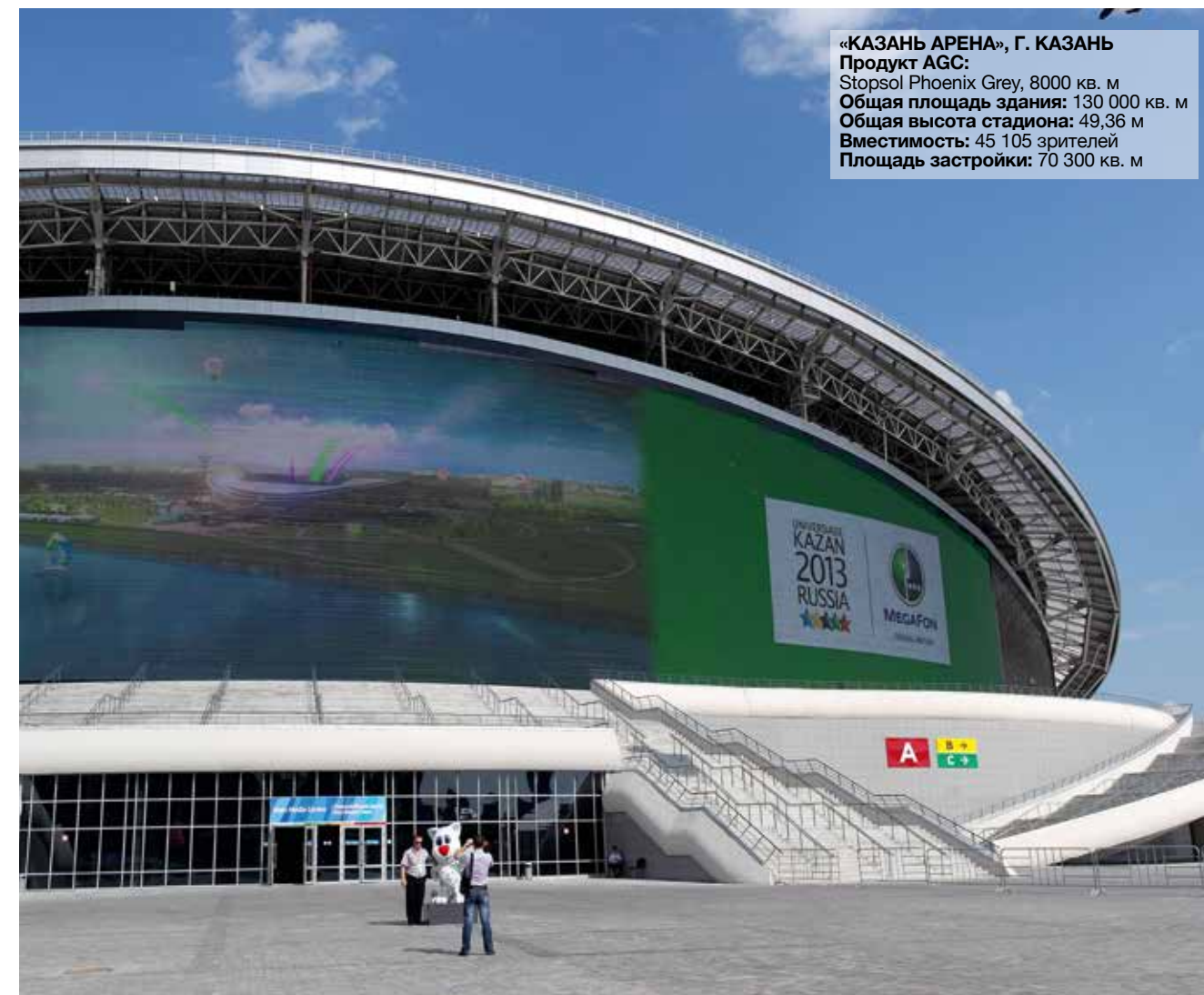
Данный продукт идеально соответствовал всем сложным техническим требованиям к остеклению фасада арены, металлоконструкция которой представляет собой пространственную шаро-стержневую систему.

Благодаря максимально высокой степени светопропускания и прозрачности, стекло Planibel Clearvision позволило сохранить максимальную цветопередачу идеально чистого белого цвета, преобладающего в мозаичной облицовке фасада.



БОЛЬШАЯ АРЕНА – АРЕНА «ОТКРЫТИЕ», Г. МОСКВА
Продукт AGC: Planibel Clearvision, 12 000 кв. м
Общая площадь стадиона: 53 758 кв. м
Высота стадиона: 52,64 м
Вместимость стадиона: 45 000 мест

МАЛАЯ АРЕНА – АРЕНА «ОТКРЫТИЕ», Г. МОСКВА
Продукт AGC: Stopsol Phoenix Bronze, 8000 кв. м
Общая площадь здания: 40 220 кв. м
Высота здания: 35,9 м
Вместимость: 12 000 мест



«КАЗАНЬ АРЕНА», Г. КАЗАНЬ
Продукт AGC:
 Stopsol Phoenix Grey, 8000 кв. м
Общая площадь здания: 130 000 кв. м
Общая высота стадиона: 49,36 м
Вместимость: 45 105 зрителей
Площадь застройки: 70 300 кв. м

Кроме того, Planibel Clearvision после термической обработки гарантирует максимальную устойчивость фасадной конструкции к внешним воздействиям и резким перепадам температур, что особенно важно с учетом климатических особенностей России.

В остеклении фасада малой арены было использовано инновационное светоотражающее стекло с зеркальным покрытием Stopsol Phoenix Bronze, которое обладает высокой степенью рефлексивности, идеальной однородностью и особенно прочным покрытием с точки зрения внешних повреждений и влияния окружающей среды.

Продукты в категории Stopsol Phoenix производятся в России и наиболее востребованы ведущими архитектурными бюро и крупнейшими переработчиками благодаря их уникальному внешнему виду и легкости в обработке.

СТАДИОН «КАЗАНЬ АРЕНА»

В основе архитектурной концепции стадиона «Казань Арена» лежит образ водяной лилии. Уникальность этого масштабного объекта обеспечили пролеты ригеля длиной более 120 метров и светопрозрачные консоли крыши, которые опираются всего на восемь опорных точек.

В остеклении сложных фасадов с трех сторон стадиона было использовано светоотражающее стекло с зеркальным покрытием Stopsol Phoenix Grey, с типом покрытия класса А, делающим его максимально устойчивым к воздействию органических загрязнений и к механическим повреждениям. Дополнительным преимуществом этого продукта являются его уникальные солнцезащитные характеристики, позволяющие предотвратить перегрев помещения в летний сезон и сохранять тепло в холодное время года.

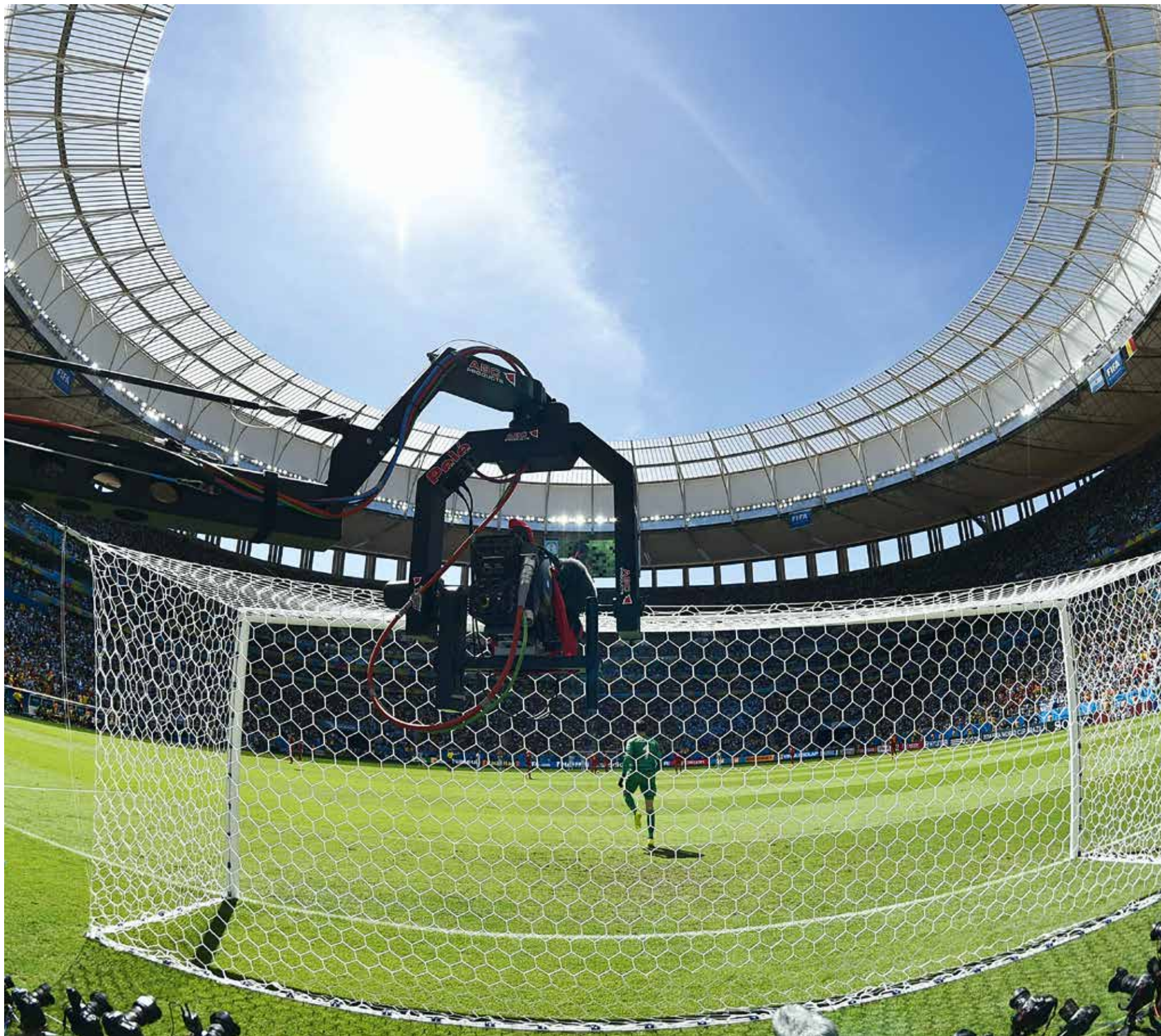


Справка о компании

AGC Group – глобальная компания по производству стекла, занимающая передовые позиции на рынках Азии, Европы, Северной и Южной Америки, более чем в тридцати странах мира, в том числе в России.

AGC Glass Europe, европейское подразделение крупнейшего мирового производителя листового стекла, штаб-квартира которого находится в Бельгии, специализируется на производстве и переработке листового стекла для использования в строительстве (наружное остекление и декоративное интерьерное остекление), автомобильной промышленности (оригинальное стекло и стекло для замены), солнечной энергетике и различных специализированных отраслях.

AGC начала свою деятельность в России в 1997 году и на сегодняшний день является лидером отечественной стекольной индустрии. Разнообразная линия инновационных продуктов AGC представлена широким ассортиментом высококачественного архитектурного и интерьерного стекла. Производство всего спектра продукции осуществляется с применением новейших технологий в области стекловарения и вакуумных напылений. Благодаря профессиональному подходу к качеству создаваемого продукта и бережному отношению к окружающей среде, компании удалось реализовать сотни успешных проектов по всей стране.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОЛИМПИЙСКИЙ СТАДИОН В БАКУ

Нельзя не обойти вниманием успешное применение ETFE-пленки в покрытии фасада и крыши Национального стадиона в Баку, ставшего центральной ареной недавно прошедших I Европейских игр. Использование 65 000 кв. м пленки ETFE позволило не только обеспечить оптимальную защиту от неблагоприятных погодных условий, не утяжеляя конструкцию, но и сделать арену частью светового шоу, благодаря встроенной в материал светодиодной подсветке.

