

S. A. R.

Sport Build

строительство
и эксплуатация
спортивных
сооружений

журнал для профессионалов

№ 2

март 2019

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СПОРТА



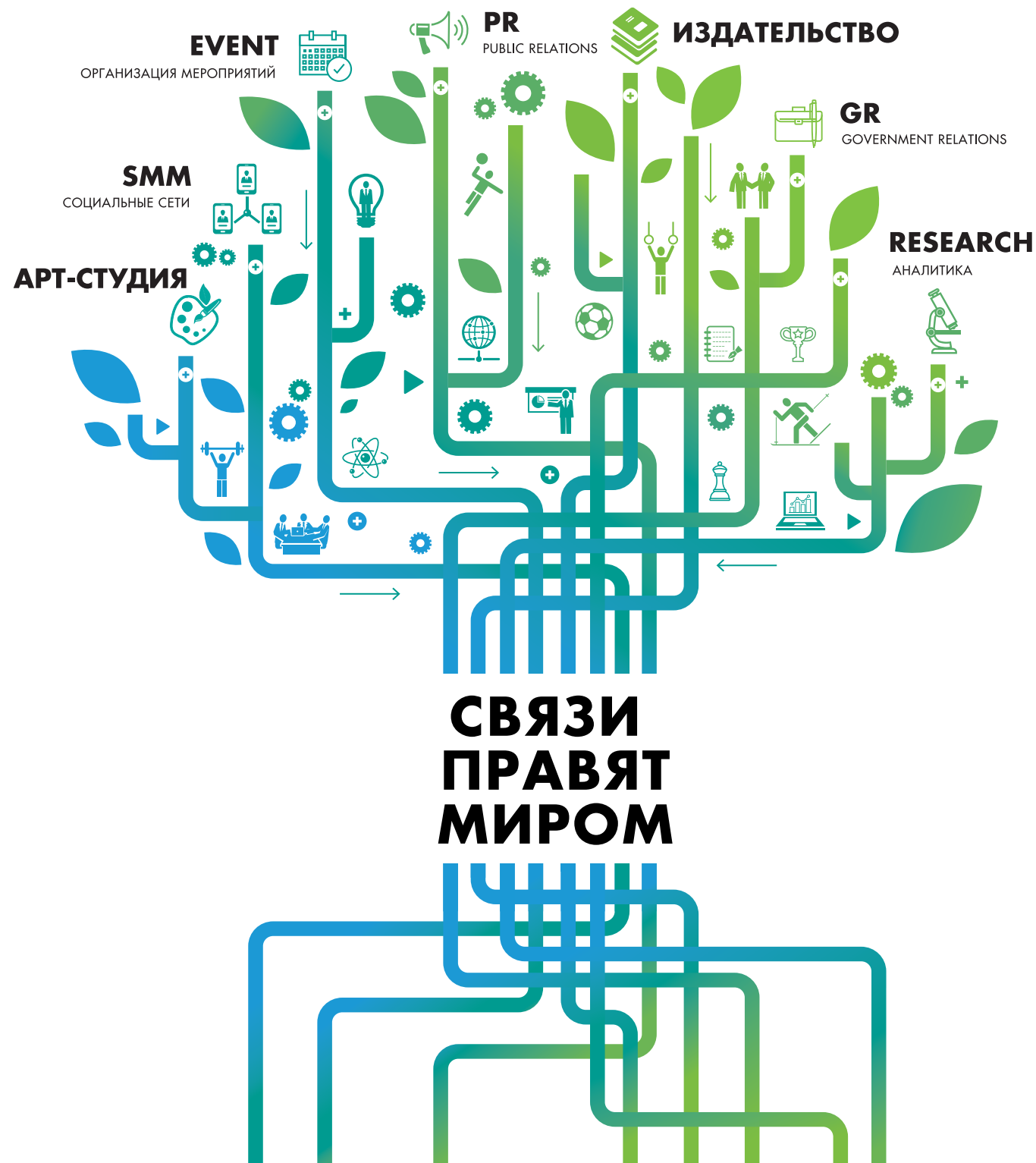
МИКРОКЛИМАТ
АРЕН И БАССЕЙНОВ

КОНТРОЛЬ ДОСТУПА
VS ПОСЕЩАЕМОСТЬ

БЕЗОПАСНЫЙ СТАДИОН



КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО
СПОРТ АКАДЕМ РЕКЛАМА



+7 495 649 33 16 info@sportmagazin.net
www.s-a-r.ru www.sportmagazin.net



ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Уважаемые читатели, коллеги и партнеры!

В очередном выпуске Sport Build мы впервые анонсируем WinterCongress-2019, который ожидает всех заинтересованных представителей зимних видов спорта, туризма и активного отдыха в Москве 28-29 мая. По традиции, оператором конгресса выступает коммуникационный холдинг «СпортАкадемРеклама», а главный лозунг мероприятия звучит так: «Работа на результат!». Иными словами, лидеры индустрии надеются за эти два дня не просто подвести итоги зимнего сезона и поговорить с властями о том, «как поднять Россию с колен», но также подписать при этом пакеты конкретных договоров о сотрудничестве и инициировать новые проекты «на любой вкус и кошелек».

Практическая направленность характерна для всего мартовского номера журнала Sport Build. Эксперты делятся достигнутым опытом в области достижения оптимального микроклимата ледовых арен и бассейнов, производители рапортуют о качестве выпускаемого спортивного оборудования в целом. Профессионалы мирового уровня в области безопасности отдают должное организаторам ЧМ-2018, обеспечившим участникам и гостям турнира образцовый комфорт, оградив их при этом от множества реальных угроз. Аналитики выделяют ключевые факторы создания эффективного спортивного сооружения, а консультанты анализируют положение дел в отечественном хоккее с точки зрения посещаемости и спонсорства.

Одним словом, номер получился весьма информативным. Желаю всем приятного чтения, успехов и процветания в бизнесе!

Искренне ваш,

Владимир КОЛОСОВ,

Шеф-редактор спецпроектов издательского холдинга
«СпортАкадемРеклама»

Sport Build

УЧРЕДИТЕЛЬ

000 «СпортАкадемРеклама»

ИЗДАТЕЛЬ

000 «СпортАкадемРеклама»

ОТДЕЛ ПРОДАЖ

Сергей КОРОТКИХ
тел.: +7 (495) 649-33-16, (доб. 137)
korotkih@s-a-r.ru

РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Александр МИНАЕВ
тел.: +7 (495) 649-33-16, (доб. 151)
minaev@s-a-r.ru

АРТ-ДИРЕКТОР ДИЗАЙН, ВЕРСТКА ЦВЕТОКОРРЕКТОР

Сергей КАЧОРОВСКИЙ
Михаил ПАШКОВ
Виктория ГОРБАЧЕВА

АДРЕС РЕДАКЦИИ

107023, Москва, ул. Электrozаводская, д. 24
000 «СпортАкадемРеклама»
тел.: +7 (495) 649-33-16, факс: +7 (495) 748-54-10,
e-mail: building@s-a-r.ru www.s-a-r.ru

ОТПЕЧАТАНО В ТИПОГРАФИИ

000 «ГРАН ПРИ»
Адрес: 152900 Ярославская область, г. Рыбинск,
ул. Орджоникидзе, д. 57. Тел.: +7 (4855) 32-02-03

ПОДПИСАНО В ПЕЧАТЬ

22.02.2019

Тираж номера 10 000 экз. Цена свободная.
Редакция не несет ответственность за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. Перепечатка материалов, опубликованных в журнале Sport Build, допускается только с письменного разрешения редакции.

Журнал Sport Build зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство ПИ № ФС77-53276
от 22 марта 2013 года.

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

+16

ПАРТНЕРЫ



Министерство Спорта
Российской Федерации



Форум «Россия –
Спортивная Держава»



Российский Союз
Боевых Искусств



Ассоциация Предприятий
Спортивной Индустрии



ГЦОЛИФК



ФНЦ ВНИИФК



С о ю з
Горнолыжной
Индустрии

УПРАВЛЯЙТЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ БОЛЕЛЬЩИКОВ...

Управляйте цифровым будущим - добро пожаловать в мир SKIDATA 4.0

С 1977 года, с самого основания и по наши дни компания SKIDATA всегда была на острие прогресса, выводя на рынок управления доступом революционные технологии и решения. И это было только начало большого пути. Сегодня SKIDATA дает обещание: мы продолжим представлять инновационные решения для вас – наших клиентов. Наш девиз – «Управляйте цифровым будущим»; сегодня самый ценный материал – это данные о клиентах, а цифровые технологии – движущая сила успешных решений.



ООО «СКИДАТА РУ»
Российская Федерация • 107031,
г. Москва, ул. Петровка, 27 • +7 (495) 933 0104
info.ru@skidata.com • www.skidata.ru

SKIDATA 4.0
KUDELSKI GROUP
DRIVING YOUR DIGITAL FUTURE

НОВОСТИ

10 | Дайджест событий в мире спорта.

СОБЫТИЯ

- 18 | **РОССИЙСКИЙ ПРОРЫВ НА ISPO MUNICH 2019**
С 3 по 6 февраля 2019 года в Мюнхене состоялось одно из крупнейших международных мероприятий – выставка спортивных товаров и технологий ISPO Munich 2019, на которой свою продукцию представили более 30 отечественных производителей одежды, обуви, аксессуаров и инновационных материалов на коллективном стенде Russian Outdoor Village.
- 19 | **ХОККЕЙ ЭПОХИ ИННОВАЦИЙ**
5-6 февраля в Москве прошел традиционный семинар КХЛ по хоккейным технологиям. В мероприятии приняли участие топ-менеджеры и профильные специалисты, представляющие хоккейные клубы, ледовые арены, а также архитектурные, инженерные, управляющие, эксплуатационные и IT-компании.
- 20 | **WINTERCONGRESS-2019: РАБОТА НА РЕЗУЛЬТАТ!**
28-29 мая в Москве пройдет XV Международный конгресс индустрии зимних видов спорта, туризма и активного отдыха – одно из наиболее знаковых и статусных мероприятий в российском спорте. Его ключевая миссия заключатся в активации диалога между бизнесом и властью с целью развития индустрии зимнего спорта в России и решения профессиональных проблем.

ОСВЕЩЕНИЕ

- 24 | **EASY LED OY - ОСВЕЩЕНИЕ ЛЕДОВЫХ АРЕН В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ КХЛ. НЕ УПУСТИТЬ НИ ОДНОГО МГНОВЕНИЯ МАТЧА**
Хоккейная команда Jokerit Helsinki в 2018 году начала сезон Континентальной хоккейной лиги с яркой страницы, поскольку за время летних каникул освещение их домашней арены было полностью обновлено.

БЕЗОПАСНОСТЬ

- 26 | **БЕЗОПАСНОСТЬ НА СТРАЖЕ... БЕЗОПАСНОСТИ**
Эксперты ICSS – частые гости Sport Build. Это люди, профессионально занимающиеся вопросами обеспечения безопасности на крупнейших спортивных турнирах. Они пишут своды правил, контролируют соответствующие службы на объектах и проводят обучающие семинары по всему миру. Сегодня о проблемах безопасности на спортивных сооружениях нашему журналу рассказывает Карен Уэбб Мосс, исполнительный директор группы ICSS.

ИНФРАСТРУКТУРА

- 35 | **НОВЫЕ ТРЕНДЫ УЛИЧНОГО СПОРТА**
Спортивная индустрия страны в последние годы развернулась в сторону «народных масс» и спортивного резерва, поскольку со «звездами» у нас на данном этапе все в относительном порядке. Важнейшую роль в популяризации массового спорта играют уличные площадки, одним из лидеров строительства и оборудования которых занимается компания «Формат Спорт».

Международный конгресс индустрии зимних видов спорта, туризма и активного отдыха – важная дискуссионная площадка, способствующая профессиональному разговору между спортсменами, бизнесом и властью.



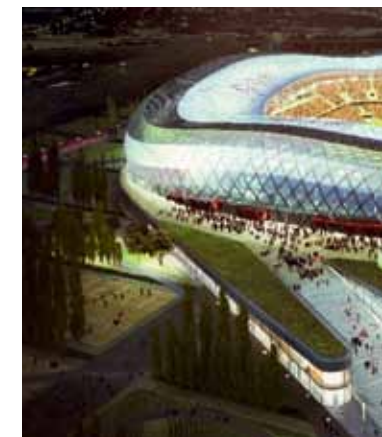
20



Россия успешно справляется с проблемами безопасности на крупных турнирах. Ни в Сочи-2014, ни в 11 российских городах-хозяевах ЧМ-2018 серьезных инцидентов с участием болельщиков зафиксировано не было.

26

Большинство проектов, заявленных в России как «зеленые», таковыми на деле не являются. Между тем, в западных странах «зеленая» сертификация и инвестиции в экологические технологии – вполне привычная практика.



38



Цифровая трансформация спорта неизбежна – это лишь вопрос времени. Но к ней необходимо быть готовым ментально, организационно и финансово. Спортивные организации уже обратили на это внимание.

44

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

- 36 **МИКРОКЛИМАТ ЛЕДОВЫХ АРЕН И БАССЕЙНОВ**
Инженерные системы ледовых арен и бассейнов должны обеспечивать максимальный комфорт для посетителей, минимальные затраты для собственника и арендаторов, удобство в эксплуатации. Насколько привлекательны они для инвесторов?

ТЕХНОЛОГИИ

- 38 **СТРОИТЕЛЬСТВО С «ЗЕЛЕНЫМ» ОТТЕНКОМ**
Спортивных объектов, построенных по мировым экологическим стандартам, в России по-прежнему немного. Однако девелоперы-энтузиасты «зеленого» строительства уверены в том, что клиенты уже созрели для того, чтобы платить бонус за экологию.
- 42 **КОНТРОЛЬ ДОСТУПА И РОСТ ПОСЕЩАЕМОСТИ**
Благодаря проведенному в России ЧМ-2018 уровень сервиса и безопасности систем контроля доступа на спортивные объекты поднялся на принципиально новый уровень. Внедрение современных систем значительно увеличило посещаемость соревнований.
- 44 **ЦИФРОВИЗАЦИЯ СПОРТА ЗА 10 ЛЕТ: РЕАЛЬНО ЛИ ЭТО?**
В середине 2017 года была принята государственная программа «Цифровая экономика РФ», в обиходе все чаще стали использовать слова «оцифровать», «цифровизация», «цифровая трансформация». Насколько данный тренд способен изменить российскую спортивную индустрию, и когда это может произойти?

АНАЛИТИКА

- 52 **ХОККЕЙ В РОССИИ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ХОККЕЙ!**
Армия хоккейных болельщиков в России насчитывает 57 млн. Это ненамного уступает футбольной аудитории, но в любом случае цифра эта впечатляет. Именно поэтому хоккей в нашей стране называют даже не «спортом №2», а «спортом №1,5».
- 58 **КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО СПОРТИВНОГО СООРУЖЕНИЯ**
Один из основных вопросов, который рано или поздно встает перед владельцем или руководителем спортивного объекта, заключается в том, насколько эффективно он используется и что можно сделать для увеличения его прибыльности?

ЭКЗОТИКА

- 66 **ЭКЗОТИЧЕСКИЙ ФУТБОЛ**
Болото, крабы, байки, горящий мяч. В данной статье мы расскажем о наиболее экзотических видах футбола, существующих в мире. Например, как стычки на мотоциклах, ныряние в грязь и жесткие потасовки могут стать основополагающими правилами игры.

DESIGN

- 70 **НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАДИОН «ЙОЙОГИ», ЯПОНИЯ. ФУТБОЛ ВНУТРИ ИСКУССТВА**
Спортивные объекты «новой волны» в массе своей значительно интереснее предшественников с точки зрения архитектуры. Возводить «серые коробки» и типовые конструкции уже давно не в моде, да и сами архитекторы не станут проектировать арены без «изюминки» – хотя бы из соображений репутации.

Хоккей никогда не терял своей популярности в России. Причем, уровень вовлеченности в игру в нашей стране – один из самых высоких в мире – хоккейная аудитория насчитывает 57 млн человек или 57% взрослого населения.



52



Креативное мышление и творческий порыв архитекторов далеко не всегда положительно влияют на эффективность эксплуатации нового спортивного сооружения.

58

Борьба за мяч в футболе в наше время может происходить где угодно. К слову, футбольный снаряд уже оказался на пляже, под водой и даже в болоте. Освоить разновидности этой игры может далеко не каждый.



66



Национальный стадион «Йойоги» в Токио внешне разительно отличается от классических спортивных объектов, которые можно встретить в каждом городе мира. Прежде всего, это – сложный архитектурный комплекс с множеством нюансов.

70

Sport Build



ГЛЕБ НИКИТИН,
Губернатор Нижегородской области



МАКСИМ КЛЕЙМАН,
Коммерческий директор Nielsen Sports Россия



ЛЕВ ГУТМАН,
Член Международной ассоциации сооружений для спорта и активного отдыха (IAKS)



ГАЛИНА ГОНЧАРОВА,
Д.т.н., профессор, академик РАН

ЭКСПЕРТЫ НОМЕРА



ИГОРЬ ЛОТАКОВ,
Управляющий партнер PwC в России



СЕРГЕЙ БРЮЗГИН,
Руководитель отдела ОВиКВ компании «Метрополис»



КАРЕН УЭББ МОСС,
Исполнительный директор группы ICSS



ИВАН РЫНДИН,
Управляющий партнер Sportsoft-Digital

ЭКСПЕРТЫ НОМЕРА

RWC ВЫПУСКАЕТ «ДЕЛОВУЮ КНИГУ ГОДА»

КРУПНЕЙШАЯ
КОНСАЛТИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ
RWC

четвертый год подряд
запускает свой уникаль-
ный проект –
ежегодную премию
«Деловая книга года
в России».



НА ПРОТЯЖЕНИИ ДВУХ МЕСЯЦЕВ, КАК И В ПРЕДЫДУЩИЕ ГОДЫ, БУДУТ ФОРМИРОВАТЬСЯ СПИСОКИ ПРЕТЕНДЕНТОВ НА ПОБЕДУ – ПО 5 В КАЖДОЙ ИЗ ДВУХ НОМИНАЦИЙ: «ЛУЧШАЯ КНИГА РОССИЙСКОГО АВТОРА» И «ЛУЧШАЯ КНИГА ИНОСТРАННОГО АВТОРА». НАЧИНАЯ С 15 МАРТА 2019 ГОДА, ЭКСПЕРТНОЕ ЖЮРИ ПРИСТУПИТ К ВЫБОРУ ПОБЕДИТЕЛЕЙ. В ЧЕТВЕРТЫЙ РАЗ ПОДРЯД ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ ЖЮРИ БУДЕТ РУБЕН ВАРДАНЯН, ИЗВЕСТНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ БАНКИР И ФИЛАНТРОП.

«Сегодня читателю непросто сориентироваться среди огромного количества бизнес-книг, и эта премия помогает ему сделать правильный выбор, – отмечает генеральный директор издательства «Эксмо» Евгений Капьев. – Например, книга-призер премии прошлого года – «Кремлевская школа переговоров» Игоря Рызова продана в 7 стран мира. После того, как ее объявили призером премии RWC, за право ее издать был проведен аукцион между четырьмя китайскими издательствами.

Мы же, со своей стороны, продолжим выполнять нашу миссию – издавать как можно больше хороших деловых книг в России, знакомить россиян со всеми лучшими деловыми новинками». Впервые конкурс был проведен в 2016 году. Победителями минувшего 2018 года стали:

- В номинации «Лучшая книга российского автора» – книга «Анти-Титаник» (автор Ярослав Глазунов);
- В номинации «Лучшая книга иностранного автора» – «Huawei: лидерство, корпоративная культура, открытость» (авторы Тянь Тао, Давид де Кремер и У Чуньбо).

КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА



**ИГОРЬ ЛОТАКОВ,
УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР
RWC В РОССИИ**

Мы рады тому, что уже четвертый год подряд помогаем россиянам, интересующимся ведением бизнеса, выявлять наиболее востребованные книги как российских, так и зарубежных авторов. Это – одна из наших задач как «Интеллектуального партнера» ведущих общероссийских деловых проектов, в том числе Петербургского международного экономического форума, где и будут объявлены имена победителей конкурса.



XXI Международная выставка
АТТРАКЦИОННЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

13-15 марта 2019 г.
Москва, ВДНХ,
павильон 75

РАППА ЭКСПО 2019

11-15 марта
Деловая программа

13 марта
Церемония награждения
«Золотой Пони Москва-2019»



March 13-15, 2019 **RAAPA EXPO-2019** Pav. 75, VDNH, Moscow

The 21st International Exhibition Amusement Rides & Entertainment Equipment

March 11-15
Business Forum
of amusement industry
professionals



March 13
International Awarding Ceremony
«Golden Pony Moscow-2019»
promoted by «Games & Parks Industry» magazine

Организатор выставки: тел.: +7 (495) 234-52-42, +7 (495) 234-52-04. E-mail: raapa@raapa.ru, website: www.raapa.ru



Представители РАППА в Китае: Ace Marketing Inc. Тел: 86-21-51082666*202; www.acemarketing.com.cn
Guangdong Grandeur International Exhibition Group Co.,Ltd. Тел: 86-20-28967766; www.gzwh.com

НА СТАДИОНЕ «ЕКАТЕРИНБУРГ АРЕНА»

продолжаются мероприятия по подготовке к старту весеннего сезона. В начале февраля начала работу система подогрева поля, благодаря которой высоту снежного покрова удалось уменьшить с 15 до 4 см.



«ЕКАТЕРИНБУРГ АРЕНА» УКРЫЛИ ДО ВЕСНЫ



НА СЛЕДУЮЩЕМ ЭТАПЕ ФУТБОЛЬНЫЙ ГАЗОН УКРЫЛИ СПЕЦИАЛЬНЫМ МАТЕРИАЛОМ ИЗ НЕТКАНОГО ПОЛОТНА, КОТОРОЕ ГРИНКИПЕРЫ СТАДИОНА РАЗМЕСТИЛИ НА ВСЕЙ ПЛОЩАДИ ПОЛЯ. ПРЕДПРИНЯТЫЕ МЕРЫ ПОЗВОЛЯТ СНЕГУ ОКОНЧАТЕЛЬНО РАСТАЯТЬ К УСТАНОВЛЕННОМУ СРОКУ, СОЗДАТЬ ГАЗОНУ НЕОБХОДИМЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОПТИМАЛЬНОГО ВОЗДУХО- И ВОДООБМЕНА, ЗАЩИТИТЬ ЕГО ОТ ПЕРЕПАДОВ ТЕМПЕРАТУР, ВЕТРА И СИЛЬНЫХ ОСАДКОВ.

Дальнейшая работа зависит от погодных условий. В дни с температурой воздуха не ниже -5°C поле будут открывать для проветривания, вычесывания, а также подсева семенами с обязательным использованием устрой-

ства подсветки – так называемого «искусственного солнца». Трава начинает расти на футбольном поле при температуре почвы в $+15^{\circ}\text{C}$. Именно для обеспечения этих условий и существуют системы подогрева.



МИНИСТЕРСТВО СПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

24 ВСЕРОССИЙСКИЙ СЪЕЗД ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ



**10-11
апреля**

ГЛАВНОЕ ДЕЛОВОЕ СОБЫТИЕ ОТРАСЛИ!



ЛИЧНОЕ УЧАСТИЕ В МОСКВЕ!
ОНЛАЙН ВСЯ РОССИЯ!



ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ:

- Операторов фитнес-индустрии.
- Учредителей и топ-менеджеров фитнес-клубов.
- Ключевых сотрудников российских спортивно-оздоровительных центров и фитнес-клубов.



ЦЕЛЬ ПРОЕКТА:

- Обмен передовым опытом, технологиями, инновациями для успешного управления бизнесом.
- Консолидация индустрии с целью повышения качества фитнес-услуг.
- Решение актуальных вопросов спортивно-оздоровительной отрасли в Российской Федерации.



В ФОРМАТЕ ПРОЕКТА:

- Круглый стол индустрии фитнеса с органами государственной власти.
- Обширная лекционная программа.
- Панельная дискуссия с операторами фитнес-бизнеса.
- Бизнес-сессия. Обмен передовым опытом с лидерами фитнес-индустрии.
- Управленческий клуб. Совместное обсуждение и решение управленческих кейсов.
- Бизнес-театр. Моделирование актуальных бизнес-ситуаций в формате интерактивных сценариев и отработка наиболее эффективных поведенческих моделей.
- Нетворкинг-сессия. Эффективное взаимодействие для развития бизнеса.

+7 (499) 408-7448

www.fithitcompany.ru

14–17
мая 2019

Москва
ЦВК «Экспоцентр»
Павильон 8

КХЛ УЧИТ БЕЗОПАСНОСТИ

*Континентальная
хоккейная лига
собрала менеджеров
клубов с целью
обсуждения вопросов
безопасности.*

В МЕЖДУНАРОДНОМ СОВЕЩАНИИ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ РУКОВОДИТЕЛИ СЛУЖБ БЕЗОПАСНОСТИ КЛУБОВ КХЛ И ПРЕДСТАВИТЕЛИ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ. В РАМКАХ МЕРОПРИЯТИЯ БЫЛИ РАССМОТРЕНЫ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В ЧЕМПИОНАТЕ КХЛ СЕЗОНА 2018/19. ТЕМАМИ ОБСУЖДЕНИЯ СТАЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНАМИ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОХРАНЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПОРЯДКА И ПРОПУСКНОГО РЕЖИМА ВО ВРЕМЯ МАТЧЕЙ, ПРЕСЕЧЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ НА ТРИБУНАХ И БЫСТРОЕ РЕАГИРОВАНИЕ НА НИХ.

Клубам лиги напомнили о важности соблюдения регламента в части работы с болельщиками, представителями СМИ и другими участниками матчей – в особенности, во время решающей стадии чемпионата. «Мы рады большому представительству сотрудников клубов на нашем мероприятии, а также благодарны представителям МВД России, принявшим активное участие в нашей встрече, – подчеркнул Андрей Журавлев, руководитель Департамента безопасности КХЛ. – Мы проговорили ситуации, имевшие место в текущем сезо-

не, рассмотрели вопросы улучшения безопасности на матчах, которые могут быть внесены в регламент в ближайшем будущем. Чемпионат вступает в решающую стадию, поэтому необходима слаженная работа всех структур, задействованных в организации матчей». «Ценность семинара не только в том, чтобы все повторить, но и увидеть, что наша лига становится структурой, которая постоянно и быстро развивается, – отметил Юрис Ясинкевич, начальник службы безопасности ХК «Динамо» Рига. Перед нашим совещанием был семинар по новым хоккейным технологиям, у нас также они внедряются – например, систе-

матизация видеонализа. Это то, о чем несколько лет назад и не задумывались, а теперь мы все вовлечены в это. Безопасность – это не просто охранники, а целый комплекс мероприятий, чтобы облегчить работу и делать ее эффективно. Мы снова планируем провести игру на открытом воздухе, и сегодняшнее мероприятие добавило дополнительных идей, как все сделать на более высоком уровне. По идее, это уже второй такой матч, но факт, что сейчас он будет организован вечером, в корне меняет процесс подготовки. Постараемся все предусмотреть, а если возникнут проблемы, то мы будем готовы их решить».

При поддержке:
АРСС
Ассоциация развития
стального строительства
МеталлЭкспо
Российский союз
поставщиков
металлопродукции

4-я Международная
специализированная выставка

Металло Конструкции 2019



Место проведения:



Генеральный
информационный партнер:



Организатор:
**МЕТАЛЛ
ЭКСПО**

Оргкомитет выставки:
+7 (495) 734-99-66 | www.mc-expo.ru

«Звезда» выходит на мировую орбиту

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАТУТЫ И БАТУТНЫЕ ПАРКИ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ «ЗВЕЗДА» ДОСТИГЛИ МИРОВОГО УРОВНЯ! ЧТОБЫ УБЕДИТЬСЯ В ЭТОМ, ДОСТАТОЧНО БЫЛО ПОБЫВАТЬ НА ВЫСТАВКЕ СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ И ТЕХНОЛОГИЙ ISPO MUNICH 2019, НА КОТОРОЙ СВОЮ ПРОДУКЦИЮ ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛИ ЛУЧШИЕ МИРОВЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ. РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ БЫЛИ ПРЕДСТАВЛЕНЫ НА КОЛЛЕКТИВНОМ СТЕНДЕ RUSSIAN OUTDOOR VILLAGE.



Получив европейские сертификаты «TUV», компания вышла на международный рынок под торговым знаком «iStar». На выставке ISPO «iStar» представила экспортные модели батуты, которые уже поставляются в ряд стран Евросоюза. Непосредственно на выставке компании удалось заключить ряд контрактов с горнолыжными курортами Европы, посетители которых уже в ближайшее время смогут лично протестировать батутные парки «iStar».

Цельногнутое металлические рамы конструкций спортивных батуты «Звезда» отвечают высоким европейским нормам точности, а рабочие характеристики законченных изделий в целом выражаются в точной стыковке элементов, надежности, правильном и равномерном распределении нагрузок на все элементы и части батуты.

ЗВЕЗДА - ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ СПОРТА И БИЗНЕСА

Москва, пр-т. Маршала Жукова, 78 к.4
+7 495 123 31 61

www.batut.istar.ru





НОВЫЙ СПОРТИВНЫЙ КОМПЛЕКС С ЛЕДОВЫМИ ПОЛЯМИ, ТРЕНАЖЕРНЫМИ ЗАЛАМИ И СКАЛОДРОМОМ

в ближайшем будущем появится в поселении Марушкинском в Новомосковском административном округе.



СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ В СТИЛЕ ОРИГАМИ

НА ПЕРВОМ ЭТАЖЕ КОМПЛЕКСА РАЗМЕСТЯТСЯ ОСНОВНОЕ ЛЕДОВОЕ ПОЛЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ И ТРЕНИРОВОЧНАЯ ЛЕДОВАЯ ПЛОЩАДКА ДЛЯ СПОРТСМЕНОВ И ГОСТЕЙ. ОСТАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО ОТВЕДУТ ПОД ТРЕНАЖЕРНЫЕ ЗАЛЫ, ТРЕНЕРСКИЕ КОМНАТЫ, РАЗДЕВАЛКИ И ДУШЕВЫЕ. ФАСАДЫ ЛЕДОВОГО ДВОРЦА БУДУТ НАПОМИНАТЬ СЛОЖЕННЫЕ ИЗ БУМАГИ ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ ИЛИ КРИСТАЛЛЫ ЛЬДА. СТЕНЫ ЗДАНИЯ ВЫПОЛНЯТ ИЗ МЕТАЛЛА, А НАВЕСНОЙ 3D-ФАСАД – ИЗ ХРОМИРОВАННЫХ МАТЕРИАЛОВ.



Еще один крупный физкультурно-оздоровительный комплекс в стиле оригами построят рядом со станцией метро «Некрасовка» на юго-востоке Москвы. Он будет напоминать сложенный из бумаги самолетик. Площадь здания составит 18 000 м², его фасад частично

сделают из металла, а частично – из панорамных стекол. В этом многофункциональном комплексе будет несколько бассейнов, площадок для командных игр, занятий экстремальными видами спорта, тренажерных залов, а также каток.



В НИЖНЕМ ГОТОВ БИЗНЕС-ПЛАН

СТАДИОН «НИЖНИЙ НОВГОРОД»

завершил разработку бизнес-плана стадиона.

По оценкам компании Swiss Consulting

Partners, которая за 1,2 млн рублей занималась реализацией проекта, арена к 2024 году должна перейти на самоокупаемость. Ее доходы составят

343 млн рублей, а расходы – 332 млн рублей в год.

ПО ОЦЕНКАМ SWISS CONSULTING PARTNERS, ОСНОВНУЮ ДОЛЮ ПОСТУПЛЕНИЙ СТАДИОНУ ОБЕСПЕЧАТ АРЕНДА И НЕЙМИНГ (ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БРЕНДОВ) – ПО 119 МЛН РУБЛЕЙ В ГОД, А ТАКЖЕ ПРОДАЖА БИЛЕТОВ НА VIP-МЕСТА В ДНИ ФУТБОЛЬНЫХ МАТЧЕЙ, РЕКЛАМА И АРЕНДА ОТ ПРОВОДИМЫХ НА НЕМ МЕРОПРИЯТИЙ.

Через 5 лет 95% арендопригодных площадей стадиона (а это 15 000 м²) должны быть сданы в аренду. Эксперты полагают, что о подобной заполняемости арендаторами можно говорить только в случае, если площади будут сданы государственными структурам. При этом популярность стадиона как площадки для проведения мероприятий будет только расти. Минспорта РФ согласовало бизнес-план операционной деятельности стадиона «Нижний Новгород». Как сообщает пресс-служба регионального правительства, в июне 2019 года стадион должен перейти из федеральной собственности в собственность Нижегородской области. Управлять арендой будет ГАУ НО «Дирекция по проведению спортивных и зрелищных мероприятий». Власти надеются, что разработанный бизнес-план позволит продолжить развитие стадиона «как одного из центров городской жизни».

Расходы на содержание стадиона в 2018 году составили 381 млн рублей, из которых 157 млн составили расходы на коммунальные платежи без учета затрат на проведение матчей, 66 млн рублей ушло на охрану, 38 млн – на инженерно-техническое обслуживание, 37 млн – на персонал, 35 млн – на оплату работ по уборке, 30 млн – на страхование и 22 млн рублей – на уход за полем. Как следует из документа, с 2021 года планируется снижение на 41% расходов на коммунальные платежи за счет пересмотра тарифов. Кроме того, планируется

КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА



ГЛЕБ НИКИТИН, ГУБЕРНАТОР НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Спортивная составляющая была главной при подготовке бизнес-плана по эксплуатации стадиона. Ключевой приоритет – это интересы якорного футбольного клуба и создание условий для роста посещаемости матчей. Второй задачей станет формирование образа арены как места семейного досуга и отдыха. Привлечение горожан и гостей города будет проводиться за счет многофункционального использования стадиона и прилегающей территории.

заключить долгосрочные контракты на услуги по уборке, уходу за полем и обслуживанию оборудования. Это должно привести к экономии средств по данным статьям расходов на 20–30%. Также планируется сократить расходы на охрану (–21%) и страхование (–83%), поскольку перестанут действовать повышенные требования ФИФА, которые были обязательными в 2018 году.

Финансово-экономическая модель развития стадиона предусматривает, что к 2024 году он выйдет на самоокупаемость. К этому времени стадион будет зарабатывать в год 343 млн рублей (в действующих ценах или 271 млн рублей в ценах 2018 года). Из них по 119 млн – в качестве доходов от нейминга и долгосрочной аренды, 56 млн – от продажи билетов в VIP-ложи (4 500 рублей за место), 25 млн рублей – от рекламы, 14 млн рублей – от мероприятий, 8 млн рублей – от проведения концертов, 2 млн рублей от оплаты парковочных мест. НДС составит 57 млн рублей.



РОССИЙСКИЙ ПРОРЫВ НА ISPO MUNICH 2019

С 3 по 6 февраля 2019 года в Мюнхене состоялось одно из крупнейших международных мероприятий – выставка спортивных товаров и технологий ISPO MUNICH 2019, на которой свою продукцию продемонстрировали более 30 отечественных производителей одежды, обуви, аксессуаров и инновационных материалов на коллективном стенде RUSSIAN OUTDOOR VILLAGE.

Иностранные потребители высоко оценили российскую продукцию, представленную на ISPO MUNICH 2019.

Коммуникационный холдинг «СПОРТАКАДЕМРЕКЛАМА» выступил информационным партнером мероприятия.

«Безусловно, выставка ISPO является ключевой для производителей outdoor-сегмента, поскольку дает огромные возможности продемонстрировать зарубежным коллегам и партнерам свои новинки и разработки, а также найти новых покупателей», – отметил статс-секретарь, заместитель министра промышленности и торговли Российской Федерации Виктор Евтухов, который лично ознакомился с последними новинками российского производства на открытии стенда.

В этом году российский стенд располагался на ISPO в самом престижном павильоне A1, наряду с ведущими мировыми брендами, и стал одним из крупнейших и стильных среди представленных экспозиций. Яркий дизайн стенда позволил привлечь внимание большого количества людей – за 4 дня стенд посетили более 2 000 человек.

«Предприятия, которые представили свою продукцию на стенде Russian Outdoor Village в этом году, являются в нашей стране одними из самых современных и высокотехнологичных. Продукция отечественных компаний вполне конкурентоспособна и отвечает всем потребительским запросам как в России, так и за рубежом», – считает Виктор Евтухов.