Более подробную информацию о продуктах и проектах AGC в России можно получить на сайте agc-info.ru





А-ТЕНТ ■ ВРЕМЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



А-ТЕНТ
www.tent.ru

107014, Москва,
парк «Сокольники»,
5-й Лучевой просек,
павильон № 2
+7 (495) 502-99-00
tent@tent.ru
www.tent.ru

«А-ТЕНТ» – один из лидеров российского рынка аренды быстро-возводимых тентовых конструкций. Наша команда обладает одним из самых крупных и разнообразных парков оборудования в России. Более 10 лет мы обеспечиваем временной инфраструктурой мероприятия любого уровня сложности и масштаба по всей стране – от Мурманска до Находки, в любых климатических условиях.



Реализация мероприятий на высоком уровне зависит в первую очередь от подготовки, профессионализма и опыта сотрудников компании. Именно поэтому мы уделяем огромное внимание развитию собственного персонала. Вы можете быть уверены,

что все наши сотрудники, которые участвуют в организации вашего проекта, являются одними из лучших на российском рынке в своей области.

Мы делаем все, чтобы сотрудничество с нами было простым

и выгодным и у вас были все основания довериться профессионализму команды «А-ТЕНТ». Мы предлагаем комплексный подход к техническому оснащению мероприятий с использованием временной инфраструктуры ■

ВРЕМЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

■ РЕШЕНИЯ ДЛЯ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ

Компания «А-ТЕНТ» более 10 лет участвует в создании объектов временной инфраструктуры спортивных соревнований. Собственный парк оборудования и развитая внутренняя инфраструктура позволяют нам решать самые сложные задачи.



Организаторы крупных спортивных мероприятий неизбежно сталкиваются с необходимостью возведения большого количества временных зон для соревнований. Это может быть обусловлено проведением нескольких соревнований в один день, наличием зоны коммерческого обслуживания площадью несколько тысяч квадратных метров или иными требованиями, соблюсти которые, используя стационарные объекты, невозможно. Временная инфраструктура является чуть ли не единственным способом решения подобных задач.

Во время крупных соревнований, в том числе и международного уровня, к спортивным объектам предъявляются требования, которые серьезно отличаются от штатного режима их эксплуатации. Например, в один день может проводиться несколько соревнований, а значит, существенно возрастает число клиентских групп мероприятия, и каждой необходимо обеспечить комфортные условия пребывания.

В дни проведения соревнований увеличивается и количество сотрудников СМИ, для которых также должна быть создана комфортная рабочая обстановка. Кроме того, из-за нюансов и требований международных спортивных организаций, предъявляемых к обустройству спортивных объектов, может возникнуть необходимость переустроить помещения, чтобы изменить их функциональное назначение. Таким образом, требуется возведение временной инфраструктуры.

Для организации зон коммерческого обслуживания большой площади единственным рациональным решением является установка на прилегающей территории временных павильонов, оснащенных всеми необходимыми инженерными системами, включая временное энергоснабжение, отопление, вентиляцию и кондиционирование.

Элементы временной инфраструктуры можно возвести автономно или соединить со стационарными или временными объектами, но в отличие от стационарных сооружений они способны меняться в соответствии с предъявляемыми требованиями вплоть до завершения монтажа. Кроме того, важным вопросом является обеспечение доступа на спортивные объекты людей с ограниченными возможностями. Для этого возведенные сооружения комплектуются специальным оборудованием. Таким образом, нюансы и требования международных спортивных организаций, предъявляемые к обустройству объектов, приводят к необходимости создания временной инфраструктуры.



КАУЧУКОВЫЕ НАПОЛЬНЫЕ ПОКРЫТИЯ ■ РЕШЕНИЯ ДЛЯ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ

Физические нагрузки сегодня – это не просто занятия спортом, а образ жизни современного активного человека. Жителю мегаполиса спорт дает возможность зарядиться энергией, снять стресс, расслабиться, почувствовать себя бодрым и полным сил. Фитнес-центры, спортивные залы, в том числе детские, теннисные корты и различные манежи теперь гораздо больше, чем просто спортивные площадки.



Требования к напольным покрытиям в них стали более разносторонними – от высочайшей износостойкости до исполнения самых разнообразных дизайнерских решений. Каучуковые напольные покрытия nora® идеально соответствуют этим требованиям. Они предназначены для применения в различных зонах – от умеренно нагруженных до зон свободных весов фитнес-центров.

К основным требованиям к напольным покрытиям в спортивных залах относятся:

- ▶ **поглощение ударных нагрузок (упругость) и эргономика.** Каучуковые напольные покрытия nora® обладают стабильной упругостью и создают максимальный комфорт при занятиях, существенно уменьшая нагрузку на суставы во время тренировок. Эластичность каучука обеспечивает высокое звукопоглощение, что делает более комфортной обстановку в помещении. При этом упругость каучуковых покрытий nora® не уменьшается на протяжении всего срока эксплуатации;
- ▶ **износостойкость:** каучуковые покрытия nora® обладают более высокой износостойкостью среди прочих эластичных покрытий. Средний срок службы превышает 25 лет. Вплоть до сегодняшних дней можно встретить объекты, эксплуатируемые еще с начала 50-х годов;
- ▶ **гигиеничность и уход.** Запах разлагающейся органики, находящейся в порах резиновых покрытий из дробленой шинной крошки, не лучшим образом характеризует сам объект. Использование покрытий nora® полностью снимает эту неприятную проблему, в том числе в раздевалках и туалетных комнатах. В связи с чрезвычайно

плотной поверхностью каучуковые напольные покрытия nora® обладают пониженной чувствительностью к загрязнениям, чем снижают затраты на очистку. А однородность структуры по всей толщине покрытия nora® не требует нанесения дорогих защитных слоев, как это необходимо при применении многих других покрытий;

- ▶ **дизайн.** Привлекательность пола является важным фактором, ведь он задает тон общему дизайну помещения. Напольные каучуковые покрытия nora® имеют множество комбинаций исполнения: можно комбинировать как фактуру поверхности («кнопка», «битая молотком», рельефная), так и цвета (монохромные или смесевые с чипсами). Также возможно дополнить дизайн вставками и логотипами, обозначениями направления движения или нумерацией.

Помимо использования в непрофессиональных спортивных залах, покрытие nora® также подходит для применения на крупных стадионах и ледовых дворцах. Системное строительство спортивных сооружений в России последнего десятилетия позволило определить и уточнить ряд требований к наиболее проблемным зонам внутри спортсооружений. Эти зоны не относятся к ядру спорткомплекса, и поэтому на них не распространяются требования спортивных федераций. С другой стороны, эти пространства подвержены еще более серьезным нагрузкам, чем непосредственно спортивное ядро.

Речь идет о зонах, которые включают:

- ▶ раздевалки и туалетные комнаты спортсменов;
- ▶ проходы (выходы) для спортсменов в специальной обуви на спортивную арену, во врачебный и массажный кабинеты, туалет;
- ▶ зоны вокруг спортивной арены (скамейки запасных, штрафников);
- ▶ лестничные спуски к спортивной арене на трибунах (на «гребенке»);
- ▶ места скопления зрителей: холлы, выходы к трибунам, фуд-корты.

Кроме вышеуказанных зон посетители будут активно перемещаться в специальной обуви вокруг всей арены, проходить по коридорам и проходам в многочисленные кафе и раздевалки. Колоссальные нагрузки на покрытие, возникающие в этих случаях, быстро и безвозвратно разрушают почти все виды современных напольных покрытий. Твердые покрытия (керамогранит или натуральный камень) разрушаются медленнее, но быстрее теряют внешний вид, и, что самое главное, передвижение по таким покрытиям крайне неудобно и даже опасно.

В наибольшей степени всем описанным выше требованиям соответствуют каучуковые вулканизированные покрытия, специально разработанные для этих целей на предприятии nora systems GmbH в Германии.

Установка каучукового покрытия представляет собой простой, понятный, но строго регламентированный технологический процесс. А специальные технологии и разработки обеспечивают должное качество, устойчивость к нагрузкам и гарантируют долгий срок службы покрытий даже в наиболее проблемных зонах внутри спортивных помещений.

На фото справа: Биатлонный центр «Жемчужина Сибири», г. Тюмень
На фото слева: Футбольный стадион «Открытие Арена», домашний стадион ФК «Спартак» ■

КАУЧУКОВЫЕ НАПОЛЬНЫЕ ПОКРЫТИЯ NORA®



Реклама

Представительство ООО «Нора системз ГмбХ»

143405, Россия,
Московская область,
Красногорский район, д. Гольево, МОИС-1.
Тел./Факс: +7 (495) 984-20-44
e-mail: info-ru@nora.com
www.nora.com/ru

S-PRO SYSTEMS ДЛЯ «ОТКРЫТИЕ АРЕНА» ■ СИСТЕМА ТЕЛЕРАДИОТРАНСЛЯЦИИ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА ФУТБОЛЬНОГО СТАДИОНА

Стадион «Открытие Арена» – является одним из крупнейших в стране многофункциональных спортивных комплексов, которому предстоит принять в 2018 году чемпионат мира по футболу. Новый ультрасовременный стадион является домашней ареной футбольного клуба «Спартак». Все главные спортивные объекты России разрабатываются с учетом требований мировых спортивных федераций. Более тысячи журналистов со всего мира и более сотни телевизионных каналов будут освещать матчи, что требует высокотехнологичной оснащенности системы телерадиотрансляции.

Оснащение стадионов высокотехнологичной системой телерадиотрансляции – это необходимое условие для профессионального медиаосвещения спортивных мероприятий, которое позволит основному вещателю создавать телевизионный продукт с минимальными затратами и максимально качественно.

 **DIGEST p. 79**

СИСТЕМНОЕ РЕШЕНИЕ

Компанией S-Pro Systems подготовлен и реализован амбициозный проект по созданию системы телерадиотрансляции для комплекса «Открытие Арена». Проект получил профессиональное признание экспертов: решение полностью отвечает всем требованиям международных футбольных организаций.

В 2018 году «Открытие Арена» примет матчи чемпионата мира по футболу – крупнейшего события в мире спорта.

ВЫСОКАЯ НАДЕЖНОСТЬ

Одна из приоритетных задач, успешно выполненных специалистами S-Pro Systems, – высокая степень надежности и безотказности оборудования в соответствии с требованиями регламента ФИФА.

Применение современного высокотехнологичного оборудования, новых методов проектирования и монтажа сложных телевизионных коммуникаций позволило создать отказоустойчивый комплекс с возможностью мониторинга всех активных систем и их отдельных элементов. Система многократного дублирования позволяет сохранять полную функциональность вещательной инфраструктуры даже в случае аварийных ситуаций.

СИСТЕМА ТЕЛЕРАДИО- ТРАНСЛЯЦИИ (СТРТ)

Система телерадиотрансляции (СТРТ) – это комплекс из нескольких крупных взаимосвязанных систем: инфраструктуры ТВ-трансляций, системы внутреннего телевидения, системы аудиовидеопредставления мероприятий.

В 2013 году перед специалистами компании S-Pro Systems была поставлена задача по созданию качественной, отказоустойчивой инфраструктуры ТВ-трансляций, системы внутреннего телевидения для профессионального медиаосвещения спортивных событий, проходящих в рамках мероприятий многофункционального спортивного комплекса «Открытие Арена».



ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Система телерадиотрансляций, разработанная и смонтированная инженерами компании S-Pro Systems, обеспечивает создание надежного инфраструктурного вещательного комплекса, предназначенного для:

- ▶ подключения телекамер и передвижных телевизионных станций;
- ▶ передачи видео- и аудиосигналов высокого качества;
- ▶ подключения «камер-пауков».

СТРТ решает также следующие задачи:

- ▶ обеспечивает передачу сигнала от полустационарных телетрансляционных пунктов на системы IPTV и Digital Signage;
- ▶ позволяет использовать телекамеры и трансляционное оборудование для внутренних потребностей – записи и трансляции тренировок, событий и т. д.;
- ▶ обеспечивает высокую функциональность и безотказную работу центральной аппаратной стадиона;
- ▶ предоставляет возможность записи, видеомонтажа, просмотра и хранения видеоматериалов;
- ▶ позволяет осуществлять обработку, создание и адаптацию рекламных материалов, а также их воспроизведение на всех средствах отображения видео на стадионе;
- ▶ дает возможность обработки и трансляции внутренних каналов;
- ▶ обеспечивает технический персонал стадиона служебной связью;
- ▶ обеспечивает полное техническое оснащение помещений, предназначенных для видеосъемок и проведения конференций, в том числе высококачественное освещение.