Высокое качество товаров отечественного производства было продемонстрировано не только на стенде Russian Outdoor Village, но и за его пределами – сразу две российских

компании были удостоены награды ISPO Award. Российский бренд горнолыжной и сноубордической одежды Cool Zone был отмечен в сегменте Snowsports как «Товар года», а производитель спортивной экипировки Ice Rock – «Товар года. Золотой победитель» в сегменте Outdoor and Urban.

Награда ISPO Award присуждается брендам и продуктам, которые наилучшим образом отражают развитие спортивной индустрии. Эта престижная награда предоставляет компаниям-победителям возможность увеличить свои продажи, формируя тренды на предстоящие сезоны.

Компании, которые борются за получение награды, оценивают 43 независимых эксперта из 12 стран и 3 континентов по четко сформированным критериям и категориям. В 2019 году товары оценивались в категориях: Snowsports, Outdoor and Urban, Health & Fitness и Team & Social Sports. Именно независимая экспертиза позволяет наиболее объективно оценивать сотни заявок, поступающих от профессионалов спортивного бизнеса.

«Я от всей души поздравляю победителей – Cool Zone и Ice Rock, которые доказали, что являются лучшими в своем деле. Уверен, что обладатели данной награды вдохновят всех российских производителей на создание тех инновационных продуктов, которые мы с гордостью представим нашим зарубежным партнерам и коллегам», – отметил Виктор Евтухов. ■

ХОККЕЙ ЭПОХИ ИННОВАЦИЙ

5-6 февраля в Москве прошел традиционный семинар КХЛ по хоккейным технологиям. В мероприятии приняли участие топ-менеджеры и профильные специалисты, представляющие хоккейные клубы, ледовые арены, а также архитектурные, инженерные, управляющие, эксплуатационные и IT-компании. Эксперты обсудили техническую составляющую арен – от освещения до заливки льда.

Континентальная хоккейная лига за годы своего существования стала одной из главных европейских коммуникационных площадок по обмену опытом между хоккейными клубами в сфере эффективного управления и эксплуатации арен и применения новейших технологий.

«Общение с коллегами всегда полезно, – уверен исполнительный директор магнитогорского «Металлурга» Максим Грицай. – Мы всегда стараемся перенимать друг у друга передовой опыт. Важно, что на семинаре собрались лучшие специалисты в разных отраслях. Например, мне было крайне интересно послушать экспертов, рассказавших о новых технологиях допуска на арены, освещения, заливки и подготовки льда. Мы давно знакомы с Галиной Гончаровой, которая рассказала детали, касающиеся подготовки льда для матчей КХЛ».

Целый блок был посвящен проблеме освещения на ледовых аренах КХЛ, поскольку именно правильно выстроенный свет преобразует телевизионную картинку. «Есть несколько арен, которым нужно улучшать освещение, – считает главный технолог внестудийно-

го департамента Матч ТВ Владислав Федоров. – Сейчас появились новые светодиодные технологии, которые не мерцают, не слепят зрителей и распространяются по поверхности более равномерно. Требования меняются достаточно быстро, а технологии идут вперед. И то, что сегодня кажется современным, через пять лет будет выглядеть достаточно будничным».

В ходе семинара шла речь о развитии принципиально новой рекламной поверхности – а именно возможности вмораживания светодиодных экранов в поверхность льда. Светодиодный экран под льдом – это такая же рекламная поверхность, как борта или мультимедийные экраны. Но при этом выглядит она эффектно и оказывает сильное эмоциональное воздействие на зрителя во время матча. ■



КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА



ГАЛИНА ГОНЧАРОВА, Д.Т.Н., ПРОФЕССОР, АКАДЕМИК МАХ

Лед – совершенно особая субстанция, которую ни в коем случае нельзя считать твердой. При этом, перед ледоварами ставятся зачастую диаметрально противоположные задачи: для скоростных видов спорта нужен предельно твердый и скользкий лед, чтобы скользить и не «проваливаться», а для фигуристов, приходящих им на смену, – более пластичный лед, чтобы не крошился и «принимал» спортсмена после высокооборотных прыжков. А если еще точнее, то фигуристам нужен твердый лед, чтобы отталкиваться, и более мягкий и пластичный, чтобы приземляться! Общее во всех этих задачах одно – поиск эффективных методов воздействия на природные свойства льда и придание ему новых – делегированных качеств, позволяющих спортсменам существенно улучшить свои скоростные или технические результаты. Никто так не «мутузит» лед, как хоккеисты. Сейчас никто не катается на чистом льду – все добавляют свои примеси для максимального удобства представителей своего вида спорта. Работа со льдом – это настоящее искусство, построение необходимой структуры.



WINTERCONGRESS

WINTERCONGRESS-2019: РАБОТА НА РЕЗУЛЬТАТ!

28-29 МАЯ В МОСКВЕ ПРОЙДЕТ XV МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС ИНДУСТРИИ ЗИМНИХ ВИДОВ СПОРТА, ТУРИЗМА И АКТИВНОГО ОТДЫХА – ОДНО ИЗ НАИБОЛЕЕ ЗНАКОВЫХ И СТАТУСНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИЙСКОМ СПОРТЕ. ЕГО КЛЮЧЕВАЯ МИССИЯ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В АКТИВАЦИИ ДИАЛОГА МЕЖДУ БИЗНЕСОМ И ВЛАСТЬЮ С ЦЕЛЮ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ЗИМНЕГО СПОРТА В РОССИИ И РЕШЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ. О ГЛАВНЫХ ОТЛИЧИЯХ ПРЕДСТОЯЩЕГО КОНГРЕССА ОТ ПРЕДЫДУЩИХ НАМ СЕГОДНЯ РАССКАЗЫВАЕТ РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА WINTERCONGRESS-2019 МАКСИМ БИРЮКОВ.



Sport Build: Максим, мероприятие, по сути, ежегодно проходит в одном и том же формате. Насколько сложно каждый раз придумывать что-то новое в деловой программе, удерживая аудиторию и привлекая новых участников?

Максим Бирюков: Конгресс не теряет аудиторию и, более того, актуальность этой площадки с каждым годом ощущается больше и больше. Привлекаются новые игроки рынка, открываются новые сферы для развития малого и среднего бизнеса, крепнут связи с государственным аппаратом, активно продвигаются частные и общественные инициативы. WinterCongress как площадка идеально подходит для принятия определенных мер, норм и решений. И если раньше участники собирались на конгресс с идеями, а уходили с решениями, то в этом году будет больше конкретных результатов: участники заранее подготовят определенные решения, а покинут конгресс с уже подписанными договорами и готовыми решениями для бизнеса. Пожалуй, в этом и заключается главное отличие предстоящего мероприятия – мы сделаем решительный шаг в сторону практики и конкретики. Такова сегодня потребность рынка: меньше слов – больше дела! И что касается формата – в этом году мы впервые организуем

на WinterCongress стратегическую сессию, после которой сформируются тематические рабочие фокус-группы. В формате двухдневной сессии будут происходить дискуссии не только между бизнесом и властью, но и в форматах «бизнес-бизнес» и «власть-власть». Стратегическая сессия стартует сразу же после пленарного заседания, а ее результаты подведет экспертный совет в конце второго дня мероприятия. По итогам работы запустятся механизмы реализации актуальных проблем отрасли.

SB: Решения экспертной группы конгресса будут иметь юридическую силу?

МБ: В ходе работы данного конгресса мы сможем увидеть подписанные договоры о намерениях и, возможно, даже о сотрудничестве. По крайней мере, по каждому направлению будут сформированы реальные рабочие группы по ключевым темам:

- Развитие и оснащение общедоступных мест для занятий спорта в парках и рекреационных зонах города;
- Оптимизация расходов и повышение доходности, способы дополнительного привлечения клиентопотока;
- Маркетинг и IT. Увеличение финансовой отдачи, лучшие прак-

тики и международный опыт;

- «Правильные» инвестиции, вовлечение инвесторов в проекты;
- Инфраструктура и логистика в индустрии зимних видов спорта.

SB: Каковы принципиально новые темы, которые еще ни разу не поднимались на наших конгрессах?

МБ: Прежде всего, это развитие лыжных трасс. Речь идет о беговых лыжах, а не о горных. Сегодня их в России около 3 000, и наш конгресс – первая площадка, которая готова консолидировать рабочее поле «равнинных» лыжных объектов для профессиональной дискуссии. Вторая важная и принципиально новая тема для конгресса – организация зон для занятий



Максим БИРЮКОВ,
руководитель проекта
WinterCongress-2019



WINTERCONGRESS



www.discoverussia.com
info@discoverussia.com



ВЫСТАВКА-ФЕСТИВАЛЬ «СПОРТ И АКТИВНЫЙ ОТДЫХ»



спортом. Здесь речь пойдет о парковых и лесопарковых рекреационных зонах в черте города, развитии горнолыжной инфраструктуры и трасс в городской черте – это тоже достаточно новая тема. Мы также обсудим новые инструменты маркетинга и нестандартные способы привлечения клиентопотока. И, наконец, мы ожидаем новую категорию участников конгресса – это руководители муниципалитетов и регионов.

SB: Кого из зарубежных гостей мы ожидаем увидеть на WinterCongress-2019?

МБ: Прежде всего, это менеджеры австрийских и французских горнолыжных курортов, директора по маркетингу, а также спикеры. По

сравнению с прошлым годом, количество иностранных гостей увеличится, что открывает новые возможности для дискуссий и обмена опытом.

SB: Международный конгресс индустрии зимних видов спорта, туризма и активного отдыха всегда сочетал два главных направления: «Снег» и «Лед». В какой пропорции будут представлены ГЛК и ледовые арены в этот раз?

МБ: Мы стремимся уравнивать представителей «снежных» и «ледовых» объектов, поскольку на предыдущих конгрессах наблюдался явный крен в пользу первых. Дело в том, что требуют обсуждения не только профессиональные ледовые арены,

но и объекты для массового спорта. Будут активно обсуждаться ледовые ивенты как инструменты дополнительной загрузки объектов и получения прибыли. Мы хотим разработать своего рода путеводитель – пособие для создания универсальных ивентов, рассчитанных на любой бюджет.

SB: Будет ли проводиться традиционная для конгресса премия «Лидеры спортивной индустрии»?

МБ: Как и в предыдущие годы, премия станет кульминацией конгресса. Ее номинантами и, в конечном итоге, победителями станут наиболее активные и успешные участники рынка индустрии зимних видов спорта и туризма. ■

5 - 7 АПРЕЛЯ
2019 ГОДА,
МОСКВА,
ГОСТИНЫЙ
ДВОР

+7 (495) 780 41 09
+7 (495) 722 20 74



EASY LED OY – ОСВЕЩЕНИЕ ЛЕДОВЫХ АРЕН В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ КХЛ

НЕ УПУСТИТЬ НИ ОДНОГО МГНОВЕНИЯ МАТЧА

Хоккейная команда Jokerit Helsinki в 2018 году начала сезон Континентальной хоккейной лиги с более яркой страницы, поскольку за время летних каникул освещение домашней арены клуба было полностью обновлено. Теперь новое освещение на «Хартвалл Арене» (Hartwall Arena) в Хельсинки обеспечивают 98 мощных светодиодных прожекторов VUBO® V3 от компании Easy LED Oy (Финляндия). Новая система освещения не только ярче, она еще имеет функцию управления световым потоком (диммированием), а также быстрее работает с мгновенным включением / выключением. Наряду со светильниками была также обновлена и система управления освещением арены до стандарта DMX. Это позволяет управлять сценариями освещения из нескольких контрольных точек.

В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ

Новая система освещения была разработана в соответствии с жесткими требованиями к освещению ледовых арен Континентальной хоккейной лиги (КХЛ). Например, для телевизионного вещания обязательным требованием были не только высокий уровень освещенности и высокая светоотдача оборудования, но и качественные характеристики света по цветовой температуре и индексу цветопередачи. Кроме того, современные технологии немерцающего света, используемые в установленных прожекторах и необходимые для высокоскоростных камер, способны обеспечить мгновенное воспроизведение с замедленной съемкой. Прожекторная система VUBO® отвечает всем этим требованиям. Сегодня уровень освещенности на «Хартвалл Арене» почти в два раза выше, чем освещение старшего поколения, используемое на большинстве ледовых арен, а высококачественная светодиодная технология обеспечивает кристально чистое изображение с высокой детализацией для телевидения.

MISS NOTHING.

VUBO®

ПРОЖЕКТОРНАЯ СИСТЕМА

МОБИЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СВЕТОМ

Использование протокола DMX (Digital MultipleX) позволяет пользователям управлять освещением из нескольких разных контрольных точек. Это особенно важно и удобно на многофункциональных аренах, где каждую неделю проводится целый ряд различных мероприятий. Если у оператора нет доступа к консоли освещения DMX, предустановленные режимы освещения также можно активировать с панелей управления на арене или даже с портативных устройств.

ГОТОВНОСТЬ К НОВОМУ СЕЗОНУ

В дополнение к установке новой системы освещения, компания Easy LED также отвечала за демонтаж предыдущих светильников. Теперь, когда работа завершена, «Хартвалл Арене» готова к победам! Первая домашняя игра в сезоне была сыграна 3 сентября 2018 года, когда команда Jokerit встретилась с Kunlun Red Star из Пекина.

СВЕТ! КАМЕРА! МОТОР!

EASY LED
www.easyled.fi

Easy LED Oy
Mariniitinkatu 11, FI-24100 Salo, Finland
tel. + 358 2 737 44 20
www.easyled.fi
info@easyledoy.ru



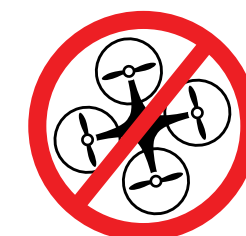
БЕЗОПАСНОСТЬ НА СТРАЖЕ... БЕЗОПАСНОСТИ

Текст: Владимир КОЛОСОВ



Карен УЗББ МОСС,
Исполнительный директор
группы ICSS

ЭКСПЕРТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ЦЕНТРА БЕЗОПАСНОСТИ В СПОРТЕ (ICSS) – ЧАСТЫЕ ГОСТИ SPORT BUILD. ЭТО ЛЮДИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗАНИМАЮЩИЕСЯ ВОПРОСАМИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ НА КРУПНЕЙШИХ СПОРТИВНЫХ ТУРНИРАХ. ОНИ ПИШУТ СВОДЫ ПРАВИЛ, КОНТРОЛИРУЮТ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ СЛУЖБЫ НА ОБЪЕКТАХ И ПРОВОДЯТ ОБУЧАЮЩИЕ СЕМИНАРЫ ПО ВСЕМУ МИРУ. И ЭТА РАБОТА В НАШЕ ТРЕВОЖНОЕ ВРЕМЯ ПРОСТО НЕОБХОДИМА, ПОСКОЛЬКУ СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ НЕ РЕДКО ЗАПОМИНАЮТСЯ НЕ ТОЛЬКО РЕЗУЛЬТАТАМИ НА ТАБЛО, НО И РАЗГУЛОМ ХУЛИГАНСТВА ФАНАТОВ, АКТАМИ ВАНДАЛИЗМА И ДАЖЕ ТЕРРОРИЗМА НА СТАДИОНАХ И ЗА ИХ ПРЕДЕЛАМИ. СЕГОДНЯ О ПРОБЛЕМАХ БЕЗОПАСНОСТИ НА СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ НАШЕМУ ЖУРНАЛУ РАССКАЗЫВАЕТ КАРЕН УЗББ МОСС, ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГРУППЫ ICSS.



МАКСИМАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
ПРИ МИНИМАЛЬНЫХ
ОГРАНИЧЕНИЯХ

Sport Build: Карен, Ваша организация была создана в Катаре специально для подготовки этой страны к проведению ЧМ-2022. Насколько серьезна проблема безопасности в стране, где государственные структуры и бизнес-процессы функционируют в относительно безопасном режиме?

Карен Уэбб Мосс: Главная цель создания ICSS заключается в том, чтобы ЧМ-2022 в Катаре прошел на высочайшем уровне с точки зрения безопасности – именно под это власти Катара и выделили соответствующее финансирование. В «безопасном режиме» сегодня в мире не функционирует ничто и нигде. Но стремиться к этому необходимо. В Катаре принята общегосударственная программа развития спорта до 2030 года, поэтому в ICSS, прежде всего, надеются на то, что строящиеся к мундиалу спортивные объекты впоследствии будут востребованы и не разделят судьбу «белых слонов». С первого дня своей деятельности Центр активно сотрудничает со спортивными федерациями других стран. В частности, мы активно взаимодействуем с ФИФА, УЕФА, футбольными лигами Италии, Германии, Испании, России, МОК и целым рядом национальных Олимпийских комитетов, а также с Международной Федерацией хоккея с шайбой (ИИХФ). Параллельно мы активно работаем и с политиками – так, у нас установлены серьезные отношения с руководством Евросоюза, ООН, ЮНЕСКО. Учитывая тот факт, что наша организация была образована в 2011 году, мы уже достигли неплохих результатов. Сегодня ICSS реализует проекты в



Катаре, США, Италии, Португалии, России, Пуэрто-Рико. Региональные отделения Центра функционируют в Лондоне, Женеве и Брюсселе.

SB: Насколько активным было участие ICSS в организации ЧМ-2018 в России?

КУМ: У многих членов нашей команды в активе опыт проведения футбольных чемпионатов мира 2006, 2010 и 2014. Наши специалисты периодически консультировали руководство Оргкомитета «Россия-2018» во главе с Алексеем Сорокиным по стратегическим вопросам, касающимся организации служб и систем безопасности, а также управления рисками. Мы также в деталях обсуждали каждую из построенных футбольных арен с точки зрения безопасности. К слову, только по официальным данным, во время ЧМ-2018 в России на территории стадионов было заблокировано более 50 дронов, уже в полете! И уже доказано, что значительная их часть управлялась дистанционно с целью проведения терактов во время футбольных матчей. Здесь было крайне важно уничтожить не сам дрон, а заблокировать систему управления им и изменить траекторию полета, чтобы вывести аппарат в безопасное место и уничтожить. В этом плане российские спецслуж-

бы сработали отлично. Так же, как и за четыре года до этого в Сочи. Впрочем, на Олимпиаде-2014 с дронами было проще – они тогда еще не успели толком войти «в моду» у террористов. Зато за время проведения Олимпиады было зафиксировано около 1 800 кибератак. На ЧМ-2018 хакеры были не так активны – это доказывает, что с киберпреступностью в России также научились успешно бороться, либо то, что террористы из категории «кибер» попросту перестали воспринимать эту нишу как перспективную для себя. Лично я 25 лет своей жизни посвятила международной спортивной индустрии, 8 лет я проработала в МОК в качестве вице-президента по маркетингу и коммуникациям. Сейчас поле моей деятельности – безопасность. Но это довольно широкое по своему значению определение. Например, если нас просят организовать тренинг стюардов, мы это тоже делаем. Помимо этого в Центр периодически обращаются с просьбой прислать свою экспертную команду, как только в той или иной стране появляется информация о готовящихся договорных матчах или манипуляциях с игорными ставками в букмекерских конторах. Наши эксперты реализуют ряд совместных академических программ с Парижским университетом



Сорбонна и Гарвардским университетом. В рамках наших мероприятий регулярно выступают Алессандро Дель Пьеро, Франц Беккенбауэр, Юрген Клопп и другие спортсмены с мировым именем.