ОБОРУДОВАНИЕ

Одним из важных элементов СТРТ является полустационарный теле-трансляционный пункт (ПСТТП) с коммутационным оборудованием для подключения передвижных телевизионных станций. На всей территории спортивного комплекса имеется несколько десятков точек ТВ-подключения, расположенных как во внутренних помещениях, так и в чаше стадиона. Камерные позиции и платформы в чаше стадиона предназначены для непосредственной съемки и трансляции матчей, событий на поле до и после них.

Точки ТВ-подключения во внутренних помещениях комплекса, предназначенные для работы медиа:

- ▶ зал для пресс-конференций;
- ▶ зоны флеш-интервью;
- ▶ микст-зона;
- ▶ внутренние и панорамные ТВ-студии;
- ▶ зона встречи команд.

Для обеспечения высокого качества съемки во внутренних помещениях использованы осветительные системы с цветовой температурой 5600 К для помещений с окнами, выходящими на поле, и 3200 К – для полностью закрытых помещений.

Специализированным освещением оборудованы следующие зоны:

- ▶ президиум зала для пресс-конференций;
- ▶ зоны блицинтервью;
- ▶ микст-зона;
- ▶ внутренние и панорамные студии телерадиоинтервью.

Для внутреннего пользования стадион оборудован тремя камерами на поворотных головах.

Для передачи цифровых сигналов 3G и HD-SDI используется оптоволоконная кабельная система (кабель Single Mode 9/125um) с преобразователями для конвертирования электрического сигнала в оптический и обратно. Аналогичная система организована и для передачи аудиосигналов.

Центральный аппаратный пункт стадиона оснащен всем необходимым для осуществления управления СТРТ и координации работы оборудования и персонала:

- ▶ весь видеотракт центрального аппаратного пункта выполнен в HD-SDI 1080/50i;
- ▶ мультиматричный коммутатор, способный выполнять функции резервного микшерного видеопульта, Imagine Communications (HARRIS) Platinum 48 x 48 и модули на базе фреймов серии Selenio 6800+ Imagine Communications (HARRIS), такие как кадровые синхронизаторы, мультиплексоры, демультимплексоры, конверторы форматов сигналов, усилители-распределители и преобразователи позволяют системе адаптироваться к любым задачам и обеспечивать качество и надежность;
- ▶ система синхронизации сигналов и генерации точного времени предназначена для формирования опорного сигнала для всех видеопультов, работающих в комплексе. Система имеет встроенный NTP-сервер для предоставления сигнала точного времени в компьютерную сеть;
- ▶ микшерный видеопульт Ross Video, предназначенный для формирования основной и дополнительных видеопрограмм;



- ▶ звуковой микшерный пульт Yamaha, предназначенный для формирования аудиопрограммы;
- ▶ система обработки и трансляции графики. Состоит из двух независимых дублирующих модулей для обеспечения стопроцентной отказоустойчивости. Представляет собой два системных блока с видеопроцессорами nVIDIA® GPU, жесткими дисками 4x1 TB с возможностью горячей замены и поддержкой аппаратного режима RAID, оперативной памятью 8 Гб, а также операционной системой Windows 7 Pro, 64 bit;
- ▶ система подготовки и показа повторов для многоканальной записи, хранения и воспроизведения событий на поле. Позволяет производить запись одновременно 3 каналов в режиме повторов и 4 – в режиме записи под монтаж;
- ▶ система нелинейного монтажа на базе рабочей станции HP Z820 с платой ввода/вывода DeckLink Studio 2 и программным обеспечением Avid MediaComposer, использующаяся для записи, хранения и последующего монтажа материала;
- ▶ система мониторинга, состоящая из мультиматричных мониторов с функцией анализа сигналов;
- ▶ система служебной связи для обслуживающего персонала. Имеет возможность ввода в систему телефонных линий.

Проект был предоставлен и реализован специалистами S-Pro Systems в сжатые сроки. Созданная профессионалами компании S-Pro Systems инфраструктура ТВ-трансляции, системы внутреннего телевидения, а также системы аудиовидеопредставления мероприятий полностью соответствует всем требованиям регламента ФИФА.

Реализация проекта – август 2014 года.

ПЕРЕДОВЫЕ МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ СИСТЕМ ПОЛИВА

■ ГАРАНТИЯ БЕЗОПАСНОСТИ СПОРТИВНЫХ ПЛОЩАДОК

Автор: Линда Вайтман
(Lynda Wightman),
менеджер по связям
с индустрией ■ компания
Hunter Industries

Безупречная и безопасная спортивная площадка может быть создана только за счет внедрения системы полива, которая построена из высококачественных компонентов, специально разработанных с учетом особенностей спортивных площадок. Для того чтобы определить необходимое оборудование для конкретного поля, специалист по устройству газонов должен сосредоточиться на нескольких ключевых вопросах, включающих безопасность игроков, внешний вид и стоимость.

Только зная и понимая эффективные методы создания систем полива, возможно найти правильное сочетание компонентов. Одним из наиболее важных факторов, который должен учитывать специалист, является то, каким образом и насколько часто поле будет использоваться. Специалист также должен иметь четкое представление об основах гидравлического расчета систем полива, потребностях растений в поливе, типах почв и соответствующей терминологии. Но кроме того, что специалист должен обладать необходимыми знаниями, ему нужно будет обучить весь персонал, так или иначе связанный с системой полива. Основные принципы, которые необходимо учитывать при создании системы полива для новой площадки или модернизации существующей системы полива, одинаковы и являются обязательными для достижения успеха.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Проект системы полива является «дорожной картой» для подрядчика, который выполняет установку системы. Существуют профессиональные проектировщики систем орошения, которые специализируются на этом процессе и хорошо разбираются в гидравлических



расчетах, необходимых для создания эффективной системы. Как правило, при создании новой системы полива лучше всего заключить контракт с одним из опытных профессионалов. Он поможет определить многие технические особенности, связанные с планированием, такие как: точки подключения, водоснабжение, перепады высот, имеющееся давление воды и так далее. Эти элементы должны быть рассмотрены до начала проектирования. Проект также должен соответствовать местным нормам по использованию устройств предотвращения обратного потока, водометров и обустройству электропроводки. Самое главное – профессиональный проектировщик сможет подобрать необходимое оборудование для системы полива и ее обслуживания для конкретного участка.

АВТОМАТИЧЕСКИЕ КЛАПАНЫ

«Сердцем» системы орошения являются управляющие клапаны с питанием от электросети или аккумуляторов, которые могут быть установлены в различных конфигурациях, в зависимости от давления воды и размеров зон. Важны размеры клапанов, особенно для крупных зон, содержащих большое количество дождевателей. Как правило, используются 1,5 или 2-дюймовые клапаны. Клапан должен обладать медленным закрытием, чтобы перекрытие потока происходило плавно, без создания гидравлических ударов в системе. На клапанах часто устанавливаются устройства регулирования давления, чтобы оптимизировать динамическое рабочее давление дождевателя. Крайне важно использовать невыпадающие крышечные болты для упрощения технического обслуживания на клапане после установки. Быстродействующие клапаны позволяют легко обеспечить напор воды в отдаленных участках. Чем больше быстродействующих клапанов присутствует в системе, тем лучше. Обычно они устанавливаются на трубе основной линии и переключают поток в горячие точки быстро и эффективно.

АВТОМАТИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЛЕР

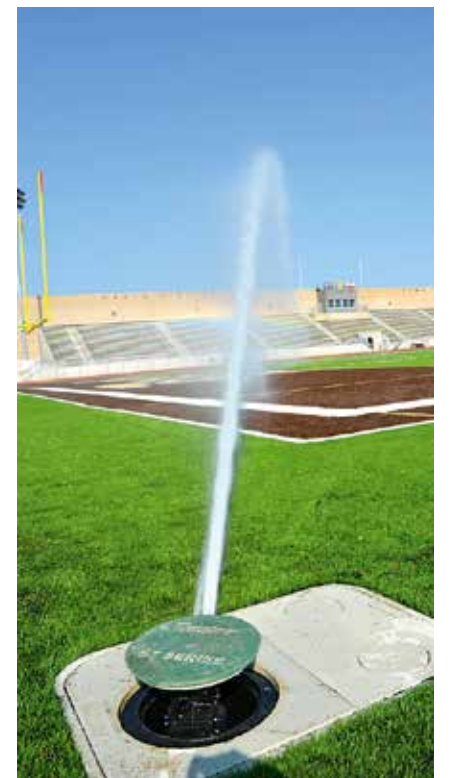
Контроллер – это «мозг» системы полива, отвечающий за время активации и деактивации полива площадки. Гибкие возможности настройки



контроллера позволяют специалисту по поливу тонко настроить время запуска элементов системы полива, чтобы добиться идеального объема воды, необходимого каждой зоне. Чтобы исключить работу системы полива во время естественных осадков, большинство контроллеров профессионального уровня оснащены датчиками дождя, которые позволяют временно отключить полив. Существуют также датчики солнечного света, отслеживающие ежедневные изменения погоды и автоматически настраивающие время работы системы для обеспечения оптимального уровня полива. Эти датчики не только поддерживают газон в идеальном состоянии, но и экономят воду и деньги. Датчики потока являются еще одним дополнительным устройством, предназначенным для экономии воды и поддержания надлежащего состояния растительности. В случае поломки трубы или компонента системы датчик потока отключит зону от системы. Во многих проектах требуется использование нескольких одновременно активных зон, поэтому важно выбрать контроллер, который имеет множественные программы и настройки времени запуска.

РОТОРНЫЕ ДОЖДЕВАТЕЛИ

Есть несколько ключевых особенностей, которые следует учитывать при выборе роторных дождевателей для полива площадки. Роторные дождеватели должны занимать небольшую площадь на поверхности поля и иметь резиновые крышки для обеспечения безопасности



игроков. Мощная пружина внутри дождевателя полностью убирает его вовнутрь корпуса, чтобы крышки не выступали над поверхностью. Производители тратят огромное количество времени на создание сопел, которые обеспечивают равномерное распределение воды по всей площади газона. Без этих функций и специализированных сопел в роторных дождевателях могут образовываться участки неполитого газона, не лучшим образом влияющие на внешний вид газона и могущие стать проблемой безопасности игроков. В настоящее время все большее число специалистов по устройству газонов несет ответственность и за искусственный газон, который также нуждается в поливе для очистки и охлаждения. В продаже существуют новые роторные дождеватели, которые обеспечивают радиус и поток воды, необходимые для выполнения этих задач. Важно с большим вниманием отнестись к созданию первоначального проекта, чтобы система полива получала достаточное количество воды с требуемым давлением.



слишком высоким и коробки клапанов должны быть заполнены гравием и подключены надлежащими водонепроницаемыми коннекторами. Удостоверьтесь, что подрядчик предоставил сдаточный проект (информация о реальном расположении компонентов системы после установки), и сохраните копию этого документа в коробке контроллера для дальнейшего обслуживания системы. Чрезвычайно удобно иметь подобную информацию, так как наблюдение за участком в процессе установки сравнимо с бесплатной страховкой на будущее.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ УСТАНОВКА

После того как проект создан и выбраны будущие компоненты системы, специалист по устройству газона должен выполнять свою «домашнюю работу» и найти профессионального подрядчика. При поиске подрядчика не забудьте попросить предоставить вам рекомендации и сертификаты. Во время установки крайне важно убедиться, что установщики точно следуют техническим требованиям к установке, предоставляемым производителями. Кроме того, дождеватели не должны устанавливаться слишком глубоко, рабочее давление не должно быть

КВАЛИФИЦИРОВАННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ

После окончания проектирования и установки последний шаг к эффективной и безопасной эксплуатации спортивной площадки находится в руках специалиста по устройству газона. Специалист должен хорошо разбираться в том, как функционирует оборудование, и знать, как при необходимости устранить неполадки. Кроме того, очень ценным является понимание особенностей конкретного участка, связанных с водоснабжением, качеством воды и доступным давлением. Многие специалисты по устройству газонов проходят обучение, изучая потребности растений в поливе, типы почв и взаимосвязи этих элементов, и подобные знания становятся крайне важными при планировании количества воды, необходимого для полива газона, скорости инфильтрации воды через различные типы почв и т. д. Получение знаний в данной сфере совершенно необходимо для успешного решения вопросов технического обслуживания и организации. Занятия по основам гидравлики, интенсивности и равномерности распределения полива, а также по электрике – лишь несколько направлений, которые предлагаются различными компаниями. ■

Hunter®

СИСТЕМЫ АВТОМАТИЧЕСКОГО ПОЛИВА «HUNTER» ОТ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ИПААР»

**ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ДИСТРИБЬЮТОР В РФ: ГК ИПААР**
Тел.: 8 (495) 632-00-21
Тел.: 8 (499) 160-58-57
Тел./факс: 8 (499) 160-08-20
ipaar@ipaar.ru Общие вопросы
office@ipaar.ru Офис
sales@ipaar.ru Отдел продаж
project@ipaar.ru Проектный отдел
107258, г. Москва, ул. Глебовская,
д. 20 «Б», стр. 4



ОФИС В ЕВРОПЕ:
Avenida Diagonal 523,
5o-2a Edificio Atalaya 08029 Barcelona,
SPAIN Tel: (34) 934 948 881
Tel: (34) 934 104 650
Fax: (34) 934 197 676
МЕНЕДЖЕР В РФ:
Рожнов Д.Г.
+79268826386
Dmitriy.rozhnov@hunterindustries.com
www.hunterindustries.com



СПОСОБ ОЗОНИРОВАНИЯ С КОРОТКИМ ВРЕМЕНЕМ РЕАКЦИИ ■ ЧТО НЕОБХОДИМО УЧИТЫВАТЬ ПРОЕКТИРОВЩИКАМ И СОБСТВЕННИКАМ БАССЕЙНОВ

Автор: Маттиас Хоффманн,
руководитель отдела разработок
озоновой техники BWT ■ Wassertechnik GmbH,
Schriesheim

MEN'S 1M PRELIMINARY
ROUND 1 OF 6
3 PACHECO MARRUFO ROMMEL MEX
405C / DD 3.1
INWARD 2 1/2 SOMERSAULT TUCK
66.30 <7.1 AVERAGE> TO BE 1ST

Современная технология водоподготовки BWT-Quantozonverfahren предусматривает использование озона в комбинации с хлорированием. Благодаря этой технологии в воде бассейна не накапливаются хлорорганические соединения и, как следствие, у купающихся отсутствует раздражение кожи, глаз и слизистой оболочки. Установленное время реакции озона с водой не менее 3 минут является минимальным требованием при проектировании установки очистки воды. Однако проект нового издания DIN 19643 впервые предусматривает уменьшение времени реакции.

Эффективная роль озона в разрушении побочных продуктов дезинфекции (ППД) известна уже давно и применяется во многих бассейнах. В стандартах DIN 19643 подробно описан процесс водоподготовки. Проведенные практические исследования показали, что время реакции озона в действительности играет незначительную роль при разрушении хлорамина (связанного хлора) и предшественников тригалометанов (ТГМ). При этом существует возможность уменьшить время реакции озона, что при монтаже нового или санации старого оборудования значительно снижает затраты на реактор при неизменно высоком уровне эффективности очистки воды.

ПРОДУКТЫ ДЕЗИНФЕКЦИИ

По гигиеническим причинам воду в плавательных бассейнах необходимо постоянно дезинфицировать. Операторы большинства бассейнов в Германии для этих целей используют хлор, который реагирует с антропогенными загрязнениями (волосы, частицы кожи, слюна, пот, аминокислоты и мочевины), образуя ППД, в частности хлорамины и ТГМ. Хлорамины – азотсодержащие хлорные соединения – являются причиной возникновения типичного хлорного запаха в плавательном бассейне. Чем большее количество посетителей принимает бассейн, тем больше в его воде антропогенных загрязнений, что заставляет увеличивать количество хлора в целях обеспечения дезинфицирующего действия. В результате с ростом числа посетителей значительно увеличивается образование хлораминов, а процесс купания становится менее приятным. Нормы DIN 19643 устанавливают предельное значение хлорамина в воде бассейна на уровне 0,2 мг/л. Из содержащихся в воде веществ, которые вносятся посетителями бассейна и затем реагируют с хлором, наряду с хлораминами образуются также ТГМ. Образованию ТГМ и хлораминов дополнительно способствуют гуминовые вещества, содержащиеся в подпиточной воде бассейна. ТГМ считаются канцерогенами, что требует особой осторожности. В отличие от хлораминов, ТГМ практически невозможно определить по запаху. Нормы DIN 19643 предписывают предельное значение для ТГМ в воде, равное всего лишь 20 мг/л. Основным представителем ТГМ – это хлороформ, CHCl_3 . Озон окисляет содержащиеся в воде вещества, необходимые для образования ТГМ, до их реакции



с хлором. Таким образом, обработка озонem вносит свой важный вклад в процесс поддержания ТГМ в воде на низком уровне.

РАЗРУШЕНИЕ ПРОДУКТОВ ДЕЗИНФЕКЦИИ ПРИ ПОМОЩИ ОЗОНА

В бассейнах, использующих озоновую установку в системе очистки воды, хлорамин разрушается при помощи озона. Разрушение происходит в ходе прямой реакции озона с содержащимися в воде веществами. Для осуществления этого процесса в системе очистки воды предусмотрен так называемый реактор. Размеры реактора должны быть выполнены в соответствии с DIN 19643 ч.3 (1997) или ч.4 (1999) таким образом, чтобы время реакции озона с водой составляло не менее 3 минут. Однако анализ необходимого времени реакции в рамках предыдущих версий DIN показал, что для полного разрушения ТГМ и хлораминов 3 минуты недостаточно. При подаче озона в количестве 1 мг/л для разрушения требовалось примерно 15 минут. Это давало величину воздействия $\text{C} \times \text{T}$ (концентрация \times время), равную 1 мг/л \times 15 мин = 15 мин \times мг/л. Но при этом не учитывалось влияние фильтра с активированным углем после реакции с озонem. Сегодня установки проектируются в режиме 3-минутного контакта и обеспечивают удовлетворительный уровень очистки воды. При такой очистке воды с озонированием отсутствует типичный для закрытых бассейнов запах, а у посетителей не краснеют глаза. Значения хлораминов даже в сильно загрязненных бассейнах составляют в среднем 0,1 мг/л. При этом возникает вопрос: действительно ли разрушение ТГМ и хлораминов идет в течение 3 минут как прямая реакция озона с водой в реакторе или к такой скорости реакции приводит другой механизм реагирования?

ОСНОВЫ КРАТКОВРЕМЕННОЙ РЕАКЦИИ С ОЗОНОМ

Во всех процессах озонирования, указанных в DIN 19643, после реактора устанавливается фильтр с активированным углем,

БЫСТРАЯ РЕАКЦИЯ С ОЗОНОМ НА ПРАКТИКЕ



гарантирующий отсутствие озона в поступающей в бассейн воде. В DIN 19643 ч. 2 (1997) и ч. 5 (2000) указано, что активированный уголь отличается высокой адсорбирующей активностью по отношению к хлораминам и ТГМ или их предшественникам. В этом случае адсорбция происходит без участия озона. Поэтому требуется регулярно менять активированный уголь, так как его адсорбирующая способность снижается при загрязнении адсорбированными веществами. Опыт показывает, что при использовании озонemого метода истощения активированного угля не происходит либо же оно происходит спустя много лет. Адсорбция при озонemом методе легко объясняет наблюдаемое быстрое разрушение ППД. Достигая поверхности активированного угля, озон вступает в реакцию непосредственно с адсорбированными веществами либо предварительно распадается с образованием гидроксильных радикалов. Эти радикалы образуются в непосредственной близости к адсорбированным веществам и сразу же находят там желаемые компоненты реакции. Вне зависимости от способа разрушения озона, адсорбированные органические вещества окисляются и расщепляются, что и является целью озонирования.

Наблюдаемая повышенная скорость реакции при расщеплении органических веществ объясняется повышением концентрации исходных веществ. Поскольку адсорбция органических веществ ведет к многократному повышению их концентрации на активированном угле, она может стать причиной высокой скорости реакции. В результате желаемые реакции разрушения органических веществ происходят в основном на активированном угле и лишь в небольшом количестве – в реакторе. Активированный уголь становится катализатором: он ускоряет реакцию, а сам выходит из нее неизменным. При этом реактор становится лишним. Другое положительное действие озона – непрерывная очистка поверхности активированного угля в результате окисления. Поверхность становится чистой и сохраняет тем самым способность к адсорбции. Именно поэтому активированный уголь в течение десятилетий не требует замены.

В одном из действующих бассейнов было предложено использовать кратковременное озонирование без применения реактора при сочетании методов «коагуляция – фильтрация – озонирование – сорбционная фильтрация – хлорирование». После коррозионного повреждения реактор этого бассейна был отремонтирован и проработал в течение ограниченного периода времени. При работе без озона показатели хлорамина и ТГМ значительно выросли: в течение нескольких дней значение хлорамина превысило предельно допустимое 0,2 мг/л. Поэтому в интересах владельца бассейна было вновь обратиться к методу озонирования, не тратя при этом деньги на новый реактор. Воду для бассейна брали из колодца, и в ней содержались органические вещества (общее содержание углерода 1,13 мг/л, растворенный органический углерод – 0,99 мг/л). Ожидалось, что подпиточная вода окажет свое действие на параметры хлорамина и ТГМ. Это был стандартный спортивный бассейн 12,5 x 25 м с отдельной зоной купания для начинающих на одном конце и зоной для прыжков в воду – на другом. Скорость фильтрации фильтра с активированным углем была рассчитана на 50 м/ч, что ослабляло адсорбирующее действие активированного угля. При осуществлении процесса очистки реактор выполнял две задачи: с одной стороны, он гарантировал необходимое время реакции озона с водой, с другой – отделял от воды поступающий вместе с ней воздух и выводил его через воздухоотделитель.

Чтобы обеспечить сброс воздуха при работе без реактора, рядом с ним установили специальный тройник, который является основным элементом байпаса. Время прохода воды по байпасу составляет всего 2 секунды, поэтому данным фактором можно пренебречь. При этом режиме работы учитывалось только время реакции в зоне фильтра с активированным углем, которое в среднем составляло 50 секунд. При проведении эксперимента было также выполнено следующее переоборудование: поступающая вода могла направляться либо по байпасу, либо через реактор. Цель данного испытания заключалась в том, чтобы доказать, что полученное при работе через байпас качество воды не хуже, чем при классическом режиме работы с реактором. Особое внимание при этом уделялось значениям хлорамина и ТГМ. В целях качественного сравнения значений переключение режимов производилось многократно. Измерения проводились во время обычной работы бассейна. Циркуляция составляла 144 м³/ч, а озон к циркулирующей воде подмешивался в объеме 92 г/ч. Температура воды в бассейне составляла 29 °С. На первом этапе испытания в течение 6 недель использовался байпас.

На втором этапе испытания в течение следующих 6 недель использовали режим работы с реактором. Сравнение двух этапов показало, что измеряемые значения хорошо согласуются между собой. После второго этапа в течение 20 недель проводился третий этап – долгосрочный мониторинг режима работы через байпас. Определение содержания хлорамина проводилось 3 раза в день путем ручного измерения воды. Содержание ТГМ в фильтрате после активированного угля определялось 1 раз в 2 недели.

Кроме этого, в воде, поступающей в фильтр с активированным углем, замерялось содержание растворенного озона. Количество посетителей бассейна менялось по несколько раз за неделю, так как объект использовался с понедельника по пятницу для занятий школьников. Кроме этого, по понедельникам и четвергам бассейном регулярно пользовались члены плавательных клубов. По субботам и воскресеньям действовал обычный режим работы. Сравнение полученных в ходе эксперимента значений хлорамина и ТГМ не показало каких-либо значительных отличий на разных этапах измерения. Различия имеются в области статистических погрешностей, определенную роль могут играть и сезонные воздействия. Важно то, что при рассмотрении измеренных значений нельзя сделать вывод в пользу того либо иного режима работы. Значения озона также практически не зависят от выбранного режима. Значения pH и свободного хлора во время всего периода испытания поддерживались на постоянном уровне.