SB: В чем заключается основная миссия и деятельность ICSS?

КУМ: Наша основная миссия заключается в аккумулировании передового международного опыта в области обеспечения безопасности, выработке теоретических и практических рекомендаций и методик, которые затем берут на вооружение многие национальные и междуна-

родные федерации. Главный девиз ICSS я бы сформулировала так: «Максимальная безопасность при минимальных ограничениях». Это очень важно для болельщиков, которым важно чувствовать свою защищенность, но при этом не видеть вокруг себя тысячи вооруженных до зубов полицейских. Это чем-то напоминает клининг – болельщики хотят чистоты, но при этом их раздражают люди с пылесосами. Точно так же и в вопросах безопасности – опрос общественного мнения в любой стране вне зависимости от уровня террористической угрозы покажет вам один и тот же резуль-

НА ОИ-2014 БЫЛО
ЗАФИКСИРОВАНО
1800 КИБЕРАТАК

тат: болельщик не желает видеть на стадионе людей в форме – они обязаны обеспечивать порядок и гарантировать безопасность, но при этом должны оставаться «невидимыми». Ряды вооруженных полицейских – это уже слишком. На ЧМ-2018 все было в норме, люди в форме не отпугивали болельщиков. Да, их было достаточно много, но вели они себя вполне дружелюбно. Плюс – карты Fan ID – это именно то ноу-хау, которое другие страны должны у России перенять. Именно поэтому мы в ICSS придаем важнейшее значение стратегии и философии обеспечения безопасности профессионально. Организаторам крупнейших спортивных турниров порой приходится объяснять элементарные вещи. Прежде всего, они должны научиться изначально воспринимать болельщика не как потенциального или реального хулигана, а как желанного гостя, который преодолел тысячи километров и пересек несколько границ с целью насладиться спортивным праздником, который какая-то неведомая для него страна для него же и организует.

ОШИБКА СЛУЖБЫ БЕЗОПАСНОСТИ МОЖЕТ СТОИТЬ СОТНИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ЖИЗНЕЙ

Не результат на табло, а именно имидж этой страны он в итоге увезет с собой с чемпионата мира. А также мнение о местных людях, сервисе, транспорте, кейтеринге, культуре. Об этом мало пишут – в новостях доминирует политика.

SB: Какой турнир лично Вам запомнился больше других?

КУМ: Первым моим персональным тестом на профпригодность была работа в команде, обеспечивающей безопасность во время подготовки и проведения футбольного ЧМ-2006 в Германии. В чем-то нам тогда было проще, чем сейчас, поскольку систему безопасности турнира нам приходилось разрабатывать с нуля. Это сегодня эксперты ICSS целиком ведут раздел «Безопасность» в Руководстве по организации чемпионатов мира, а тогда никаких официальных книг ФИФА еще не существовало. Перед нами стояла задача сделать так, чтобы все ответственные за безопасность структуры в своей работе полностью вписывались в общую миссию ЧМ-2006, которая звучала так: «Германия приветствует друзей со всего света – давайте знакомиться!». Этим сказано все – Германии предстояло разрушить существующие в мире стереотипы относительно себя как страны и проживающих в ней граждан. Это было крайне важно после II мировой войны, которая выставила немцев перед миром в таком ракурсе, что им проще было бы совершить коллективный суицид. Анализируя систему безопасности того турнира, мы в итоге выявили 250 возможных рисков, 10 из которых поместили в шорт-лист наиболее вероятных (например, взрыв бомбы на стадионе). Далее мы подробно проанализировали функциональные обязанности каждого из подразделений (включая полицию) в случае возникновения нештатной ситуации из списка «Тор-10» с выработкой конкретного плана действий. Подобные обучающие семинары 4 года спустя мы проводили и в ЮАР – там на каждый из объектов ЧМ-2010 мы отвели по полдня теоретических и практических занятий. Следующий мунди-



аль в Бразилии в 2014 году был в чем-то очень похож на африканский – обе страны характеризуются запредельно высоким уровнем уличной преступности. Общим было также и то, что местные власти (особенно в Бразилии) даже не позаботились о том, чтобы создать более-менее профессиональную систему обеспечения безопасности, за что впоследствии получили негативные оценки мировых СМИ. В случае с Бразилией я бы указала на системные ошибки в стратегическом планировании и явно запоздалые попытки подтянуть под это существующую инфраструктуру. К счастью для бразильцев, все в итоге закончилось хорошо, но здесь им просто повезло – при возникновении любой из возможных нештатных ситуаций система безопасности ЧМ-2014 не смогла бы адекватно отреагировать. В отличие от других областей инфраструктуры система безопасности не приемлет проб и ошибок – у нас каждая недоработка может стоить в итоге сотни жизней и даже повлечь отмену турнира. В нашей игре ставки всегда самые высокие. В России было по-другому: тотальный внешний политический негатив и, как следствие, реальная угроза бойкота чемпионата. Даже за считанные недели до начала ЧМ-2018 вероятность бойкота сохранялась.

SB: Чемпионат мира в Катаре является не менее уникальным. Насколько подготовка к нему отличается от других турниров с точки зрения безопасности турнира?

КУМ: Безусловно, в Катаре существует своя специфика. С каждым годом все большее число футбольных клубов приезжает сюда на предсезонные сборы, и это неслучайно – в стране построен целый ряд современных тренировочных лагерей. Чтобы понять суть и скорость происходящих в Катаре изменений в области футбольной инфраструктуры достаточно совершить 5-часовой перелет из Европы. Вопреки существующим стереотипам, вас удивит большое количество зеленых насаждений на улицах, а главное – чувство абсолютной безопасности. В этом плане Катар напоминает Европу, где летом также проводят многочисленные предсезонные сборы футбольные клубы со всего мира. Что касается непосредственно ЧМ-2022, он впервые в истории будет проведен в зимнее время – с 20 ноября по 20 декабря. В этот период в стране наиболее благоприятный для футбола, и главное – стабильный климат. В июне или июле провести подобный турнир в Катаре просто невозможно – представьте себе сотни тысяч людей, перемещающихся по улицам мелкими перебежками от одного кондиционера к другому. Я знаю, что в английской прессе не прекращаются нападки на Катар, но хочу в этой связи отметить то, что в Англии футбол будет развиваться при любых обстоятельствах, а Катару любой чемпионат мира крайне необходим – он способен придать футболу в регионе мощнейший импульс. В том числе и с экономической точки зрения – Катар является главным работодателем и самым большим в регионе рынком труда: в стране живет более 2,1 млн человек, но только 300 000 из них являются местными резидентами, остальные – экспаты и иностранные рабочие. Здесь же расположены офисы крупнейших международных фирм и банков, а темпы строительства небоскребов и деловых центров просто поражают. В Катаре можно совершенно спо-

койно жить и работать – здесь не существует никаких ограничений, кроме запрета на употребление алкоголя в общественных местах. Также не рекомендуется пристально смотреть на женщин, а права последних равны нулю – это мусульманские реалии. Но при этом в обществе нет никакого насилия и проблем с безопасностью в целом. Вокруг царит мирная обстановка – каждая категория населения знает границы своих прав и не переступает через них.

SB: Насколько остро сегодня стоит проблема безопасности в спорте, и можем ли мы говорить о достигнутых успехах в этой сфере?

КУМ: Мировой спорт сегодня потрясает события, имеющие непосредственное отношение к социальной, экономической и политической жизни. Растет число спортивных фанатов, у которых всегда есть мотивация и потребность заявить о себе на глазах миллионов телезрителей посредством хулиганских поступков на крупнейших спортивных соревнованиях. Насилие и экс-

тремизм на стадионах не прекращаются – особенно в Европе. Террор вышел на принципиально новый уровень, которого мы не ожидали еще несколько лет назад – и прежде всего в Европе, хотя инициаторами терроризма в мире, конечно же, являются представители радикальных мусульманских движений.

SB: Можем ли мы сегодня говорить об обеспечении безопасности в спорте как индустрии?

КУМ: Да, обеспечение безопасности в спорте я бы выделила в качестве отдельного направления всего спортивного бизнеса. Индустрия безопасности интенсивно развивается глобально. Наблюдается небольшое отставание в этой сфере в странах Африки и Азии, но в целом мы все движемся вперед. В этом нам здорово помогает наука – сегодня в нашем распоряжении самые последние технические разработки, позволяющие выполнять свою миссию на качественно ином уровне, чем, скажем, еще 10 лет назад. Здесь я бы хотела подчеркнуть коммерческую составляющую процесса. Если мы





ВО ВРЕМЯ ЧМ-2018 В ГОРОДАХ ПРОВЕДЕНИЯ МАТЧЕЙ БЫЛО ЗАБЛОКИРОВАНО БОЛЕЕ 50 ДРОНОВ

действительно воспринимаем обеспечение безопасности на стадионах как бизнес, значит на это не нужно жалеть денег. Сотрудники различных ведомств, полицейские и стюарды, принимающие участие в обеспечении правопорядка, должны получать за свою работу адекватное денежное вознаграждение (к примеру, 20-30 евро в час, если речь идет о Европе). В России достаточно денег на безопасность, только вместо 2 000 полицейских я бы лучше на футбольный матч поставила 500 обученных стюардов с адекватными нормами вознаграждения за работу.

SB: Возможно ли закладывать больше антитеррористических решений уже на стадии планирования спортивного объекта?

КУМ: Безопасность в спорте требует целостного подхода. В этом процессе должны быть детально прописаны функции всех сторон – государства, полиции, стюардов, разработчиков систем комплексной безопасности, дизайнеров и строителей стадионов. Именно комплексный подход к планированию и организации системы безопасности необходимо практиковать с самых первых этапов строительства нового спортивного объекта. Это позволит предотвратить не только акты насилия или террора, но и саму возможность их появления. На мой взгляд, ФИФА по-прежнему не уделяет должного внимания вопросам обеспечения безопасности, поскольку во многих принимаемых этой орга-

низацией документах тема безопасности затрагивается лишь поверхностно либо не упоминается вообще. Я принимала участие в строительстве нескольких стадионов в различных уголках планеты и могу сказать, что участники проекта обычно начинают думать о проблемах безопасности в самую последнюю очередь. Никто не хочет тратить времени на планирование этой деятельности на ранних этапах реализации проекта.

SB: За два года до ЧМ-2018 в России во Франции прошел континентальный чемпионат Евро-2016. Профессионалы говорят, что это был самый слабый турнир с точки зрения обеспечения безопасности. Какую оценку Вы как профессионал поставили бы организаторам Евро-2016 во Франции?

КУМ: Проблемы с безопасностью во время проведения Евро-2016 действительно были. Они оказывали непосредственное влияние и на качество футбола, и на поведение болельщиков. Накануне Евро во Франции прошел целый ряд масштабных террористических атак на футбольных стадионах, но, к счастью, ни одна из них не повторилась в ходе турнира. Тем не менее, многих негативных моментов во Франции можно было изначально избежать при надлежащем планировании мероприятия. Естественно, я имею в виду массовые драки между болельщиками на французских улицах. Ключевой

вопрос заключается в том, каким образом можно было изначально контролировать поведение иностранных болельщиков и собственных граждан за пределами стадионов? Согласно полицейским отчетам, провокации имели место быть с обеих сторон, хотя и в различных пропорциях. На самом деле, нет универсального рецепта, позволяющего контролировать внутривнутриполитическую ситуацию в стране, социальные проблемы, расизм. Но спорт – это не только футбол, и здесь я бы хотела привести в пример зимние Олимпийские игры 2014 года в Сочи и последний чемпионат мира по футболу в России. Ваша страна показала высочайшие стандарты в области безопасности, которые были подкреплены экономическими расчетами. Да, кто-то «переигрывает», а кто-то «недоигрывает», как в театре. Россия со своим количеством полицейских на душу населения явно «переигрывает». Но ведь ничего плохого не происходит! Значит, такая система действует – главное заключается в умении грамотно выстроить весь процесс обеспечения безопасности. Ни в Сочи-2014, ни в 11 российских городах проведения ЧМ-2018 серьезных инцидентов с участием болельщиков зафиксировано не было. В отличие от Евро-2016 во Франции, об инцидентах которого (особенно за пределами стадионов) помнят все. В идеале, в процессе создания системы безопасности турнира должны участвовать сотрудники полиции всех стран, имеющих отношение к мероприятию. Согласно методике ICSS, существуют 3 уровня обеспечения безопасности: (1) непосредственно на территории страны проведения, далее – (2) в регионе (это касается приграничных и транзитных территорий, через которые на мероприятие прибывают болельщики из других стран), и также (3) на международном уровне (это касается разрешения, выдаваемого болельщику на

выезд за пределы своей страны). Тем не менее, стопроцентную безопасность сегодня не может гарантировать никто, и то, что турниры мирового уровня пока обходятся без масштабных терактов – во многом чистое везение. Террористы и просто преступники не стоят на месте – они разрабатывают новые методики и расширяют свои сети. Это чем-то похоже на гонку вооружений – по принципу «Кто кого на шаг опередит?». И конца этой гонке я пока не вижу – наши новейшие технические разработки, которые гарантировали безопасность буквально вчера, сегодня могут оказаться бесполезными, поскольку со стороны правонарушителей. Поэтому приходится постоянно разрабатывать средства защиты, которые должны быть актуальными в свете самых последних уровней риска.

SB: В течение трех десятилетий футбольные группировки из Англии «гремели» по всей Европе ввиду чрезвычайной активности на трибунах стадионов и за их пределами. Причем, на внутренних мат-

чах они вели себя достаточно сдержанно, но на выездах доставляли множество проблем соответствующим органам других государств. Россияне сегодня часто копируют английскую практику.

КУМ: Да, но английской модели «боления» больше не существует, и ICSS сделал для этого немало! Благодаря проделанной работе по борьбе с футбольным хулиганством в последние годы ФИФА практически не вспоминает о проблеме английских болельщиков. Сейчас все говорят о футбольном фанатизме в странах Восточной Европы: Чехии, России, Польше. А те же англичане после печальной известной трагедии на «Хиллсборо» 1989 года, когда погибли 96 болельщиков «Ливерпуля», сделали надлежащие выводы и заставили государство принять необходимые законодательные акты и меры для наведения порядка на трибунах. В стране, хоть и с большим опозданием, создана культура «боления», которая базируется на детально разработанной законодательной базе, касающейся вопросов безопасности и комфорта для зрителей и работы спецслужб. ■





РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ,
СПОРТА, МОЛОДЕЖИ И ТУРИЗМА

Лицензия на осуществление
образовательной деятельности
№1869 от 30.12.2015 г.
Серия 90Л01 №0008896.
Свидетельство о государственной
аккредитации №1802
от 30.03.2016 г.



Учитесь
побеждать
с нами

Приглашаем абитуриентов!

Подробная информация: по тел.: +7 (968) 946-54-03
на сайте: www.ee.sportedu.ru

НОВЫЕ ТРЕНДЫ УЛИЧНОГО СПОРТА

СПОРТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ СТРАНЫ В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ РАЗВЕРНУЛАСЬ В СТОРОНУ «НАРОДНЫХ МАСС» И СПОРТИВНОГО РЕЗЕРВА, ПОСКОЛЬКУ СО «ЗВЕЗДАМИ» У НАС НА ДАННОМ ЭТАПЕ ВСЕ В ОТНОСИТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ. ВАЖНЕЙШУЮ РОЛЬ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ МАССОВОГО СПОРТА ИГРАЮТ УЛИЧНЫЕ ПЛОЩАДКИ, ОДНИМ ИЗ ЛИДЕРОВ СТРОИТЕЛЬСТВА И ОБОРУДОВАНИЯ КОТОРЫХ ЗАНИМАЕТСЯ КОМПАНИЯ «ФОРМАТ СПОРТ».

Любительский спорт сегодня в фокусе внимания первых лиц государства и спортивных чиновников на местах. Президентские указы, изданные в мае прошлого года, недвусмысленно дают понять всю серьезность намерений увеличить вовлеченность россиян в спорт с сегодняшних 37% до 55% уже к 2024 году. Более того, в России сегодня активно развивается студенческий и уличный спорт, чего не наблюдалось еще 5 лет назад. Помочь любительскому спорту призваны активно строящиеся по всей стране уличные спортивные тренажерные площадки, занятия на которых абсолютно бесплатны, а следовательно – доступны для всех. Тем не менее,



нашим детям зачастую негде заниматься спортом. Речь идет не о мегаполисах (Москва, Санкт-Петербург, Казань и др.), где уже практически в каждом дворе есть универсальная спортивная площадка, а об остальных городах, селах и деревнях, жители которых

тоже хотят к чему-то стремиться и добиваться успехов.

Родители должны на собственном примере указать ребенку дорогу к здоровому образу жизни. Каждое учебное заведение должно быть обеспечено спортивными площадками, где дети могли бы приучаться к спорту.

Строящиеся спортивные площадки и устанавливаемое на них спортивное оборудование должно быть качественным, удовлетворять всем современным требованиям и обеспечивать безопасность детей и взрослых. Устанавливать следует только сертифицированное оборудование от надежных поставщиков, которое способно обеспечить долгий срок службы и безопасность использования. ■

ФОРМАТСПОРТ

РЕШАЕМ ВАШИ ЗАДАЧИ

152900, Ярославская обл., г. Рыбинск, ул. Луговая д. 7. +7 (4855) 960 42 29

www.sport-format.ru

МИКРОКЛИМАТ ЛЕДОВЫХ АРЕН И БАССЕЙНОВ

ЛЕДОВЫЕ АРЕНА И БАССЕЙНЫ – НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ В РОССИИ СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ, ИНЖЕНЕРНЫЕ СИСТЕМЫ КОТОРЫХ ДОЛЖНЫ ОБЕСПЕЧИВАТЬ МАКСИМАЛЬНЫЙ КОМФОРТ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ, МИНИМАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ ДЛЯ СОБСТВЕННИКА И АРЕНДАТОРОВ, УДОБСТВО В ЭКСПЛУАТАЦИИ. НАСКОЛЬКО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫ ОНИ ДЛЯ ИНВЕСТИТОРОВ?