Неизменными оставались и значения окислительно-восстановительного потенциала и кислотности в воде бассейна. Таким образом, проведенные в бассейне исследования показали, что оба режима работы дают практически одинаковые результаты. Отказ от реактора не оказал заметного влияния на результат очистки воды. При оценке результатов следует учитывать, что количество посетителей по сравнению с номинальной нагрузкой бассейна было относительно небольшим.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные в ходе эксперимента результаты показали, что время реакции в активированном угле является достаточным и от реактора можно отказаться. Однако исследования были проведены лишь в одном бассейне, что не позволяет делать далеко идущие выводы в этой области. Тем не менее полученные результаты дают основание проанализировать нормы DIN 19643, касающиеся времени реакции (3 минуты) в каждом конкретном случае. Представленные измерения дают возможность предположить, что процесс озонирования в других бассейнах будет проходить так же, как в данном случае. Работа по байпасу приводит к такому же качеству воды, которого ожидают от озонирования.

Таким образом, требования DIN 19643 к качеству воды выполняются. Успех нового метода базируется на синергетической связи активированного угля и озона. Во-первых, уголь повышает концентрацию окисляемых веществ в зоне реакции, что ведет к значительному увеличению скорости реакции озона. Во-вторых, озон продлевает сорбирующую способность активированного угля и защищает его от микробного заражения.

В результате сокращения времени реакции с озоном отпадает необходимость в установке большого реактора, что дает экономию затрат на установку очистки воды, а также экономию места в техническом помещении. Особенно это касается часто применяемого сегодня комплекса методов «коагуляция – озонирование – многослойная фильтрация с сорбционным действием – хлорирование», где используется только реакционное пространство фильтра. В новых DIN 19643 допускается сокращенное время реакции, что необходимо учитывать проектировщикам и собственникам бассейнов. ■

For You and Planet Blue.

BWT
BEST WATER TECHNOLOGY

ПОДГОТОВКА ВОДЫ ПЛАВАТЕЛЬНЫХ БАССЕЙНОВ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ, ПОСТАВКА, МОНТАЖ ОБОРУДОВАНИЯ

ОБСЛУЖИВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ

ХИМИЯ ПО УХОДУ ЗА ВОДОЙ БАССЕЙНА

*Мы - лидеры на рынке подготовки воды
для общественных бассейнов!*

ВОДНАЯ ГОРКА «СУПЕР-КОМБО» – «ЛУЧШИЙ ПРОДУКТ ГОДА 2015» ■ НОМИНАЦИЯ MVP

29 июня 2015 года в Стамбуле (Турция) компания Polin Waterparks получила премию MVP 2015 от журнала Aquatics International. Эта награда была присуждена за новый уникальный проект – водную горку «СуперКомбо». Такое голосование проводится ежегодно в номинации «Самые лучшие продукты» (MVP), по его результатам читатели журнала выбирают 25 лучших продуктов.



Признание со стороны читателей журнала Aquatic International инновационной комбинированной водной горки Polin – это отражение возрастающего интереса к подобным водным аттракционам в индустрии аквапарков. «Наши проектировщики – настоящие перфекционисты, когда дело доходит до создания современных горок, вызывающих поток адреналина и которые при такой необычной конструкции совершенно безопасны. Таким образом, постоянная, целенаправленная работа наших специалистов, их способность к нестандартным идеям и решениям дает стимул к разработке и созданию абсолютно новых продуктов для наших клиентов и гостей аквапарков, что является взаимовыгодным для всех нас. Специалисты Polin получают массу позитивных эмоций, видя признание и успех своих разработок, которые, как уже доказано, становятся популярными и востребованными на протяжении долгого времени.

Наши клиенты – владельцы аквапарков – довольны, так как их главная цель состоит в том, чтобы сохранить количество посетителей на нужном уровне и обеспечить увеличение числа постоянных клиентов. Новая гибридная разработка – отличная возможность для решения этой задачи, что и является ее реальным преимуществом. Конечно же гости аквапарков будут счастливы опробовать новые, еще более захватывающие горки», – говорит Али Джансун (Ali Cansun), начальник научно-исследовательского отдела Polin.

Создание гибридных аттракционов позволяет Polin предлагать комплексные и еще более увлекательные трассы спуска с неожиданно изменяющимся фактором гравитационной силы. Определенно, «СуперКомбо» от Polin объединила в себе сразу четыре горки, самая интересная и оригинальная из которых – знаменитая «сфера». Райдеры «сферы» стремительно попадают в темную горку орбитальной формы и, петляя по ее стенкам несколько раз, со всплесками приземляются в приемный бассейн. Никакая другая горка никогда не сможет подарить гостям те же ощущения, что дарит «СуперКомбо», благодаря своей уникальной трассе, снова и снова привлекающей огромное число райдеров. «СуперКомбо» изначально была установлена в аквапарке Aquafantasy Waterpark в г. Измир, Турция.

Отметим, что Aquatic International – не единственная организация, признавшая уникальность «СуперКомбо» от Polin. Прошлой осенью журнал Kirmes & Park Revue наградил «СуперКомбо» премией «Лучшая водная горка в Европе» во время крупнейшей в Европе выставки аттракционов и развлекательного оборудования Euro Attraction Show 2014 (Амстердам). Результатом целенаправленной работы специалистов Polin над созданием комбинированных водных горок стало открытие девяти аттракционов к концу года.

Гости смогут испытать эти инновации в следующих аквапарках:

- Adlabs Aquamagica Waterpark (Мумбаи, Индия)
- Paloma Club Sultan (Измир, Турция)
- Ibiza Night Club Aquapark (Одесса, Украина)
- Qizibay New Century Grand Hotel (Хайнань, Китай)
- Duni Royal Aquapark (Созополь, Болгария)
- Hotel Miramar Djerba (Джебра, Тунис)
- Splashworld (Монте, Франция)
- Amaazia Waterpark (Сурат, Индия)



EXPERIENCE THE EXPERIENCE

2500 ПРОЕКТОВ ПО ВСЕМУ МИРУ.
МЫ СОТРУДНИЧАЕМ С САМЫМИ
ОДАРЕННЫМИ ДИЗАЙНЕРАМИ
И ВЫДАЮЩИМИСЯ ИНЖЕНЕРАМИ.
БОГАТСТВО НАШЕГО ОПЫТА
ПРИУМНОЖАЕТСЯ
И РАСШИРЯЕТСЯ ВОТ УЖЕ СОРОК ЛЕТ.

И это наш путь продвижения.




PolinWaterparks
THE EXPERIENCE

ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ IMG СТАДИОНЫ

Компания IMG – эксперт в оптимизации доходов стадионов и арен. Каков бы ни был ваш интерес и в каком бы качестве вы ни подходили к проекту, от планирования до управления объектом, ваш бизнес – это наша работа. Ваш успех – это наша репутация.

На всех этапах жизненного цикла стадиона мы знаем, какие возможности необходимо использовать, чтобы обеспечить наибольшую доходность / прибыльность.



IMG – 50 ЛЕТ ОПЫТА

Все началось с рукопожатия Марка Маккормака, создателя IMG, и легенды гольфа Арнольда Пальмера в 1960 году. С тех пор компания росла и развивалась по всему миру на протяжении более 50 лет, чтобы стать признанным международным лидером в области спортивного маркетинга.

За эти годы мы сохранили свою приверженность принципам честности в бизнесе и умение генерировать доходы для наших клиентов.

Наша цель это создавать долгосрочные партнерские отношения. Мы гордимся тем, что наш первый клиент до сих пор остается нашим клиентом. Это было очень крепкое рукопожатие.

С ВАМИ ОТ СТАРТА ДО ФИНИША

Задачей любого бизнеса, является максимизация доходов. IMG помогает вашему бизнесу преуспеть. Мы готовы сотрудничать с вами на любом этапе, подключиться в любой момент этой сложной игры: от создания концепции до эксплуатации и проведения мероприятий. Мы предлагаем комплексное и многогранное сотрудничество на всем протяжении вашего проекта от первых шагов до открытия и далее.

Подразделение IMG Стадионы – мы оптимизируем доходы от продажи премиальных мест, лож, услуг общественного питания, программ гостеприимства, билетной программы, спонсорских пакетов, рекламы, экскурсионных туров по арене и музею, медиаправ, телевизионных трансляций, а также дополнительных услуг вне основного календаря мероприятий.



Бизнес-план

Наш опыт дает вам более глубокое понимание расходов и доходов вашего стадиона, а также решения по максимизации прибыльности каждого аспекта вашего бизнеса. Мы даже можем подготовить финансовую модель проекта для привлечения финансирования.



Проектная документация

Рекомендации наших специалистов на ранних этапах проекта позволяют вашим архитекторам и проектировщикам выбрать решения, снижающие расходы, гарантирующие исключительный опыт для будущих посетителей арены и таким образом обеспечивающие коммерческий успех стадиона при соблюдении самых жестких норм безопасности на объекте.



Эксплуатация и управление

Мы обеспечим наивысшие стандарты качества всей системы управления стадионом: безукоризненный первоклассный опыт для посетителей и партнеров благодаря квалификации и опыту/экспертизе специалистов IMG и наших проверенных партнеров в таких областях, как безопасность, система общественного питания, программы гостеприимства, управление мероприятиями и объектами вплоть до ухода за газоном и другими покрытиями, обучение персонала, управление потоками.



Продажи и маркетинг

Мы оптимизируем систему доходов от продажи премиальных мест, лож, спонсорской программы, титульных прав, контрактов с партнерами и поставщиками. Мы построим систему продаж и маркетинга в соответствии с требованиями и нуждами именно вашего проекта, подберем спонсоров и коммерческих партнеров через нашу глобальную сеть специалистов по продажам.



Билетные программы / Клиентские базы (CRM)

Наши специалисты разработают для вас полностью интегрированный процесс продаж, включая систему CRM, билетную программу, продажи онлайн и по телефону для премиальных мест, абонементов и продаж в дни мероприятий. А дополнительно создадим лучшие программы лояльности, смарт-карт, безналичных расчетов, предложим оптимальные маркетинговые решения, повышающие размер среднего чека на стадионе.

Current projects / Текущие проекты:

Сегодня среди наших клиентов: стадион Уэмбли в Лондоне, Маракана в Рио-де-Жанейро, «ВТБ Арена парк» в России, Vodafone Арена и Тюрк Телеком Арена в Турции.

ФУТБОЛЬНЫЕ СТАДИОНЫ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ ЛИГ В РОССИИ ■ РФПЛ

Автор:
Валерий Гореликов ■ Фото предоставлены
пресс-службами арен РФПЛ



Валерий Гореликов

Директор Центра спортивного менеджмента
МФПУ «Синергия»

Футбол – самый популярный игровой вид спорта в мире. Это позволяет многим соревнованиям по футболу привлекать большие аудитории – среди болельщиков на стадионах и у экранов телевизоров. Эти аудитории и их внимание приводят в футбол деньги бизнеса. Сегодня чемпионат мира по футболу идет на втором месте после Олимпийских игр по своему коммерческому потенциалу. На клубном уровне как пример использования интереса к футболу коммерческими структурами – Лига чемпионов УЕФА, которая приносит приличные доходы своим участникам. Национальные чемпионаты выстраивают аналогичную систему управления футболом на клубном уровне. В России сильнейшие футбольные клубы объединились в РФПЛ.

Некоммерческое партнерство «Российская футбольная премьер-лига» (РФПЛ) – организация, объединяющая профессиональные футбольные клубы России высшего дивизиона. Российская футбольная премьер-лига была сформирована в конце 2001 года из 16 клубов, получивших право выступать в 2002 году в чемпионате России. 5 клубов являются клубами – основателями РФПЛ и никогда не прекращали в ней членство: «Динамо», «Зенит», «Локомотив», «Спартак» и ЦСКА.

Сегодня Российская футбольная премьер-лига находится в переходном периоде – многие процессы в работе лиге проходят переоценку, идет поиск оптимальных вариантов работы с клубами, со спонсорами и партнерами. И тут немалую роль играют требования РФПЛ к стадионам, на которых проводят свои игры участники лиги.



Одним из важных факторов развития Премьер-лиги и всего клубного футбола в России является наличие качественных стадионов в стране. У российских клубов появилась колоссальная возможность сделать качественный шаг в этом направлении через проведение чемпионата мира 2018 года, который пройдет на 11 новых стадионах.