Текст: Сергей БРЮЗГИН,
Руководитель отдела ОВиКВ
компании «Метрополис»



МАЛАЯ ЛЕДОВАЯ АРЕНА СТАДИОНА
«ДИНАМО»

Для каждого проекта разрабатывается своя стратегия конструирования инженерных систем на основе следующих факторов:

- назначение объекта (тренировочный либо многофункциональный комплекс, спортивная арена для проведения международных соревнований и т.п.);
- география расположения объекта;
- условия подключения к системам энергоснабжения;
- инвестиционные факторы;
- исторические предпосылки (для реконструируемых объектов).

ОПЫТ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Наша компания выполняла проекты ледовых арен и бассейнов различного назначения:

- Многофункциональный зал малой ледовой ВТБ Арены-Центрального стадиона «Динамо» имени Льва Яшина (вместает 14 000 зрителей);
- Крытый каток Москомспорта на Мичуринском проспекте (вместимость трибун – до 300 человек);

- Многофункциональный плавательный центр «Лужники»;
- ФОК с аквапарком на Борисовских Прудах в зоне природного комплекса «Царицыно» и другие объекты.

МИКРОКЛИМАТ ЛЕДОВЫХ АРЕН

Главная функция инженерных систем ледовых арен заключается в поддержании температурно-влажностного режима зоны ледового поля, зоны пребывания зрителей и нормальной эксплуатации строительных конструкций.

Одной из основных проблем в залах ледовых арен является избыточная влажность воздуха над поверхностью ледовой площадки с температурой поверхности льда -5°C , что приводит к образованию тумана.

Также стоит уделить особое внимание ограждающим конструкциям ледовой арены и смежным с ней помещениям. Такие конструкции под воздействием лучистого (радиационного) охлаждения могут принимать значения температур ниже темпера-

туры точки росы, и на их поверхности может выпасть конденсат. Именно по этой причине лучшим отделочным материалом для кровли ледовой арены является изоляционный материал с поверхностью из алюминиевой фольги с коэффициентом поглощения 0.1. Окраска поверхностей светлыми тонами также достаточно эффективна. Например, листовая сталь, окрашенная белой краской, имеет коэффициент поглощения 0.45.

Борьба с влагопоступлениями может осуществляться двумя основными способами:

- конденсационный процесс (охлаждение воздуха до температуры конденсации);
- адсорбционный процесс (воздух проходит через материал, адсорбирующий влагу).

В своих проектах для теплого периода мы применяем комбинированную систему влагоудаления: наружный воздух предварительно охлаждается до температуры $10-12^{\circ}\text{C}$ (обычно применяется холодоноситель с параметрами $4/9^{\circ}\text{C}$), далее этот воздух поступает в адсорбционный осушитель, в котором происходит окончательная осушка воздуха до требуемых параметров влагосодержания.

БАССЕЙНЫ

Также как и для ледовых арен, основной проблемой помещений бассейнов является избыточная влажность воздуха – источник дискомфорта для посетителей и причина преждевременного износа строительных конструкций. Еще одной проблемой является «парение» выбросов от



МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР «ЛУЖНИКИ»

вытяжных установок обслуживающих помещений бассейна.

Для ассимиляции влагоизбытков в бассейнах используют следующие основные типы воздухообрабатывающих агрегатов:

- вентиляционные установки с рециркуляцией;
- энергоэффективные вентиляционные установки для бассейнов, в состав которых встроены испаритель и конденсатор с возможностью осушения и нагрева воздуха;
- энергоэффективные вентиляционные установки для бассейнов с противоточным пластинчатым теплообменником.

В своих проектах мы применяем все перечисленные выше типы установок в зависимости от конкретных проектных условий и требований Заказчика.

НОРМЫ ВОЗДУХООБМЕНА

Нормы воздухообмена наружного воздуха на человека как для ледовых

арен, так и для бассейнов можно считать практически идентичными.

Так, на примере расчета ледовой арены, в соответствии с нормативами, достаточной нормой наружного воздуха на ледовых аренах является $80\text{ м}^3/\text{ч}$ наружного воздуха на одного спортсмена и $20\text{ м}^3/\text{ч}$ на одного зрителя. При этом в крупных городах концентрация CO_2 в наружном воздухе составляет порядка $400-500\text{ мг}/\text{м}^3$. Предельно допустимая концентрация CO_2 для помещения составляет $1\,250\text{ мг}/\text{м}^3$. Взрослый человек средней комплекции в состоянии покоя выделяет CO_2 примерно $15-23\text{ л}/\text{час}$. Рассчитывая минимальный расход воздуха на человека, исходя из ассимиляции CO_2 , мы получим расход наружного воздуха не $20\text{ м}^3/\text{ч}$, а $40\text{ м}^3/\text{ч}$.

Еще одной проблемой в борьбе с CO_2 является то, что его плотность составляет $1.98\text{ кг}/\text{м}^3$, а плотность воздуха – $1.2\text{ кг}/\text{м}^3$. Иными словами, CO_2 тяжелее воздуха, и в помещениях

с высокой концентрацией углекислого газа большая его часть будет находиться внизу помещения – в зоне нахождения человека. Чаще всего приточные и вытяжные вентиляционные устройства располагаются в верхней зоне помещения, при этом помещение ледовой арены имеет большую высоту. В совокупности эти факторы приводят к тому, что CO_2 с трудом удаляется из помещения.

На основании опыта нашими специалистами были сделаны следующие выводы:

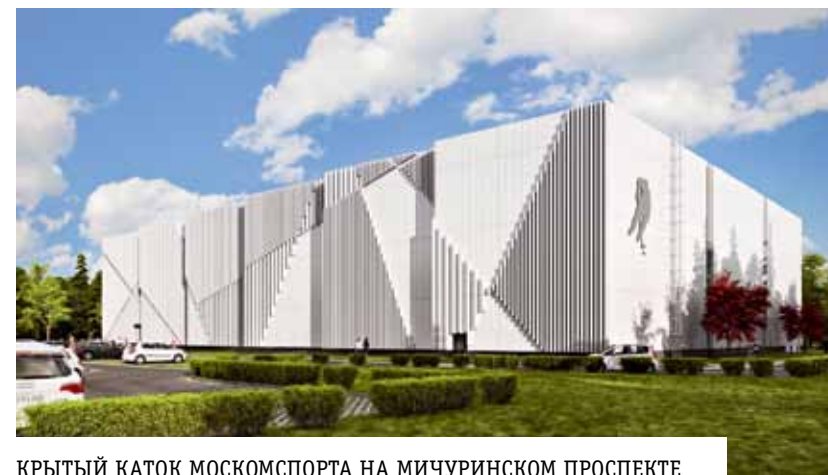
- проблема повышенной температуры и влажности воздуха в области ледового поля с большой долей вероятности связана с опусканием воздушной массы, обогащенной CO_2 , с трибун в зону ледового поля. При этом воздушная масса имеет повышенную температуру и повышенное содержание влаги;
- схему подачи и удаления воздуха сверху-вверх (даже при использовании сопловых воздухораспределителей) необходимо проверять с помощью CFD-моделирования в каждом конкретном случае.

Для оптимизации проектных решений, специалисты нашей компании проводят CFD-моделирование термодинамического состояния воздушной среды исследуемых помещений. Это позволяет оценить правильность принятых архитектурных и инженерных решений, а также внести необходимые доработки на этапе раннего проектирования, что позволяет избежать ошибок, сэкономить средства Заказчика, сократить время проектирования и наладки инженерных систем.

ВМ-ТЕХНОЛОГИИ

Ввиду насыщенности современных проектируемых объектов инженерными системами, единственно возможным способом выполнить работу с должным качеством и в кратчайшие сроки является выполнение проекта при помощи BIM-технологий.

Наша компания выполняет свои проекты на платформе Revit, которая позволяет быстро получить данные для CFD-моделирования. BIM-модель на этапе строительства снижает сроки и стоимость монтажных работ, а на этапе эксплуатации – заменяет архив проектной документации. ■



КРЫТЫЙ КАТОК МОСКОМСПОРТА НА МИЧУРИНСКОМ ПРОСПЕКТЕ

СТРОИТЕЛЬСТВО С «ЗЕЛЕНЫМ» ОТТЕНКОМ



ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ, ПОСТРОЕННЫХ ПО МИРОВЫМ ЭКОЛОГИЧЕСКИМ СТАНДАРТАМ, В РОССИИ КАТАСТРОФИЧЕСКИ МАЛО. И СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ – НЕ ИСКЛЮЧЕНИЕ. ОДНАКО ДЕВЕЛОПЕРЫ-ЭНТУЗИАСТЫ «ЗЕЛЕНОГО» СТРОИТЕЛЬСТВА УВЕРЕНЫ В ТОМ, ЧТО КЛИЕНТЫ УЖЕ СОЗРЕЛИ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ПЛАТИТЬ БОНУС ЗА ЭКОЛОГИЮ. РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО БОНУС ЭТОТ НЕ ПРЕВЫШАЕТ 7%. ТАКИМ ОБРАЗОМ, «ЗЕЛЕННЫЕ» ТЕХНОЛОГИИ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ УВЕЛИЧИВАЮТ СЕБЕСТОИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА, ЗАТО ПРИНОСЯТ СУЩЕСТВЕННУЮ ЭКОНОМИЮ НА СТАДИИ ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТА.

Экологического строительства в России в полном смысле этого слова явно недостаточно. Тем не менее, российские девелоперы пытаются активно осваивать это направление. Например, в ходе строительства футбольных стадионов в рамках подготовки к ЧМ-2018 экологическая составляющая ощущалась довольно отчетливо. Тем не менее, соучредитель Совета по экологическому строительству в России (RuGBC) Алексей Поляков отмечает, что в данный момент в стране существует всего три проекта, сертифицированных по британскому стандарту BREEAM. А единственный проект, номинировавшийся на сертификат по американскому стандарту LEED, так его в итоге и не получил. Большинство проектов, заявленных как «зеленые», таковыми на деле не являются. Между тем, в западных странах «зеленая» сертификация – вполне привычная практика. Более того, инвестиции в экологические технологии в большинстве случаев эквивалентны затратам на стандартное строительство.



**АЛЕКСЕЙ ПОЛЯКОВ,
СОУЧРЕДИТЕЛЬ СОВЕТА
ПО ЭКОЛОГИЧЕСКОМУ
СТРОИТЕЛЬСТВУ
В РОССИИ (RUGBC)**

«Как показывает опыт, строительство «зеленого» объекта в России обходится примерно на 5-7% дороже, чем обычно. А в мире за счет правильного подхода разница в цене практически отсутствует. Однако с учетом дальнейшей экономии на эксплуатационных затратах «зеленая» игра стоит свеч, – отметил Алексей Поляков в интервью нашему журналу в декабре прошлого года.



**МАРИЯ МОГИЛЕВЦЕВА-ГОЛОВИНА,
ДИРЕКТОР ПО ПРОИЗВОДСТВУ
ДЕВЕЛОПЕРСКОЙ ГРУППЫ
«СИТИ – XXI ВЕК»**

СУТЬ ВОПРОСА

Что же такое экологическое строительство? Это рациональное использование ограниченных природных ресурсов, минимизация негативного воздействия на окружающую среду, здоровье, комфорт и безопасность тех, кто живет в экологических зданиях. От экологического строительства можно перейти к устойчивому развитию, и тогда возникает единство экологических, экономических и социальных аспектов.

Директор по производству девелоперской группы «Сити – XXI век» Мария Могилевцева-Головина согласна с мнением Алексея Полякова. В проектах, которые компания сертифицирует по «зеленым» стандартам, дополнительных затрат практически нет, утверждает она. Изначально при проектировании объектов в BIM-модель заложены экотехнологии, что в итоге при переносе с бумаги на реальную стройплощадку позволяют минимизировать

расходы. Зато использование «зеленых» технологий позволяет девелоперам увеличивать стоимость объектов: Мария Могилевцева-Головина считает, что покупатели готовы платить за это. Более того, добавленная стоимость экологических зданий позволяет экономить на их дальнейшей эксплуатации в среднем до 25% в год. Иными словами, на шестой-седьмой год покупатель начнет ощущать это на своем кошельке.

ТРИ ИСТОЧНИКА, ТРИ СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ

Председатель совета директоров компании «БЕСТ-Новострой» Ирина Доброхотова обращает внимание на статистические данные, согласно которым при выборе того или иного объекта строительства заказчики не в последнюю очередь обращают внимание на экологическую составляющую проекта. Бюджет строительства – важный, но далеко не самый определяющий критерий. Оценивается также локация спортивного объекта, и в обязательном порядке учитывается наличие рядом зеленых насаждений. Также будущие владельцы спортивной недвижимости обращают внимание на качество проекта в целом и используемые в нем технологии и материалы – в частности.

Главная задача регуляторов рынка сегодня заключается в том, чтобы дать максимально «зеленый» свет каждому, кто в своей деятельности ориентируется на не менее «зеленые» стандарты. И «10 золотых правил экологического строительства» в этом почетном деле пригодятся как нельзя кстати (напомним, что именно за статью «10 ЗАПО-

ВЕДЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СТРОИТЕЛЬСТВА» журнал Sport Build в октябре прошлого года получил специальную премию PROESTATE MEDIA AWARDS в номинации «Лучшая работа по освещению новых технологий в строительстве»).

Понятие «экологическое строительство» базируется на трех важнейших аспектах. Прежде всего, это философия проектирования, которая направлена на то, чтобы рационально использовать ограниченные природные ресурсы. Говоря о таких ресурсах, мы имеем в виду человеческий капитал, земельные участки, энергию, воду и строительные материалы. Второй аспект касается защиты окружающей среды. Здесь речь идет о минимизации негативного воздействия людей, зданий и промышленности на окружающую нас природу. Главным образом, это выбросы CO₂ и парниковых газов в атмосферу.

Наконец, третий аспект экологического строительства подразумевает здоровье и максимальный комфорт самих людей, которые живут и работают в наших городах.

Обозначенные три аспекта действуют в течение всего жизненного цикла каждого здания и сооружения – начиная с идеи, этапов проектирования, строительства, реконструкции и эксплуатации, и заканчивая сносом объекта и утилизацией оставшихся от него строительных отходов. На любом из этих этапов необходимо помнить о том, чтобы минимизировать негативное воздействие на окружающую среду, рационально использовать ресурсы и при этом реально заботиться о здоровье и комфорте людей. ■

**В «ЗЕЛЕННЫХ» ПРОЕКТАХ
НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЗАТРАТ**



КОНТРОЛЬ ДОСТУПА И РОСТ ПОСЕЩАЕМОСТИ

БЛАГОДАРЯ ПРОВЕДЕННОМУ В РОССИИ ЧМ-2018 УРОВЕНЬ СЕРВИСА И БЕЗОПАСНОСТИ СИСТЕМ КОНТРОЛЯ ДОСТУПА НА СПОРТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ ПОДНЯЛСЯ НА ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВЫЙ УРОВЕНЬ. ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ ЗНАЧИТЕЛЬНО УВЕЛИЧИЛО ПРИБЫЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА САМИХ ОБЪЕКТОВ, А АКТИВНОЕ ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ – ОДНА ИЗ ГЛАВНЫХ ПРИЧИН НАМЕТИВШЕГОСЯ РОСТА ПОСЕЩАЕМОСТИ РОССИЙСКИХ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ – ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ЭТО КАСАЕТСЯ ФУТБОЛА И ХОККЕЯ.

Индустрия спорта напоминает механизм, работа которого зависит от множества важных факторов. Одним из них в последние годы стало наличие на объекте автоматизированных систем контроля доступа (СКД). Крайне непросто обеспечить полный контроль всех систем на таком технологически сложном объекте, как стадион. Это возможно лишь при комплексном подходе к решению проблемы. Наиболее сложным процессом является так называемое «отслеживание логистики» – прежде всего, перемещение посетителей и машин на парковке. Каким образом эта проблема решается, каким оборудованием должен быть оснащен современный спортивный объект? Ответы на эти вопросы, по сути, лежат на поверхности – по крайней мере, так считают специалисты компании SKIDATA.

ИНТЕГРАЦИЯ ДОСТУПА

Современное спортивное сооружение – это не только арена с полем и зрительскими трибунами. Прежде всего, это объект с большим количеством элементов инфраструктуры. Для полноценного контроля потоков посетителей и

автотранспорта на территории спортивного объекта необходима безупречная работа систем контроля доступа – это касается и транспорта, и болельщиков. Необходимо также учитывать работу систем не только в момент проведения события, но и в повседневном «пассивном» режиме. Причем, делать это надо таким образом, чтобы доступ посетителей и автотранспорта был быстрым и безопасным. Крайне важно, чтобы системы управления доступом на парковку и на стадион были интегрированы между собой. Подобный комплексный подход позволяет гибко управлять доступом как на прилегающие территории, так и в чашу стадиона. Например, такая интеграция возможна в системах SKIDATA – доступ людей контролируется при помощи специального оборудования и программного обеспечения.

Тот же паркинг работает в различных режимах – во время футбольного матча можно пропускать на парковку стадиона исключительно владельцев автомобилей, которые заранее приобрели комплексный билет и на паркинг, и на футбол.

ФУТБОЛЬНЫЙ ЧЕМПИОН

Компанию SKIDATA в спортивной индустрии нередко называют футбольным чемпионом. Компания родом из Зальцбурга уже давно зарекомендовала себя как лидер рынка в сегменте стадионов. 200 футбольных стадионов более чем в 20 странах мира ориентируются именно на решения SKIDATA. Среди клиентов компании Allianz Arena (Мюнхен, Германия), Celtic Park (Глазго, Шотландия), Parc des Princes (Париж, Франция), Juventus (Турин, Италия), Estádio do Dragão (Порто, Португалия), St. Jakob-Park (Базель, Швейцария), Pepsi Arena (Варшава, Польша), не говоря уже о московских стадионах «ВЭБ Арена», «Открытие Арена» и «РЖД Арена». Большинство стадионов Евро-2004 в Португалии и ЧМ-2006 в Германии доверили контроль доступа системам SKIDATA – и это было только «начало большого пути». Сегодня почти половина всех футбольных болельщиков Европы проходит через турникеты SKIDATA. Кроме того, все московские футбольные площадки во время прошедшего ЧМ-2018 были оснащены

системами управления доступом SKIDATA: от тренировочных полей до стадиона Лужники, где проводились официальные церемонии открытия и закрытия мундиала.

БЕЗ СБОЕВ

Во избежание нештатных ситуаций на спортивном объекте система контроля доступа должна работать без сбоев. В целом, система доступа – это сложный механизм, состоящий из нескольких компонентов, включая периферийное оборудование (турникеты/шлагбаумы со считывателями), программное обеспечение. Немаловажным фактором является и удобная система продаж – клиент должен иметь возможность выбора: с какими билетными системами ему удобно работать. Именно поэтому у компании SKIDATA разработана система, которую можно интегрировать практически с любой существующей билетной системой. Например, на сегодняшний день более 130 билетных систем интегрированы с системой SKIDATA. На российском рынке компания также работает с ключевыми поставщиками билетных систем.

Еще один важный момент заключается в том, что система должна быть надежной – и «софт», и «железо» должны обеспечивать стабильную работу в любых условиях. Системы SKIDATA отличаются стабильной работой ПО, а турникеты имеют высокую степень защиты как от вандализма, так и от неблагоприятных погодных условий. Во время проведения футбольных матчей важно не только техническое совершенство продуктов, которые обеспечивают безопасность контроля доступа, но и маркетинговые возможности системы, а также дополнительные услуги, которые организатор может предложить своим клиентам – болельщикам. Оба аспекта SKIDATA старается развивать равномерно – более 200 сотрудников занимаются разработкой и продвижением продуктов, благодаря чему компания в состоянии не только реагировать на потребности рынка, но и задавать тренды.

НА ШАГ ВПЕРЕДИ РЫНКА

Домашний стадион знаменитого футбольного клуба «Бавария» Мюнхен – Allianz Arena – первый спортивно-развлекательный комплекс Германии, предоставивший посетителям возможность

удобного и быстрого бесконтактного доступа на арену с помощью iPhone и Apple Watch. Это значит, что зрителям больше не нужно искать билеты в карманах и бумажниках и даже не придется использовать цифровые кошельки. Поиск билетов в карманах и мобильных приложениях остался в прошлом – теперь вход осуществляется на основании бесконтактного доступа. Попасть на стадион можно быстро и легко: достаточно поднести iPhone или Apple Watch к считывающему устройству SKIDATA NFC. «Мы стремимся всегда быть на шаг впереди рынка, – отмечает Хьюго Ронер, генеральный директор компании SKIDATA. – Нашим главным преимуществом является способность предоставлять не только аппаратное, но и программное обеспечение с учетом индивидуальных потребностей клиента, включая систему безопасной доставки билетов. Мы предоставляем универсальный комплекс. На сегодняшний день 85% зрителей используют бумажные входные билеты. Таким образом, доля электронных билетов составляет 15%. Но в ближайшие несколько лет все изменится. Поверьте моим словам!». ■



ЦИФРОВИЗАЦИЯ СПОРТА ЗА 10 ЛЕТ:

РЕАЛЬНО ЛИ ЭТО?

1 2 3 4 5 6 7

СПОРТ

В СЕРЕДИНЕ 2017 ГОДА БЫЛА ПРИНЯТА ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА РФ», В ОБИХОДЕ ВСЕ ЧАЩЕ СТАЛИ ИСПОЛЬЗОВАТЬ СЛОВА «ОЦИФРОВАТЬ», «ЦИФРОВИЗАЦИЯ», «ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ». РЕГУЛЯРНО СТАЛИ ПРОХОДИТЬ ФОРУМЫ И КОНФЕРЕНЦИИ НА ЭТУ ТЕМУ. НАСКОЛЬКО ДАННЫЙ ТРЕНД СПОСОБЕН ИЗМЕНИТЬ РОССИЙСКУЮ СПОРТИВНУЮ ИНДУСТРИЮ, И КОГДА ЭТО МОЖЕТ ПРОИЗОЙТИ?

8 9 10

Текст: Иван РЫНДИН,
Sportand.me

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ
Понятие «цифровая трансформация» включает целый комплекс преобразований самой организации, изменение бизнес-моделей, принципов ее работы и бизнес-культуры на основе технологических новшеств и решений. Примером цифровой трансформации целой отрасли может служить Uber и последовавшая за ним целая плеяда организаций, которая на рынке такси стала по-новому определять как саму услугу, так и способ ее предоставления. Цифровая трансформация – это не только экономика, а глобальное явление, которое влияет на всю нашу жизнь. Она затрагивает государственное управление, задает новые методы ведения бизнеса и меняет наши повседневные практики, будь то поход за покупками, оформление документов или проведение досуга.



ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ – ЭТО НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИКА, А ГЛОБАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ, КОТОРОЕ ВЛИЯЕТ НА ВСЮ НАШУ ЖИЗНЬ

То есть, в отличие от цифровизации, это не только экономия, технологии, ИТ-директор, покупка и внедрение программного обеспечения. Аналитики MIT Sloan Management Review определили три ключевых направления цифровой трансформации: клиентский опыт, операционные процессы и бизнес-модели. Воспользуемся этим структурированным подходом и наложим ее на российскую спортивную индустрию.

0,8% ВВП

По данным Росстата деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений составляет около 0,8% ВВП страны. Доля спортивной отрасли внутри данного сегмента составляет примерно 30% от этой и так относительно небольшой цифры. Это значит, что с точки зрения государства внимание к спортивной отрасли как объекту эффективного управления стоит далеко не на первом месте. Для сравнения, в развитых странах доля спорта в ВВП может достигать 3%, то есть почти в

10 раз больше! Да и сами цифровые технологии как инструмент трансформации экономики был замечен Правительством только после того, как внезапно, в 2017 году, оказалось, что доля цифровой экономики в ВВП России составляет целых 4%. Да, это в несколько раз ниже, чем у стран-лидеров – например США, Сингапура или Израиля. Но объем этого рынка будет существенно расти, по мнению компании McKinsey, которая выпустила отчет «Цифровая Россия: новая реальность». По оценке аналитиков, цифровизация обеспечит от 19% до 34% роста ВВП России, а сама доля цифровой экономики может составить 8–10% ВВП.

МУЛЬТИКАНАЛЬНОСТЬ

Понятно, что цифровая трансформация спорта неизбежна – это лишь вопрос времени. Однако к ней необходимо быть готовым ментально, организационно и финансово. Большинство спортивных организаций давно обратили внимание на социальные сети как относительно



ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ СПОРТА СОСТАВЛЯЕТ 0,8% ВВП СТРАНЫ



недорогой инструмент сбора аудитории, анализа профилей клиентов и коммуникации для повышения уровня лояльности. Через соцсети спортивные клубы продвигают себя, федерации сообщают о последних новостях, пытаются активировать спонсорские контракты, школы и агентства продвигают свои бренды. Получается это у всех с разной степенью качества – поддержка мультиканальности требует времени и денег, поэтому полноценно работают со соцсетями только те организации, которые могут обосновать для себя приличный бюджет – это профессиональные футбольные, хоккейные и баскетбольные клубы.

В последние два года это направление деятельности спортивных федераций, футбольных и хоккейных клубов оценивается проектом Digital Sports Rating, который и показывает тот самый цифровой разрыв, о котором говорит Правительство, подчеркивая дисбаланс между регионами страны.

Коммерчески успешные клубы и федерации существенно превосходят тех, кто живет в доцифровую эпоху. При этом разрыв между нашей страной и крупнейшими клубами мира

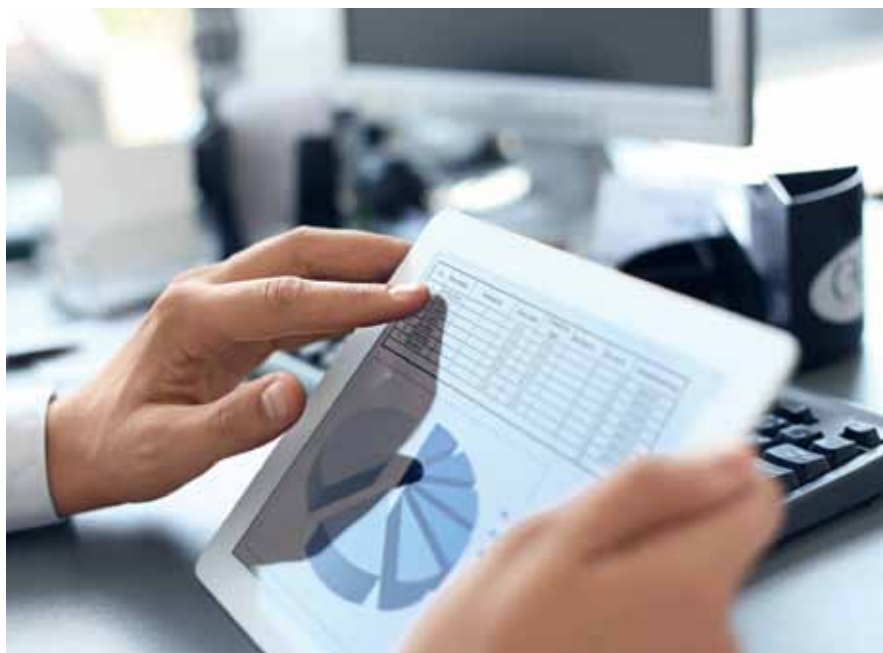


ТРИ КЛЮЧЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ, ОПЕРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ

ВНИМАНИЕ ГОСУДАРСТВА К СПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ КАК ОБЪЕКТУ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СТОИТ ДАЛЕКО НЕ НА ПЕРВОМ МЕСТЕ



ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБЕСПЕЧИТ ОТ 19% ДО 34% РОСТА ВВП РОССИИ, А САМА ДОЛЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ МОЖЕТ СОСТАВИТЬ 8–10% ВВП



просто колоссальный. Совокупная аудитория в 2018 году по всем социальным сетям 215 спортивных федераций и клубов России составила 27 миллионов подписчиков. Для сравнения – только у одного ФК «Барселона» и только в Instagram более 62 млн подписчиков, а у «Челси» – 47 млн в Facebook.

МЕДИАРЕСУРСЫ

Кое-где используются цифровые решения по продаже билетов и CRM для управления взаимоотношениями с клиентами. Вместе с тем, пока рано говорить о том, что у большинства спортивных организаций в стране имеется внятная стратегия по поводу использования цифровых технологий. Ситуация гораздо лучше в частных компаниях, где собственники считают каждую копейку, контролируют средний менеджмент и заинтересованы в результате. Но пока таких компаний в спортивной индустрии – меньшинство.

Глобальных продуктов у федерации или клуба два – это спортивные результаты и информация в разных ее проявлениях (тексты, видео, фотографии, новости, посты в соцсетях). То есть, клуб, помимо общепринятой спортивной функции, является также и медиакомпанией со всеми вытекающими последствиями. Это уже поняли крупнейшие мировые футбольные клубы и глобальные бренды. Сегодня

спонсорское взаимодействие идет не только на уровне логотипа в теле-трансляции, а полным ходом задействованы собственные медиаресурсы спортивных организаций. И правильно: зачем отдавать все медиадоходы кому-то, если можно параллельно продавать собственный продукт? Процесс идет не слишком быстро и пока затрагивает только крупнейшие федерации и клубы с огромными аудиториями, но тренд очевиден, в том числе и в России.

СРАЩИВАНИЕ ФИЗИЧЕСКОГО И ВИРТУАЛЬНОГО МИРОВ

С каждым годом становится все более очевидным тот факт, что компании, которые не меняют подход в своей работе и процессах в сторону цифровизации, обречены на вымирание. Для кого-то это будет быстро, кто-то будет мучительно держаться еще какое-то время на плаву за счет государственной поддержки. С точки зрения спорта процесс коммуникации с болельщиками, работа в медийном пространстве, формирование новых цифровых продуктов вокруг традиционных – это именно тот путь, на котором сейчас находятся крупнейшие мировые клубы и федерации.

Традиционный бизнес трансформируется. Например, компании-производители спортивной одежды покупают технологические стартапы,

начинают продавать цифровые решения и устройства, предлагают информационные продукты для тех, кто является потребителем их традиционной продукции. Меняются бизнес-модели, услуги продаются мультиканально и количество каналов продолжает расти.

Происходит сращивание физического и виртуального миров, что влияет и будет влиять на спортивную отрасль.

С одной стороны, в глобальной экономике присутствует понимание спорта как индустрии развлечений и бизнеса, а с другой – в России спортивные федерации своей целью ставят получение медалей на международных соревнованиях любой ценой, зарабатывая политические очки на международной арене. С какой целью, существуют футбольные, хоккейные, баскетбольные и прочие клубы в регионах, часто непонятно даже самим клубам. Как инструмент снятия социальной напряженности в регионе? Как возможность дать работу и заработок узкому кругу специалистов? Спортивные организации в России даже не являются полноценной частью экономической цепочки, а существуют в собственном коконе. Однако молодое поколение просто голосует рублем и вниманием, вернее его отсутствием к спорту, чем все дальше загоняет клубы и федерации



ПРОИСХОДИТ СРАЩИВАНИЕ ФИЗИЧЕСКОГО И ВИРТУАЛЬНОГО МИРОВ



в кокон решения сугубо государственных задач – причем, поставленных без конкретики, чтобы спросить было не за что. Поэтому говорить о том, что российский спорт трансформируется в сторону цифровизации, рассматривая себя как развивающийся экономический субъект, умеющий зарабатывать деньги на конкурентном рынке, в настоящий момент не приходится.

ПОЧЕМУ НИЧЕГО НЕ ПРОИСХОДИТ?

Руководство федераций и клубов, финансируемых государством, не заинтересовано в изменениях. Их основной клиент – не болельщик, от которого лишняя головная боль: их много, за ними нужно бегать, привлекать. А получить субсидию, грант, целевое финансирование – гораздо проще. Цели у федераций две: в профессиональном спорте – достичь максимального результата на международном уровне и обеспечить массовость. Силы и деньги обычно кончатся на первой глобальной задаче. Это связано с тем, что большинство руководителей – бывшие профессиональные спортсмены, которые знают свой спорт изнутри лучше всего именно в части подготовки профессионалов и достижения результата – медалей.

Еще одна особенность России – отношение к предпринимательству. В большинстве стран мира предпринимательство – двигатель всех отраслей экономики, источник энергии, позитивных преобразований. Спорт здесь – не исключение. В России же предприниматель, при всем материальном мышлении нынешнего поколения, считается фигурой с негативным оттенком, изначально схожим с мошенником, несправедливо получающим большой доход. Это мышление все еще доминирует в спортивной среде, накладывает на бюрократические процедуры госуправления спортом и приводит к тому, что тормозится большое количество интересных идей, возможных государственно-частных партнерств.

Соревнования продолжают проходить, государственные деньги продолжают тратиться, но даже простейшего учета спортсменов в электронном виде не ведет ни одна организация, ответственная за свой вид спорта.



РОССИЙСКИЙ СПОРТ НЕ РАССМАТРИВАЕТ СЕБЯ КАК РАЗВИВАЮЩИЙСЯ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СУБЪЕКТ, УМЕЮЩИЙ ЗАРАБАТЫВАТЬ

Выводы здесь может каждый сделать сам, можно ли сейчас говорить о цифровой трансформации в спорте и насколько велико желание что-либо менять?

ЧТО ИЗМЕНИТ РОССИЙСКИЙ СПОРТ?

Однако не будем посыпать голову пеплом и представим, что есть спортивная организация – федерация, лига, клуб, школа или объект инфраструктуры, которой посчастливилось иметь прогрессивного руководителя. Этот руководитель понимает цели, хочет зарабатывать, а не получать, видит, что цифровая трансформация неизбежна и каждый день получает подтверждение этому из новостей про другие, менее консервативные отрасли.

ТЕХНОЛОГИИ

Сами по себе технологии не хороши и не плохи. Вопрос грамотного их применения как потенциально полезного инструмента выходит на первый план. Тут можно выделить два слоя технологий, которые влияют на спортивную отрасль: интернет вещей и интеграция живого/цифрового. Это дополненная реальность, роботы для тренировок, датчики, умные мячи и т.д. Этот слой технологий влияет на подготовку спортсменов и повышение спортивных результатов. Чем дальше, тем больше будет повышаться значимость технологий, так как в большинстве видов профессиональ-

ного спорта человек приближается к границе своих физических возможностей. Технологии могут эти границы расширить.

Медиа и информационный слой. Как пример, уже всерьез идет обсуждение того, что роботы-журналисты к 2030 году будут писать 90% новостей и только 10% останутся для наиболее талантливых и креативных авторов.

Какие варианты развития событий возможны? Что необходимо сделать для качественных изменений? На мой взгляд, одним из возможных вариантов является следующий: на уровне организаций ввести новую должность – менеджер по цифровой трансформации (Chief Digital Officer), описать бизнес-процессы с учетом ключевых показателей эффективности и использования цифровых технологий, разработать стратегию изменения бизнес-процессов и пошаговый план внедрения изменений (ключевые направления и пилотные проекты).

Проблемная зона – недостаток профессиональных менеджеров, готовых взять на себя ответственность за преобразования. Спортивная отрасль достаточно закрыта, а руководителями спортивных организаций продолжают становиться бывшие спортсмены или судьи, а не управленцы с необходимыми компетенциями (в первую очередь, речь идет о компаниях с государственным участием). ■

15-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА МИР КЛИМАТА 2019

Системы кондиционирования и вентиляции, отопление, промышленный и коммерческий холод



ГЛАВНОЕ ОТРАСЛЕВОЕ
СОБЫТИЕ ГОДА*

МИР
КЛИМАТА

Бесконечный МИР
технологий КЛИМАТА

ждем Вас
на нашей выставке!

16+

www.climatexpo.ru

4-7 марта 2019

Москва, ЦВК «Экспоцентр»



ХОККЕЙ

В РОССИИ БОЛЬШЕ,
ЧЕМ ХОККЕЙ!

АРМИЯ ХОККЕЙНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ В РОССИИ НАСЧИТЫВАЕТ 57 МЛН ЧЕЛОВЕК, ЧТО НЕНАМНОГО УСТУПАЕТ ФУТБОЛЬНОЙ АУДИТОРИИ. В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ ЦИФРА ЭТА ВПЕЧАТЛЯЕТ. ИМЕННО ПОЭТОМУ ХОККЕЙ В НАШЕЙ СТРАНЕ НАЗЫВАЮТ ДАЖЕ НЕ «СПОРТОМ №2», А «СПОРТОМ №1,5». И, КОНЕЧНО ЖЕ, ДОСТИЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ХОККЕЯ С ШАЙБОЙ ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫШЕ, ЧЕМ У ФУТБОЛИСТОВ.