АРЕНА, КОТОРЫЕ СЕГОДНЯ СПАСАЮТ ПРЕМЬЕР-ЛИГУ

В последнее время у клубов, которые играют в РФПЛ, большие проблемы со своими домашними аренами. Завершившийся чемпионат оголил эти проблемы. Так, есть команды-скитальцы вроде ФК «Уфа», который за сезон умудрился сыграть свои домашние матчи на 5 стадионах в 3 городах. И уфимцы не единственные в лиге, кто играет свои домашние игры на разных стадионах и в других городах.

В 2008 году в подмосковных Химках была введена в строй современная «Арена Химки». Арена позволила вздохнуть московскому футболу. Чисто футбольный стадион, вмещающий места для 18 636 зрителей, стал домашней ареной для двух московских клубов из РФПЛ. С 2009 года его использует как домашний стадион московское «Динамо». С 2010 года «Арена Химки» является домашним стадионом ПФК ЦСКА. В прошедшем сезоне арена прошла на отлично испытание играми групповых этапов Лиги чемпионов УЕФА и Лиги Европы.

В 2011 году ФК «Терек» торжественно открыл свой новый домашний стадион – «Ахмат Арена». Спортивная арена в Грозном входит в состав многофункционального спортивного комплекса имени Ахмата Кадырова и вмещает 30 597 зрителей.

Еще одним дополнением к качественным аренам в РФПЛ стал ввод после реконструкции в 2011 году в Екатеринбурге стадиона «Центральный». Это крупнейшее спортивное сооружение, его большая спортивная арена включает футбольное поле и вмещает в себя 27 тысяч мест. Стадион являлся домашним для ФК «Урал». Но на сегодня стадион «Центральный» закрыт на реконструкцию – к чемпионату мира по футболу 2018 года на нем должно быть 35 тысяч зрительских мест.

Самой большой ареной Премьер-лиги с 2013 года стала «Казань Арена», которая рассчитана на прием 45 380 зрителей. «Казань Арена» – универсальный футбольный стадион, домашняя арена футбольного клуба «Рубин» (Казань). Первый стадион в России, построенный для чемпионата мира по футболу 2018 года. «Казань Арена» уже стала площадкой для проведения грандиозных событий и мероприятий международного масштаба: летней Универсиады 2013 года, чемпионата мира по водным видам спорта в 2015 году. Но главные футбольные события – это Кубок конфедераций в 2017-м и чемпионат мира в 2018 году.

В этом сезоне казанский «Рубин» смог провести на новой арене только восемь игр, средняя посещаемость в которых была более 20 тысяч болельщиков. Надеемся, что после проведения водного чемпионата мира «Казань Арена» вернется к своему футбольному статусу и будет активно наращивать зрительскую составляющую к главным континентальным турнирам.

Уже сегодня интересные функциональные возможности стадиона позволяют вести полноценный футбольный бизнес. Это новые возможности для размещения рекламы – от огромного медиафасада до многочисленных площадок внутри арены. Современные скайбоксы позволяют смотреть футбол в комфортабельных условиях, что привлекает платежеспособную аудиторию на игры клуба. В наличии много других возможностей ведения современного футбольного бизнеса.

В 2014 году свой стадион получили болельщики московского «Спартака». Это «Открытие Арена» – новый стадион в районе Тушино вместимостью 45 тысяч человек. Это второй сданный стадион из списка объектов, на которых пройдет Кубок конфедераций и чемпионат мира по футболу 2018 года. Сегодня на спартаковской арене есть все, чтобы разворачивать работу по превращению стадиона в точку притяжения большой армии болельщиков «Спартака».



В прошедшем сезоне «Открытие Арена» стала самой посещаемой в РФПЛ. За пятнадцать домашних игр ФК «Спартак» смог собрать почти 375 тысяч зрителей, что в среднем составило около 25 тысяч зрителей за игру. Ни одного матча не было аншлага, даже принципиальное дерби с московскими армейцами собрало на трибунах 40 500 болельщиков, что явно мало по сравнению с прошлыми сезонами, когда в «Лужниках» клубы собирали более внушительные аудитории своих почитателей. Для первого сезона цифры оптимистичные, но у менеджмента клуба есть простор для работы со своими зрителями.

Коммерческий потенциал новой арены клуб начал использовать до начала ввода стадиона в эксплуатацию. Так, в начале 2013 года клуб провел успешные

переговоры с банковской группой «Открытие», и новому стадиону было присвоено имя «Открытие Арена» по названию спонсора – банка «Открытие». Согласно условиям договора, стадион будет носить название «Открытие Арена» на протяжении 6 лет. Это стало ярким примером использования нейминга арены в коммерческих целях. Помимо этого, данный контракт позволил применить на территории арены последние банковские технологии по оперативному обслуживанию болельщиков в точках продаж.

Введенные в строй три новые арены – в Москве, Казани и Грозном – позволили увеличить посещаемость в этих городах. Все это показывает вектор, в котором необходимо выстраивать работу РФПЛ и клубам из лиги.



АРЕНЫ БУДУТ, ПРОБЛЕМЫ У КЛУБОВ УМНОЖАТСЯ

В ближайшие три года до старта чемпионата мира 2018 года команды РФПЛ смогут получить в свое распоряжение новые арены, которые позволят расширить клубные возможности по работе с болельщиками, разнообразить арсенал предложений для своих спонсоров и партнеров и пополнить клубные кассы от Match day.

Не все стадионы из программы строительства к мировому футбольному форуму 2018 года станут аренами РФПЛ. Так, нет серьезных вариантов с командами уровня Премьер-лиги у Сочи и Волгограда. Проблематично будет увидеть в ближайшие годы в сильнейшем дивизионе клубы из Нижнего Новгорода и Калининграда.

С большими ожиданиями строится футбольный стадион, расположенный в западной части Крестовского острова в Санкт-Петербурге с рабочим названием «Зенит Арена», который будет возведен на месте бывшего стадиона имени С. М. Кирова. Этот стадион станет новым домом для чемпиона России 2015 года – футбольного клуба «Зенит».

Как ожидается, после завершения его строительства арена будет не только одной из самых дорогих в мире, но и одним из самых технологически продвинутых и совершенных спортивных объектов в Европе. «Зенит Арена» примет матчи Кубка конфедераций 2017 года, чемпионата мира по футболу 2018 года и чемпионата Европы 2020 года.

Вместительность нового стадиона составит 70 тысяч человек. Это серьезная цифра для наших сегодняшних футбольных реалий. На играх Кубка конфедераций и чемпионата мира свободных мест не будет – это известный факт уже сегодня, а вот как ФК «Зенит» будет заполнять эту арену во время игр чемпионата России – большой вопрос. Да, сейчас на своем стареньком «Петровском» клуб собирает вторую аудиторию в Премьер-лиге – почти 215 тысяч человек в прошедшем чемпионате. Но это лишь 17 тысяч человек в среднем за игру. И это всего четвертая часть от новой арены. Игра команды в чемпионском сезоне не смогла собрать ни одного аншлага в чемпионате страны на стадионе, который вмещает 21,5 тысячи мест!

Высокие спортивные результаты ФК «Зенит», которые клуб показывает последние годы, позволяют ему рассчитывать на участие в еврокубках. Игры

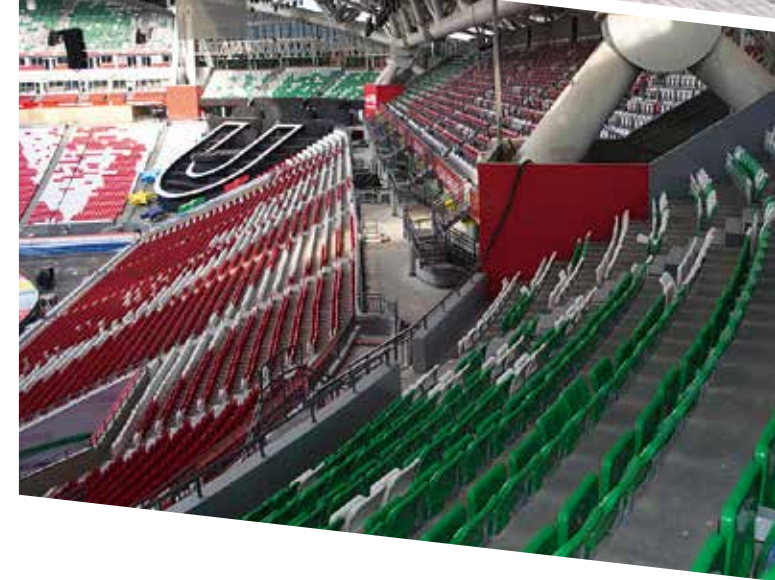
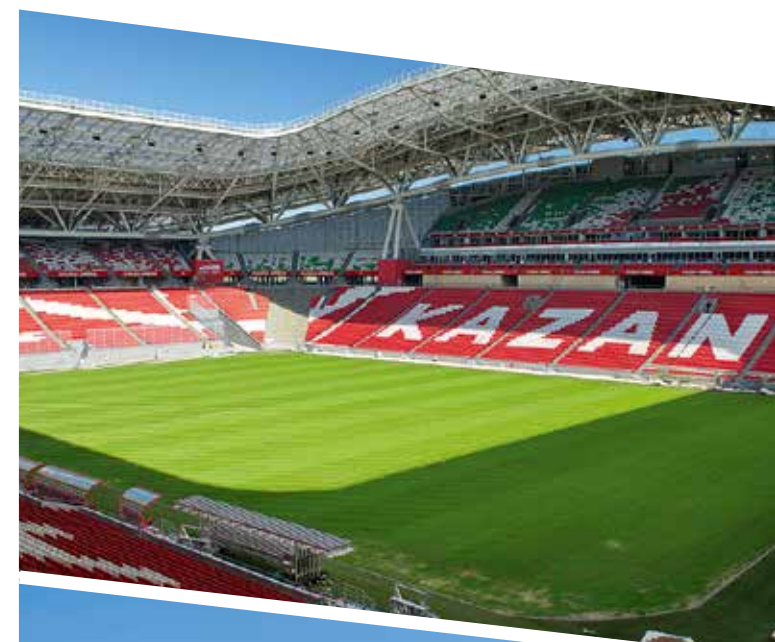
Лиги чемпионов или Кубка Европы всегда привлекают интерес и внимание публики в Северной столице, но их очень мало в сезоне. Надеемся, что уже сегодня в клубе прорабатываются планы, которые позволят качественно изменить ситуацию с наполняемостью в играх внутреннего чемпионата. И что тот комфорт и инновации, которые заложены в новой домашней арене, позволят клубу привлечь в свою армию болельщиков новых поклонников и новая «Зенит Арена» не будет пустовать на играх РФПЛ.

Похожую работу предстоит проделать менеджменту ФК «Краснодар», который ждет переезда на свою новую арену. Строительство нового стадиона (его название пока не определено) подходит к завершению, сдача объекта в эксплуатацию запланирована на осень 2015 года. Вместимость его составит около 33 тысяч зрителей, а это в три раза больше, чем сегодня игры клуба собирают в чемпионате. И все это надо будет организовывать в прямой конкуренции со второй командой в городе – «Кубанью», которая также играет в РФПЛ. Но первая победа у ФК «Краснодар» в этой борьбе уже есть – в чемпионате 2014/2015 ФК «Краснодар» на своих 15 домашних играх собрал почти 170 тысяч болельщиков, в то время как игры ФК «Кубань» посетило только чуть менее 140 тысяч.

Арена будет одной из наиболее красивых и функциональных футбольных арен Премьер-лиги. Над стадионом будет установлена крыша особой вантовой конструкции, закрывающая все трибуны. Также зрительские трибуны будут оснащены системой инфракрасного обогрева для максимального комфорта болельщиков в холодную погоду, несмотря на то что это самый южный город чемпионата РФПЛ. Все это должно расширить группу поддержки ФК «Краснодар» уже в ближайшее время.

С большими проблемами по наполняемости своей новой арены может столкнуться ПФК ЦСКА. Новый стадион клуба примет игры РФПЛ уже в следующем году. Вместимость армейского стадиона рассчитана на 30 тысяч. Но сегодня игры ЦСКА на «Арене Химки» собирают в среднем по 9 тысяч болельщиков, что составляет половину вместимости.