ПОНЯТИЕ «СБОРНАЯ ПО ХОККЕЮ» АССОЦИИРУЕТСЯ У РОССИЯН СО СЛОВАМИ УСПЕХ (71%), ТРАДИЦИИ (55%) И «КРАСНАЯ МАШИНА» (46%)



Хоккей остается одним из самых популярных видов спорта в России – причем, уровень вовлеченности в игру в нашей стране – один из самых высоких в мире. Аналитики Nielsen Sports провели исследование аудитории хоккея в России, чтобы узнать больше о специфике болельщиков, их образе жизни и отношении к спонсорству.

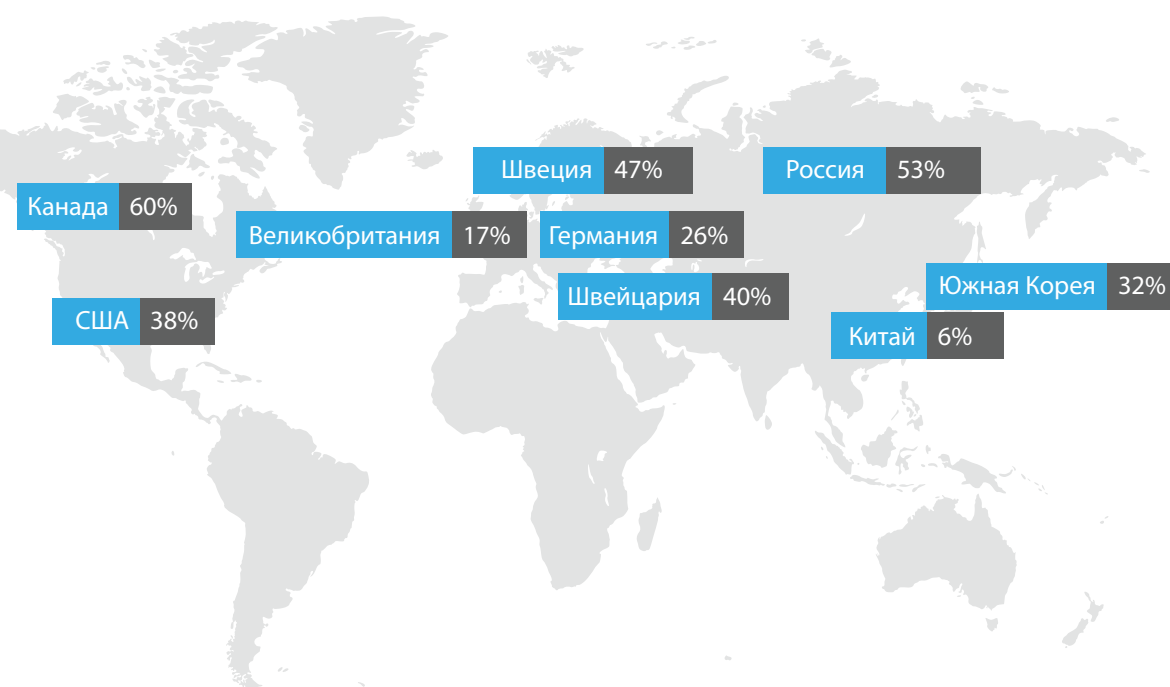
Аудитория хоккея в России насчитывает 57 млн человек (или 57% взрослого населения) – это те, кто «интересуется» или «очень интересуется» этим видом спорта. При этом наивысший уровень заинтересованности высказали 26 млн россиян (26% опрошенных) – их можно считать активными хоккейными болельщиками. В целом, потенциал аудитории хоккея в России составляет 83,3 млн человек (83%) – именно столь-

ко россиян интересуются хоккеем и следят за хоккейными новостями.

«КРАСНАЯ МАШИНА»

Хоккей как вид спорта у большинства россиян ассоциируется со сборной России: аудитория национальной сборной по хоккею сопоставима с аудиторией хоккея в целом и составляет 80 млн человек. При этом 83% россиян гордятся достижениями российского и

ИНТЕРЕС К ХОККЕЮ В РОССИИ – ОДИН ИЗ САМЫХ ВЫСОКИХ В МИРЕ



ПРОЦЕНТ РЕСПОНДЕНТОВ,
ОТВЕТИВШИХ, ЧТО ХОККЕЙ ИХ «ИНТЕРЕСУЕТ»
ЛИБО «ОЧЕНЬ ИНТЕРЕСУЕТ»



советского хоккея, а понятие «сборная по хоккею» ассоциируется у россиян со словами успех (71%), традиции (55%) и «Красная машина» (46%).

У подавляющего большинства болельщиков во время просмотра игр пробуждаются положительные эмоции, при этом они всегда остаются верны команде (98%), даже если она сыграла плохо. Наиболее часто у россиян ассоциируются с командой такие характеристики, как «вдохновляющая», «зрелищная», «увлекательная» и «сильная духом».

ПОРТРЕТ БОЛЕЛЬЩИКА

Большую долю болельщиков составляют мужчины и женщины в возрасте от 30 до 49 лет (41%) со средним и высоким уровнем доходов (67%). Более половины из них женаты или замужем. По статистике, хоккеем интересуются 45% российских женщин и 55% мужчин. Большинство из них следит за хоккеем по телевизору (75%), 89% – чрез интернет, а 71% предпочитает социальные сети.

Среднестатистический болельщик хоккейной сборной – социально активный человек, который чаще, чем средний житель России, посещает концерты, музыкальные мероприятия, бары и клубы (отклонение от среднероссийских значений порядка 10%). Он также увлечен спортом: посещает фитнес-клубы, спортивные занятия и участвует в спортивных активностях (отклонение от среднероссийских значений 12% и 27% соответственно).

МЕДИАКАНАЛЫ И СПОНСОРСТВО

Для получения новостей о хоккее его поклонники чаще всего используют ТВ (70%), ищут новости в интернете (54%) и социальных сетях (53%). С другой стороны, болельщики национальной сборной страны в большей степени, чем аудитория хоккея в среднем, интересуются спортивными газетами, используют хоккейные приложения и посещают спортивные интернет-порталы.



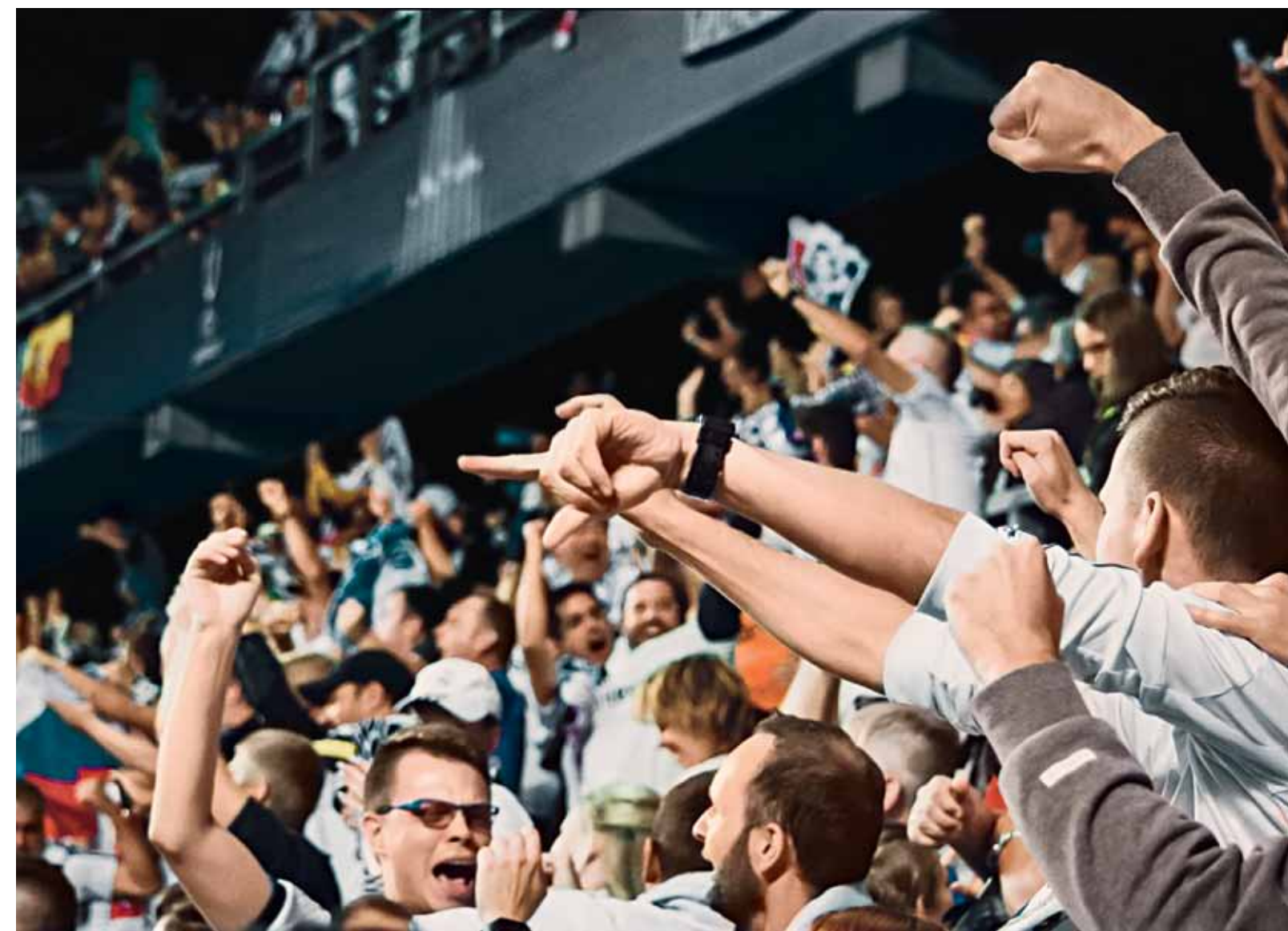
КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА



**МАКСИМ
КЛЕЙМАН,
КОММЕРЧЕСКИЙ
ДИРЕКТОР NIELSEN
SPORTS РОССИЯ**

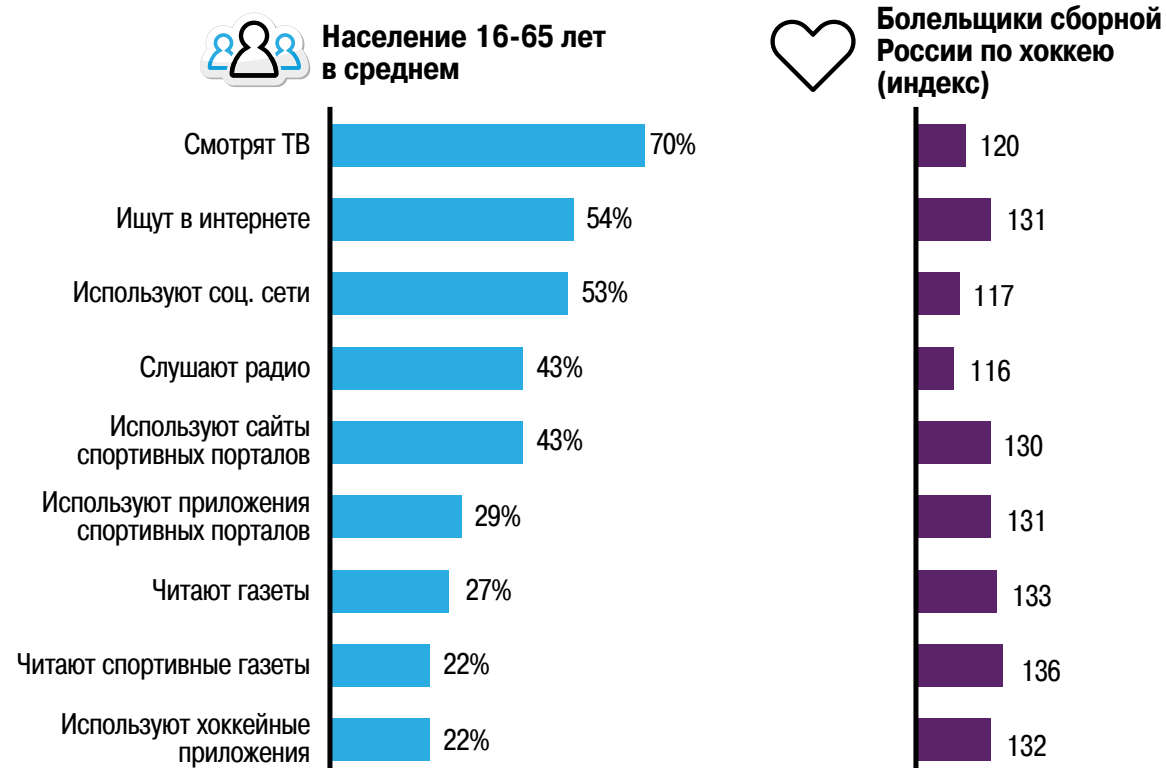
Хоккей в России обладает серьезным потенциалом для расширения доли активной аудитории,

которая ходит на матчи и на регулярной основе следит за успехами отдельных команд и сборной. Важно работать над детальной сегментацией болельщиков, узнавать их мотивы интереса к виду спорта и работать над снижением барьеров для более полноценного вовлечения. 57 млн россиян, которые смотрят хоккей удаленно, могут стать его регулярными потребителями, а значит, более интересной для спонсоров аудиторией.



КАК РОССИЯНЕ ПОЛУЧАЮТ ИНФОРМАЦИЮ О ХОККЕЕ

СРЕДИ БОЛЕЛЬЩИКОВ СБОРНОЙ ПО ХОККЕЮ БОЛЬШЕ ТЕХ, КТО ЧИТАЕТ ГАЗЕТЫ, В ТОМ ЧИСЛЕ СПОРТИВНЫЕ



У ПОДАВЛЯЮЩЕГО БОЛЬШИНСТВА РОССИЙСКИХ БОЛЕЛЬЩИКОВ ВО ВРЕМЯ ПРОСМОТРА ИГР ПРОБУЖДАЮТСЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЭМОЦИИ, ПРИ ЭТОМ ОНИ ВСЕГДА ОСТАЮТСЯ ВЕРНЫ КОМАНДЕ, ДАЖЕ ЕСЛИ ОНА СЫГРАЛА ПЛОХО. НАИБОЛЕЕ ЧАСТО У РОССИЯН АССОЦИИРУЮТСЯ С КОМАНДОЙ ТАКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, КАК «ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ», «ЗРЕЛИЩНАЯ», «УВЛЕКАТЕЛЬНАЯ» И «СИЛЬНАЯ ДУХОМ».

ПРОДУКТОВАЯ КОРЗИНА

Самые востребованные товарные категории среди тех, кто интересуется хоккеем и сборной России, – мобильная связь (67%), продукты питания (66%), мобильные устройства и бытовая техника (по 65%), онлайн-магазины (61%). При этом активных болельщиков, посещающих спортивные соревнования, также интересуют ставки на спорт, автомобили, спортивная одежда и снаряжение, шины, топливо и моторные масла, пиво.

Согласно данным исследования, спонсорство в хоккее положительно влияет на имидж различных брендов и компаний: аудитория и болельщики российской хоккейной сборной проявляют большую симпатию к брендам-

спонсорам. В то же время сборная России по хоккею является хорошей платформой для спонсоров как для повышения узнаваемости, так и для имиджа брендов. Чем теснее связь с хоккеем или командой – тем выше лояльность к спонсору. Так, 71% респондентов считает спонсоров сборной России по хоккею привлекательными, 64% – социально ответственными и 55% – патриотами.