Еще одна важная проблема у клуба – сами болельщики, точнее агрессивная часть фанатов, которая приносит клубу проблемы, в том числе и материальные. Попадание клуба в групповую часть Лиги чемпионов УЕФА не принесло прибыли от билетной





программы – домашние игры клуб провел при пустых трибунах из-за санкций, наложенных из-за поведения армейских болельщиков на международных играх.

Все эти проблемы уже сейчас необходимо решать менеджменту клуба, так как конкуренция за зрителя в Москве высока. Она обостряется с одноклубниками из других игровых видов: армейские клубы сегодня играют на высоком уровне в баскетболе и хоккее. Переходит на новый уровень и конкуренция за футбольного болельщика с другими московскими клубами – у ФК «Спартак» уже есть новая арена, а в 2017 году реконструированную арену получит ФК «Динамо».

В двух станциях московского метро от армейского стадиона идет реконструкция стадиона «Динамо», который сегодня носит название «ВТБ Арена» – Центральный стадион «Динамо». Новый динамовский дом объединит под одной крышей два объекта: малую и большую спортивные арены. Общая вместимость Центрального стадиона «Динамо» составит 26319 посадочных мест. Это больше той арены, на которой сегодня выступают футболисты ФК «Динамо».

К вводу динамовской арены на северо-западе столицы сосредоточатся три новых стадиона, на которых будут проводиться игры российской Премьер-лиги. Все это значит, что руководству динамовского клуба нужны новые образцы работы со своими болельщиками. Необходимо сохранить тех, кто сегодня поддерживает игру команды, и искать варианты привлечения новых сторонников клуба.

Совсем другие проблемы будут решать региональные клубы из РФПЛ. Сегодня по программе подготовки к чемпионату мира – 2018 строятся стадионы в Ростове, Саранске и Самаре, где есть команды Премьер-лиги.

До начала и в период проведения матчей главного футбольного турнира стадион в Ростове-на-Дону будет называться «Ростов Арена». Во время игр чемпионата арена будет вмещать тысяч человек. После проведения чемпионата предусмотрено уменьшение вместимости стадиона до 40 тысяч мест. Сможет ли на эту арену перебраться местный ФК «Ростов», который сегодня принимает соперников по Премьер-лиге на своем «Олимп-2»? Это вызов для клуба. Сегодня ростовчане в чемпионате страны собирают около 10 тысяч своих болельщиков, и смогут ли они

нарастить свою аудиторию до окончания чемпионата для перехода на новый сорокатысячник, – большой вопрос.

Арена в Саранске строится в режиме ФИФА на 44695 мест. Вместимость стадиона в режиме «Наследие» составит 30 тысяч мест. Арена спроектирована таким образом, что часть трибун 3-го яруса выполняется из металлических конструкций и подлежит разборке после чемпионата мира. После завершения чемпионата стадион станет домашней ареной футбольного клуба «Мордовия». Это новые варианты развития клуба в Саранске.

Строящийся стадион в Самаре носит название «Космос Арена». Это самая ожидаемая арена из всех региональных строек к чемпионату мира 2018 года. Интерес к футболу в Самаре огромен на протяжении долгого времени. Старенький «Металлург», который на сегодня вмещает 30 тысяч мест, не всегда мог разместить всех желающих поболеть за местные «Крылья Советов». Уже давно назрела проблема нового и более вместительного стадиона для самарских любителей футбола.

После окончания ЧМ-2018 «Космос Арена» станет домашним стадионом «Крылья Советов». Количество зрительских мест после завершения чемпионата останется без изменений – 45 тысяч. Нет сомнений, что после возвращения в этом году клуба в Премьер-лигу у местных болельщиков появится намного больше поводов посетить игры своих любимцев. Все это позволит клубному менеджменту использовать возможности новой арены для увеличения отдачи от проведения игр РФПЛ. Новая арена должна расширить зрительскую аудиторию клуба, с ее помощью возможно увеличение прибыли от предложений для спонсоров и партнеров клуба. Позволит значительно пополнить клубную кассу выручка от продажи абонементов и билетов за сезон. Но для этого оптимистичного будущего в Самаре необходимо уже сегодня начинать работу в этом направлении.

ЧЕМПИОНАТ МИРА КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ ФУТБОЛЬНОЙ ЛИГИ

Российская футбольная Премьер-лига имеет серьезный шанс провести свою перезагрузку и выйти на новый уровень развития лиги и клубов – участников чемпионата РФПЛ. Игры Кубка конфедераций ФИФА 2017 года и чемпионата мира по футболу

ФИФА 2018 года, которые пройдут в Москве, Санкт-Петербурге, Калининграде, Нижнем Новгороде, Казани, Самаре, Волгограде, Ростове-на-Дону, Саранске, Сочи и Екатеринбурге, должны дать качественный скачок в развитии футбольной инфраструктуры. Подготовительные и организационные мероприятия по проведению этих двух турниров привлекут в страну последние технологии по работе со всей футбольной кухней на самом высоком уровне.

На сегодня мировой футбольный форум является высшей точкой развития футбольного бизнеса, на нем демонстрируется все новое и современное во всех направлениях футбольного менеджмента и маркетинга. Все эти инновации будут доступны нашему футбольному менеджменту, что дает огромные возможности и опыт для изучения и применения в своей работе в российских футбольных клубах, лигах и федерациях.

Как вариант применения наследия можно взять за основу итоги ЧМ-2006 в Германии. Страны, которая как никакая другая имеет серьезный опыт маркетинговых кампаний, приуроченных к футбольным форумам. Бренды немецких компаний – одни из мировых лидеров по использованию возможностей маркетинга через спорт. Логотипы немецких компаний можно увидеть на стадионах, принимающих игры чемпионатов мира, в числе партнеров ФИФА, а также на формах игроков многих мировых сборных.

Также правильно взять для изучения опыт немецкой Бундеслиги, клубы которой пользуются стадионами мирового чемпионата. Сегодня клубы немецкой лиги показывают игру самого высокого класса, маркетинговые успехи Бундеслиги и ее клубов являются примером эффективного управления. А победа национальной сборной на чемпионате мира в Бразилии стала венцом этой работы. Все это стало возможным после проведения домашнего мундиала.

Возможно, уже сейчас Премьер-лиге необходимо построить модель наследия, направленную на обеспечение устойчивой загрузки стадионов после окончания ЧМ-2018 в России. Решив задачу увеличения заполняемости футбольных стадионов после проведения мундиала, можно будет говорить об экономической и инвестиционной эффективности российской Премьер-лиги. Задача РФПЛ заключается в разработке эффективной бизнес-модели наследия и в жестком контроле ее выполнения, что позволило бы вывести российский футбол в лидеры. ■

Саммит прошел с 19 по 24 апреля и собрал более 2000 участников из 420 различных организаций. Участники саммита – это люди, принимающие ключевые решения по развитию международного спорта: политики, главы федераций, бизнесмены и звезды спорта. Они обсудили перспективы развития мировой спортивной индустрии, задав вектор развития спорта на несколько лет вперед. Ключевыми темами обсуждений в этом году стали спортивное наследие, равные возможности, новые технологии и объединение в рамках мирового спорта.

Россия – единственная страна, которая приняла саммит Конвенции «Спорт-Аккорд» во второй раз: в 2013 году это мероприятие проходило в Санкт-Петербурге.

Саммит состоял из деловой и развлекательной части. Последняя включала в себя мастер-классы от различных спортивных федераций, ярмарку народных промыслов, а также несколько картинных галерей – все это проходило в SAC Village, спортивной деревне Конвенции «Спорт-Аккорд».

Деловая часть саммита оказалась на редкость плодотворной: приезд Владимира Путина, Виталия Мутко, Аркадия Дворковича и многих других отечественных политиков позволил принять ряд решений, судьбоносных для российского спорта.

В СОЧИ СОСТОЯЛСЯ 13-Й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ СПОРТИВНЫЙ САММИТ КОНВЕНЦИИ «СПОРТ-АККОРД»



В рамках саммита прошел деловой форум, на котором политики и главы федераций осуждали различные проблемы, стоящие перед мировым спортом.

Здесь состоялся доклад, иллюстрирующий применение высоких технологий в спорте. Речь шла о мобильных приложениях, дополненной реальности и применении пилотируемых и программируемых квадрокоптеров. Несколько руководителей спортивных организаций и спортсменов, а также представитель компании Repusom обсудили равные возможности для женщин в спортивном мире. Наконец, в рамках форума прошла деловая панель «Развитие профессионального спорта в России». В дискуссии принимали участие президент КХЛ Дмитрий Чернышенко, президент Российской Федерации гандбола Сергей Шишкарев, юрист Российского футбольного союза Денис Рогачев, президент Федерации керлинга России Дмитрий Свищев, президент Федерации сноуборда России Денис Тихомиров, а также промоутер Гран-при «Формулы-1» в России Сергей Воробьев.

ДЕЛОВОЙ ФОРУМ: РАВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ, СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



На протяжении всех пяти дней проведения саммита работала выставка «Современный спорт. Инновации и перспективы» (Modern Sport. Innovations and Perspectives, MSIP).

Эту выставку, которая до «Спорт-Аккорда» в Сочи 4 раза проводилась в рамках форума «Россия – спортивная держава», можно без преувеличения назвать витриной высших достижений отечественной спортивной индустрии, где свои проекты традиционно демонстрируют спортивные федерации, а также коммерческие, общественные и государственные организации.

На выставке «Современный спорт. Инновации и перспективы» в рамках Международного делового спортивного саммита Конвенции «Спорт-Аккорд» состоялось подписание соглашения о сотрудничестве между Министерством спорта Российской Федерации и Ассоциацией юристов России.

Соглашение подписывали заместитель министра спорта Российской Федерации Наталья Паршикова и председатель Ассоциации юристов России Виктор Блажеев. Принятый документ направлен на установление партнерских отношений, пропаганду равноправия, изучение опыта сторон в совершенствовании законодательства и формировании основ правового государства, решение социально значимых задач, повышение правовой культуры и правовое просвещение.

Выставку организовала АНО «Форум «Спортивная держава», а техническим оператором выступило ООО «СпортАкадемРеклама». «Это был очень интересный опыт взаимодействия самых различных структур: международной организации «Спорт-Аккорд», Торгово-промышленной палаты Краснодарского края, министерства спорта. Мне приятно, что АНО «Форум «Спортивная держава» принимала участие в столь значимом спортивном мероприятии. Обладая большим опытом в организации подобного рода мероприятий, мы оценивали все сложности, которые могут возникнуть, использовали свой опыт, наработанный при организации форума «Россия – спортивная держава», международного форума Peace and Sport и других мероприятий. Надеюсь, нам всем все удалось», – прокомментировал прошедшее событие Алексей Степанов, генеральный директор АНО «Форум «Спортивная держава».

ВЫСТАВКА «СОВРЕМЕННЫЙ СПОРТ. ИННОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ» (MSIP)



Внимание прессы было приковано к визиту на саммит министра спорта РФ Виталия Мутко. Он посетил спортивную деревню Конвенции «Спорт-Аккорд», участвовал в нескольких мероприятиях, а также встретился со СМИ на пресс-конференции. Во время встречи он выразил удовлетворение результатами состоявшихся на «Спорт-Аккорде» переговоров и масштабами самого мероприятия. «Мы уже получили предложения о проведении десятка соревнований в России, поговорили с Международной федерацией баскетбола по поводу чемпионата мира 2023 года, в 2017 году президент Федерации бокса предлагает провести в Сочи чемпионат мира. На «Спорт-Аккорд» в этом году приехали 3500 наших гостей: представители национальных федераций, олимпийских комитетов, МОК, большая группа представителей бизнеса. Для нас это очень важно с точки зрения наследия сочинской Олимпиады и развития России как спортивной державы», – подытожил министр.

Под самый занавес Международного делового спортивного саммита Конвенции «Спорт-Аккорд» директор Конвенции Влад Маринеску собрал глав нескольких федераций, чтобы услышать их мнения о прошедшем мероприятии. В рамках саммита многие представители федераций провели переговоры и заключили контракты, которые помогут достойно представить их виды спорта на международной арене.

Саммит завершил свою работу торжественной церемонией вручения Премии СпортАккорд.



ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ ВИТАЛИЯ МУТКО И ЦЕРЕМОНИЯ ВРУЧЕНИЯ ПРЕМИИ СПОРТАККОРД



**THE TOURIST INFORMATION WEBSITE FOR THE 2018 FIFA WORLD RUSSIA™ - WELCOME2018.COM - OFFICIALLY BEGINS ITS WORK**

p. 04-08

The portal will be the “face” of Russia, convenient and informative guide for football fans and tourists from around the world. Anyone who visits welcome2018.com, will be able to plan their travel through Russia and will learn the key information about the World Cup host cities: transport, hotels, infrastructure and places of interest.

The website will show that each of the Russian cities hosting the tournament is unique: each city has its own history, landmarks, beautiful nature and comfortable conditions for visitors.

Fans and tourists will have access to travel guides, news, reports and general information on the cities in Russian and in English. The website in another five languages will be launched later on.

The website was assembled with the support of the TASS news agency. Its unique design was created and

the content component was prepared with the assistance of the best professional contributors. The team took around 15000 exclusive photographs of the cities, checked around 4000 facts and compiled 35 tourist routes for all 11 Russia 2018 Host Cities.

“The name of the website - welcome2018.com - underlines our desire to invite everyone to Russia for a festival of football, for the World Cup. The website will become a ‘window’ into Russia and its tourist attractions for fans from around the world, both for foreign and Russians tourists,” - noted Vitaly Mutko, Russian Sports Minister.

The FIFA World Cup will be one of the most important events that will take place in our country over the next four years. We hope that the welcome2018.com website will become a key communication channel of the World Cup that will present Russia to football fans.”



DIGEST

FOCUS OF THE ISSUE

CASE STUDY: DESIGN OF A UNIFORM FOR SPORTS FACILITIES STAFF AS IN THE CASE OF “DONBASS ARENA”

p. 16

The terms and regulations of holding sporting events always include requirements to the staff's uniforms. It is mainly due to the fact that mass sporting events are often put at risk. Special uniforms make it easy to find the right person, to identify visually a member of the staff in the crowd and to control movement of the staff. Uniforms provide a club and a stadium with an additional possibility to communicate with spectators with the help of branding, design and colour score. Uniforms make it possible to diversify marketing activities for sponsors and partners as well as to influence the atmosphere in the stadium. Quality and design of uniforms is important for staff members – uniforms should be comfortable, warm during a cold season and cool during a warm season. It would be great if staff members like their uniforms as they can influence the motivation and the mood of employees greatly. The most important criteria for a company are the stuff doesn't show dirt easily; uniforms are easy to use with long service life; their replaceability, manufacturing cost and branding.



INFRASTRUCTURE SOLUTIONS FOR STADIUMS

p. 22

Mandatory temporary infrastructure is constructed and operates around the stadium for organization of international sporting events. It includes a lot of functional areas: accreditation centers and hospitality areas; training areas and facilities for athletes; pavilions for catering and a press center; sponsor's pavilions and stalls, security sites and parking; medical centers, technical and storage areas.

Campuses for teams, fans and volunteers can be built with the help of cell structures. Depending on the purpose and requirements of temporary pavilions, they can vary in size; exterior and interior design can be equipped with ventilation, heating and air conditioning systems.

Requirements for the organization of dining areas are usually associated with a category of visitors: cafeterias for athletes, volunteers and staff, VIP-restaurants for sponsors and official delegations, cafes and food courts for the spectators. In order to provide a full cycle of VIP-restaurant cooking, it can be equipped with any technological equipment in compliance with all standards and construction rules and regulations (SNIP).

In hospitality areas for sponsor pavilions and VIP-restaurants structures of various shapes with exclusive equipment are used. For example: polygonal, cubic or round with glass panels or transparent awning linen, designer interior, decor and furnishing. A VIP-restaurant may be a two-storeyed structure with panoramic windows, various premises, including built-in sanitary engineering cubicles.

Creation of a universal information and telecommunication infrastructure covering all the internal facilities will provide necessary services: satellite television, Wi-Fi, video conferencing, simultaneous translation and much more. The most important condition for the successful organization of the World Cup matches is to ensure safety of spectators, organizers and media representatives at the venues. In order to ensure the fire safety, pavilions are equipped with a complex of systems as part of an automatic fire alarm system, fire alarm, evacuation control and fire extinguishing agents.



TV-RADIO BROADCASTING SYSTEM OF THE MULTI-PURPOSE SPORTS COMPLEX “OTKRYTIE ARENA”

p. 40

Fitting out stadiums with high-technology TV-Radio broadcasting system is a necessary condition for professional media coverage of sports events, which will allow a broadcaster to create a television program of the highest quality and lowest cost.

The stadium “Otkrytie Arena” is one of the Russia's biggest multi-purpose sports complexes and one of those which will host 2018 FIFA World Cup.

This new, ultra-modern stadium is the home ground of the FC “Spartak”.

All the major sports facilities in Russia are designed in compliance with requirements of international sports federations.

More than a thousand journalists from around the world and over a hundred television channels will cover the matches.

This requires high-technology equipment of the broadcasting system.



SOCHI HOSTED THE 13TH SPORTACCORD CONVENTION WORLD SPORT & BUSINESS SUMMIT

p. 38

The SportAccord Convention World Sport and Business Summit took place in Sochi, Russia, 19-24 April 2015. More than 2000 participants representing more than 420 various organizations took part in the Summit. The participants are key decision makers in international sport development: politicians, heads of federations, businessmen and sport stars. They discussed the prospects of the world sports industry and set the vector of further sports development. The key topics of discussion this year were sporting legacy, equal opportunities, new technology and integration in the world of sports. Russia is the only country to host the SportAccord Convention twice: St. Petersburg hosted the Summit in 2013. The Summit consisted of the Business and the Cultural Programme. The latter included master classes arranged by sports federations, arts and crafts fair as well as several picture galleries and was held in SAC Village - the SportAccord Convention Village. The Business Programme was productive – a range of key decisions was made owing to the attendance of Russian politicians including Vladimir Putin, Vitaly Mutko and Arkady Dvorkovich.

Business Forum: equal opportunities, modern technology

The Summit Programme included the Business Forum where politicians and heads of federations discussed various problems of the international sports. The report on the use of high technology in sports was delivered within the framework of the Programme. The report covered the Mobile Event Apps, augmented reality and the use of manned and programmable quadcopters. Some female-leaders of sport organizations, sportswomen and the Repucom Company representative discussed equal opportunities for women in the world of sports. The Forum Programme included a Panel Session entitled: “Professional Sports Development in Russia”.

Dmitry Chernyshenko, President of the Continental Hockey League; Sergey Shishkarev, President of the Handball Federation of Russia; Denis Rogachev, Deputy Chairman of the legal committee of the Russian Football Union; Dmitry Svishchev, President of the Curling Federation of Russia; Denis Tikhomirov, President of Federations of snowboard of Russia; Sergey Vorobyev, Promoter of Russian Formula 1 Grand Prix took part in the discussion.



МЕЖДУНАРОДНАЯ ОТРАСЛЕВАЯ ВЫСТАВКА ПО ОТКРЫТОМУ ПРОСТРАНСТВУ, СПОРТИВНЫМ И КУПАЛЬНЫМ СООРУЖЕНИЯМ ВЗЯЛА КУРС НА РОСТ

Международная элита отрасли уже заявила свое участие / Отличные отклики на новую концепцию распределения павильонов / Тандем выставок пройдет в павильонах 6, 7, 9 и 10.2 на общей площади в 80 тысяч кв. м / 24 конгресс IAKS готов к запуску – участников ожидают увлекательные темы

Международная отраслевая выставка, которая пройдет в Кельне с 27 по 30 октября 2015 года, за четыре с половиной месяца до начала мероприятия четко нацелена на успех. Уже сейчас о своем приезде в Кельн для участия в предстоящем событии, служащем центральной площадкой для бизнеса и общения представителей отрасли, заявили ведущие национальные и международные фирмы. В общей сложности ожидается свыше 650 компаний из более чем 45 стран, которые представят свои товары и услуги на территории в 80 тысяч кв. м. К настоящему моменту занято уже более 90% выставочных площадей. FSB 2015, которая вновь пройдет параллельно с aquanale – Международной выставкой саун, бассейнов и сопутствующих товаров, – принесет с собой важную новинку: теперь местом проведения обоих мероприятий станут современные северные павильоны выставочного комплекса Koelnmesse. Новая структура позволяет еще лучше использовать имеющиеся синергетические эффекты и способствует созданию новых деловых сетей на национальном и международном уровне. «Новая концепция выставки уже получила множество похвал от представителей отрасли. Фактически это чрезвычайно позитивно отразилось на показателях регистрации экспонентов из самых разных сегментов бизнеса на выставочной площадке. Это наглядно демонстрирует, насколько успешно наша усовершенствованная концепция отражает потребности рынка», – подчеркнула Катарина К. Хамма, исполнительный директор компании Koelnmesse GmbH. «Кроме того, участие важнейших представителей промышленности из разных стран подчеркивает активный интерес отраслей-участниц к FSB, как к важнейшей выставке в области открытого пространства, спортивных и купальных сооружений на мировом уровне.» Широкий отклик получили

также новые сроки проведения FSB и aquanale, которые теперь не совпадают с осенними каникулами земли Северный Рейн-Вестфалия.

В целях обеспечения стабильного успеха развития FSB организаторы со стороны Koelnmesse совместно с идейными вдохновителями и партнерами пересмотрели и усовершенствовали концепцию выставки. Новая тематическая ориентация организации павильонов придает сдвоенной выставке дополнительный размах. В период с 27 по 30 октября 2015 года тандем выставок FSB и aquanale разместится в павильонах 6, 7, 9 и 10.2 Кельнского выставочного центра. Участников обоих мероприятий порадует улучшенная инфраструктура нового раздела выставочного комплекса в Кельне. Кроме того, современные, наполненные дневным светом павильоны направляют поток посетителей по оптимальному маршруту вдоль выставочного бульвара и обеспечивают идеальный доступ к Северному и Восточному конгресс-центрам. Восточный вход удобно расположен невдалеке от вокзала Кельн-Мессе/Дойц (Köln Messe/Deutz), который является важным транспортным узлом для городского и пригородного транспорта, а также скоростных поездов дальнего следования ICE.

Новая концепция призвана предоставить больше времени для подробного ознакомления с выставкой и обмена информацией как ответственным за принятие решений представителям коммунального управления и отраслевых объединений, так и широкому кругу гостей, прибывших из разных стран. В это же время в кооперации с национальными спортивными федерациями и муниципальными союзами будет проводиться специализированная рамочная программа, в фокусе которой актуальные отраслевые темы. ■



www.fsb-cologne.com



ЗОНЫ ОТДЫХА. СПОРТ. БАСЕЙНЫ.

КЁЛЬН, 27–30 ОКТЯБРЯ 2015 Г.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОТРАСЛЕВАЯ ВЫСТАВКА ПО ЗОНАМ ОТДЫХА, СПОРТИВНЫМ СООРУЖЕНИЯМ И БАСЕЙНАМ

- Новинка: первоклассные залы 6, 7, 9 и 10.2 с восточным и северным входом
- Около 650 участников представят новинки, дизайнерские решения, тенденции для спорта и отдыха завтрашнего дня
- Юбилей экстра-класса: 50 лет IAKS – Международной ассоциации по строительству сооружений для спорта и отдыха
- Привлекательность и разнообразие: общая программа для всех целевых групп – для муниципальных образований, проектировщиков, организаций, эксплуатирующих сооружения для спорта и отдыха, стадионы и арены, ландшафтных архитекторов, ассоциаций, инвесторов, закупщиков, подрядчиков

Представительство Кельнмессе в России:
ООО „Центр информации немецкой экономики“
119017 Москва
1-й Казачий пер., 7
Тел.: +7 (495) 730-13-47
E-mail: o.yugova@koelnmesse.ru
www.koelnmesse.ru

koelnmesse

ТЕНТОВЫЕ
КОНСТРУКЦИИ
И ИНЖЕНЕРНОЕ
ОСНАЩЕНИЕ

Проектирование
и строительство
инфраструктуры
спортивных,
конгрессно-
выставочных
и праздничных
мероприятий

RODER— НЕИЗМЕННОЕ КАЧЕСТВО



www.roder.ru
+ 7 495 785 81 57
roder@roder.ru