МЕТОДОЛОГИЯ

Исследование хоккейной аудитории было проведено по заказу Федерации хоккея России среди более чем 4 700 человек в возрасте от 16 до 65 лет методом онлайн-опроса во всех федеральных округах страны. ■



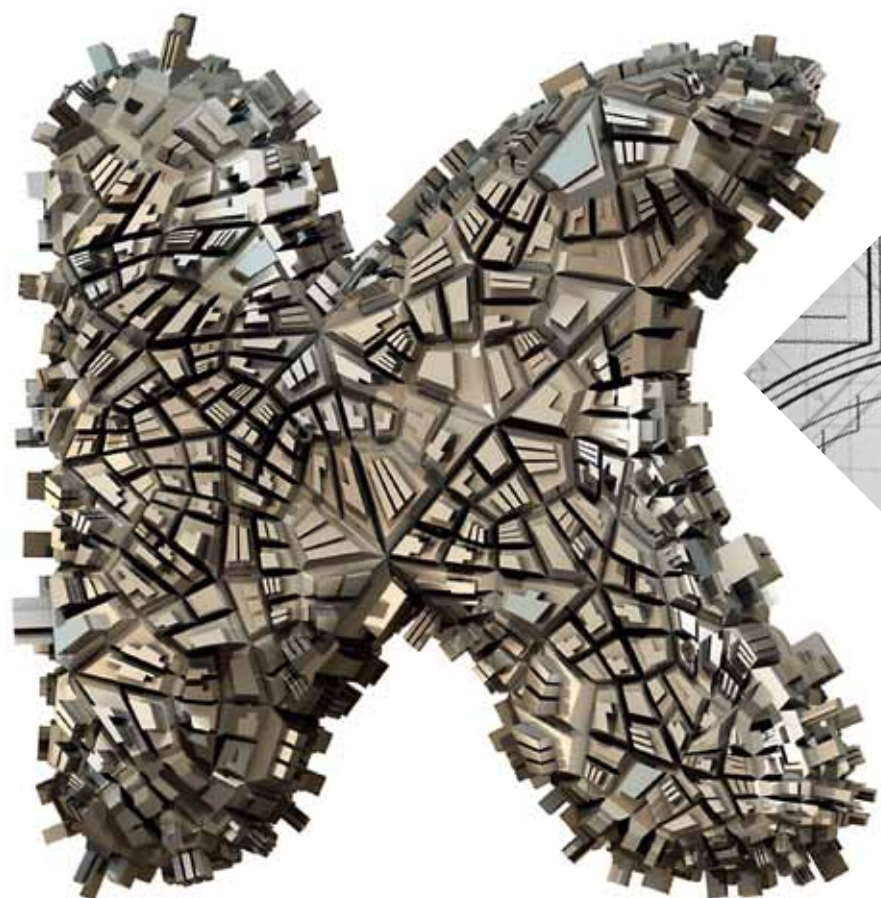
莫斯科武术明星大赛



MOSCOW
WUSHU
STARS

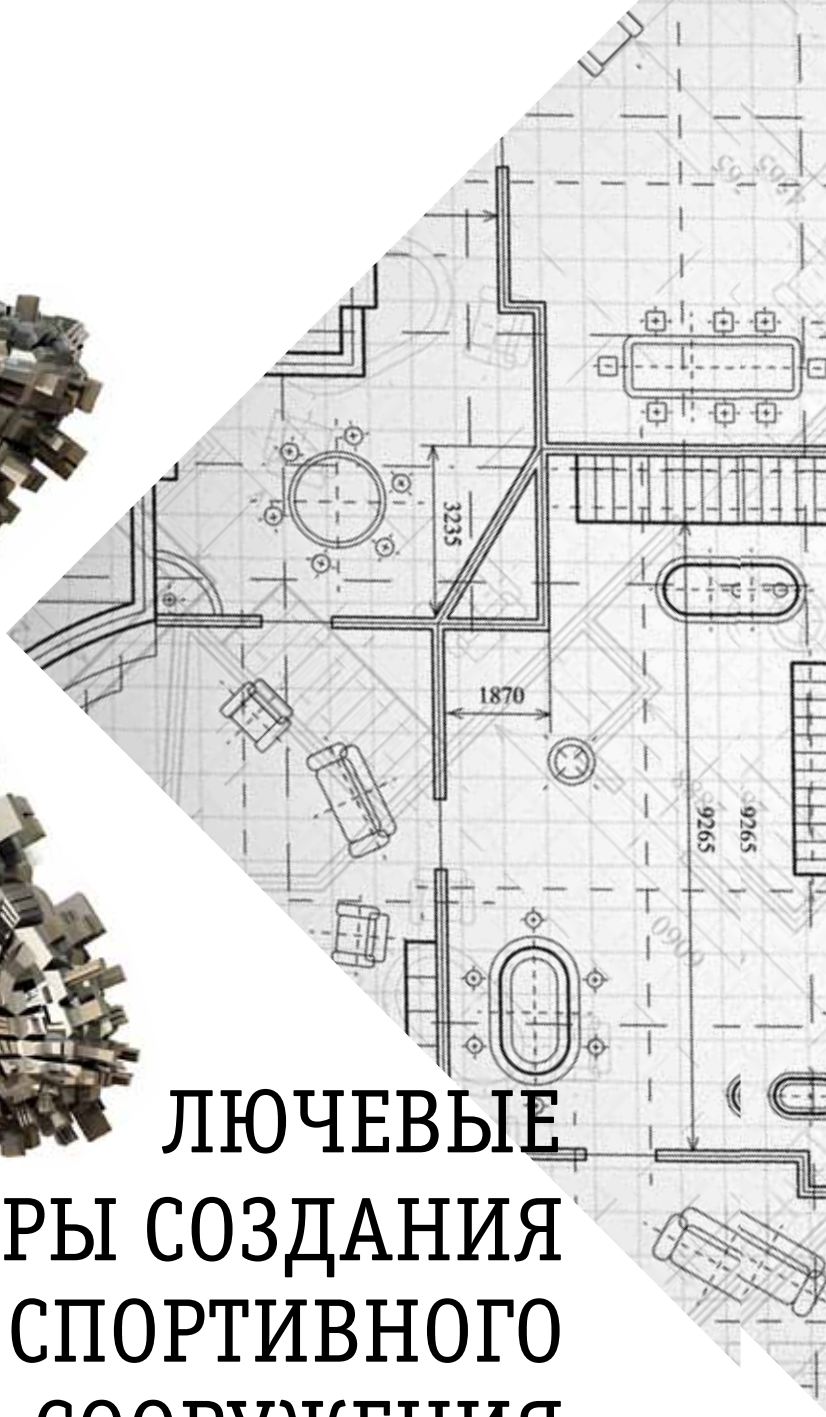
2019





ЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО СПОРТИВНОГО СООРУЖЕНИЯ

ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ВОПРОСОВ, КОТОРЫЙ РАНО ИЛИ ПОЗДНО ВСТАЕТ ПЕРЕД ВЛАДЕЛЬЦЕМ ИЛИ РУКОВОДИТЕЛЕМ СПОРТИВНОГО ОБЪЕКТА, ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, НАСКОЛЬКО ЭФФЕКТИВНО ОН ИСПОЛЬЗУЕТСЯ И ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ЕГО ПРИБЫЛЬНОСТИ. В НАСТОЯЩЕЙ СТАТЬЕ МЫ ПОСТАРАЛИСЬ СТРУКТУРИРОВАТЬ И СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ НАИБОЛЕЕ БОЛЕЗНЕННЫЕ ПРИЧИНЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ, ОПРЕДЕЛИТЬ, В ЧЕМ КРОУТСЯ КОРНИ ЭТИХ ПРИЧИН И КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ СЛЕДУЕТ ПРЕДПРИНИМАТЬ ДЛЯ ИХ УСТРАНЕНИЯ



Текст: Лев Борисович ГУТМАН, Генеральный директор ЭКЦ «Эврика», Член международной ассоциации сооружений для спорта и активного отдыха (IAKS), Член экспертного совета ФГБУ «Тренировочный центр спортивной подготовки сборных команд России «Крымский».

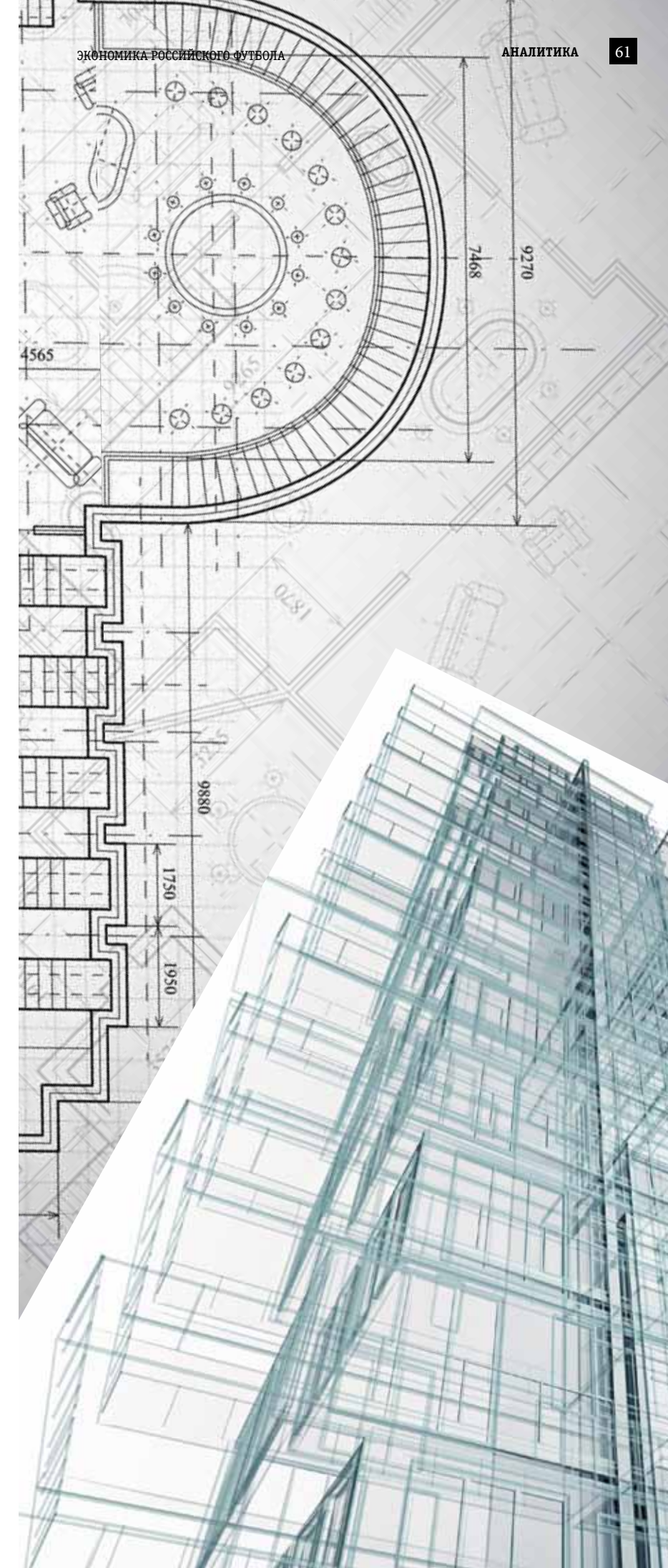
Жизненный цикл любого объекта спорта может быть описан следующими основными этапами: замысел (концептуальное планирование), проектирование, строительство и эксплуатация. Каждый из этих этапов вносит свой вклад в эффективность объекта. Ошибки, допущенные на стадиях концептуального планирования и проектирования, могут иметь фатальные последствия, которые будет крайне сложно, а, порой, и невозможно скорректировать в процессе строительства и эксплуатации сооружения.

Можно выделить следующие типовые факторы, оказывающие негативное влияние на эффективность объекта:

НА ЭТАПЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ:

1. Амбиции архитекторов, идущие во вред функционированию объекта.

Креативное мышление и творческий порыв архитекторов не всегда положительно влияют на эффективность эксплуатации спортивного сооружения. Применение нестандартных архитектурных форм,





ОШИБКИ, ДОПУЩЕННЫЕ НА СТАДИЯХ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЯ, МОГУТ ИМЕТЬ ФАТАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ, КОТОРЫЕ БУДЕТ КРАЙНЕ СЛОЖНО СКОРРЕКТИРОВАТЬ В ПРОЦЕССЕ СТРОИТЕЛЬСТВА И ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТА

инновационных конструктивных и инженерных решений должны учитывать функциональное назначение объекта и режимы его использования, но не должны провоцировать неразумный рост расходов на его обслуживание, особенно когда мы говорим не об уникальных сооружениях, а об объектах для массового спорта и физической культуры.

2. Несовершенство нормативной базы в части проектирования спортивных сооружений.

Большинство Сводов правил (СП) по проектированию спортивных сооружений, которыми до недавнего времени пользовались проектные организации, были разработаны более 10 лет назад. За это время произошли изменения в Правилах проведения соревнований по некоторым видам спорта (в т.ч. изменения, связанные с требованиями вещательных компаний), совершенствовались подходы к функциональному зонированию объектов, появились новые решения в части спортивно-технологического оборудования.

По ряду специализированных объектов (например, для лыжных

и экстремальных видов спорта) качественных нормативных и методических документов в России нет. Кроме того, в состав рабочих групп, занимающихся разработкой или актуализацией СП, необходимо включать действующих специалистов-практиков, специализирующихся на проектировании спортивных сооружений и знающих особенности раздела проекта «Спортивная технология», а также занятых эксплуатацией крупных спортивных сооружений, чего, к сожалению, не наблюдается.

3. Недостаточное количество высококвалифицированных разработчиков технологических разделов (в т.ч. раздела «Спортивная технология»).

Разработчик раздела «Спортивная технология» является ключевой фигурой при проектировании спортивного сооружения. Именно от этого специалиста зависит, насколько грамотно и эффективно будет определена логистическая схема объекта, как будут распределены зоны движения и функциональные зоны обслуживания различных клиентских групп,

какое спортивно-технологическое оборудование будет заложено в проект. Именно эта группа специалистов формирует задания на разработку смежных разделов и в постоянном контакте с архитекторами отработывает и корректирует объемно-планировочные решения и согласует функциональные связи.

На сегодняшний день таких специалистов готовят лишь в нескольких ВУЗах России в очень незначительном количестве, что явно не обеспечивает потребности отрасли. Большинство проектировщиков, разрабатывающих раздел «Спортивная технология» – это (в определенной степени) самоучки, постепенно нарабатывающие свой опыт в процессе проектирования различных объектов. У кого-то это получается быстрее и лучше, у кого-то медленнее и хуже. Причем, в ряде случаев, среди технологов мы встречаем людей, которые не имеют базового архитектурного или строительного образования.

4. Редкие случаи включения в состав проекта специалистов, которые в последующем будут заниматься эксплуатацией объекта.

Идеальным вариантом следует признать ситуацию, когда заказчик на самой ранней стадии концептуального планирования может определить, кто именно будет отвечать за эксплуатацию спортивного сооружения. Такой подход позволяет подключить будущих пользователей объекта, специалистов по эксплуатации к формированию Задания на проектирование и зафиксировать большинство деталей и специфических требований, которые необходимо учесть проектировщикам. В противном случае, когда эксплуатирующая организация включается в работу на более поздних этапах, велика вероятность того, что в процессе проектных работ придется вносить существенные изменения в Задание на проектирование, что влечет за собой необходимость повторных согласований, удлиняет сроки работ и повышает их стоимость.

5. Низкий уровень управления проектом.

Проектирование спортивных сооружений для крупнейших международных соревнований в Россий-

КРЕАТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ И ТВОРЧЕСКИЙ ПОРЫВ АРХИТЕКТОРОВ НЕ ВСЕГДА ПОЛОЖИТЕЛЬНО ВЛИЯЮТ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКСПЛУАТАЦИИ СПОРТИВНОГО СООРУЖЕНИЯ



ской Федерации в последние годы продемонстрировало, что не все проектные организации (даже из числа ведущих) используют современные методы управления проектами и имеют для этого квалифицированный кадровый ресурс.

Если вести речь о крупных объектах, в проектирование которых вовлечено большое количество подрядчиков и субподрядчиков, становится очевидным, что отсутствие постоянного сквозного контроля вносимых изменений существенно увеличивает риск того, что эти изменения могут быть не учтены в различных разделах проекта. Эти ошибки, как правило, выявляются уже в процессе прохождения государственной экспертизы и влекут за собой дополнительные затраты времени и финансов на их устранение.

РЕШЕНИЯ

В целях минимизации негативного воздействия указанных выше факторов представляются целесообразными следующие решения:

1. Четкое формулирование положений Задания на проектирование.

Детальная проработка требований, которые включаются в Задание, с учетом функционального назначения объекта и с привлечением специалистов, на которых будут возложены обязанности по эксплу-

ИНДУСТРИИ НЕОБХОДИМ
КВАЛИФИЦИРОВАННЫЙ
КАДРОВЫЙ РЕСУРС



атации сооружения. Особенно это относится к составу и площадям помещений, а также к перечням специализированного спортивно-технологического оборудования, включая системы хронометража и отображения информации. Не следует надеяться на квалификацию проектировщиков и на то, что необходимые данные будут без труда получены из Сводов правил по проектированию и Правил соревнований.

Чем более подробно составлено Задание на проектирование, тем меньше риск возникновения ошибок и тем больше вероятность того, что спроектированный объект будет комфортен для посетителей и эффективен для оператора.

2. Инициирование актуализации или разработки нормативных

документов в части проектирования спортивных сооружений.

В 2018 г. введены в действие новые Своды правил, необходимость которых назрела уже давно:

- СП 332.1325800.2017 Спортивные сооружения. Правила проектирования. (Введен с 15.05.2018);

- СП 310.1325800.2017 Бассейны для плавания. Правила проектирования. (Введен с 27.06.2018);

- СП 390.1325800.2018 Здания и сооружения спортивно-адаптивных школ и центров адаптивного спорта. Правила проектирования. (Введен с 24.11.2018).

К сожалению, эти СП не входят в Перечень национальных стандартов и Сводов правил (частей таких стандартов и сводов правил), в результате применения которых на обязательной основе обеспе-

чивается соблюдение требований Федерального закона «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений». Тем не менее, в случае, когда заказчик проектных работ включает эти документы в Задание на проектирование, они становятся обязательными для проектировщика и являются одним из руководящих документов для органов экспертизы.

3. На сегодняшний день одним из наиболее эффективных и удобных инструментов, резко повышающих качество управления проектами, являются BIM-технологии (Building Information Modeling).

Их внедрение в процесс проектирования позволяет существенно минимизировать влияние человеческого фактора.

ДОХОДЫ СПОРТИВНОГО ОБЪЕКТА ЗАВИСЯТ ОТ АКТИВНОСТИ МАРКЕТОЛОГОВ

БОЛЬШИНСТВО СВОДОВ ПРАВИЛ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ, КОТОРЫМИ ДО НЕДАВНЕГО ВРЕМЕНИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ПРОЕКТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, БЫЛИ РАЗРАБОТАНЫ БОЛЕЕ 10 ЛЕТ НАЗАД

При выборе подрядчика на проектирование следует особое внимание уделять оценке технологической оснащенности претендента. Современные проектные организации должны использовать наиболее перспективные технологии, включая элементы виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности. Такие методы позволяют, например, проверить обзор игровой площадки с разных точек трибуны, выявить возможные барьеры при перемещении по объекту и т.д.

НА ЭТАПЕ СТРОИТЕЛЬСТВА:

1. Несогласованные изменения и корректировки проектных решений.
2. Нарушение строительных технологий.

Наверное, излишне объяснять, каким образом указанные факторы могут повлиять на спортивное сооружение. Обе указанные выше причины устраняются только лишь жестким контролем со стороны Заказчика за соблюдением проектных решений при строительстве.

НА ЭТАПЕ ЭКСПЛУАТАЦИИ:

1. Низкий уровень компетенций персонала объекта.
2. Отсутствие необходимого уровня внимания вопросам маркетинга.
3. Нарушение регламентов обслуживания инженерных систем.

Любой грамотно спроектированный и качественно построенный объект может стать неэффективным из-за непрофессиональных действий персонала. Поэтому на первый план выходят вопросы системного подхода в отношении подготовки и повы-

шения квалификации персонала. На сегодняшний день в России действует достаточное количество профильных учебных заведений последиplomного образования, которые на регулярной основе проводят курсы повышения квалификации, семинары, вебинары для менеджеров спортивных сооружений. Для крупных объектов, располагающих достаточными финансами, будет полезно обратить внимание на курсы и мероприятия, проводимые за рубежом, особенно когда речь идет о повышении квалификации специалистов, занимающихся узким направлением (заливка и обслуживание льда, обслуживание и уход за натуральными газонами, подготовка и очистка воды в плавательных бассейнах). Мы всегда готовы предоставить самую актуальную информацию по этим вопросам.

Доходную часть бюджета спортивного объекта невозможно представить без активной маркетинговой деятельности: расширение спектра услуг, изучение и анализ запросов потребителей, тарифная и билетная политика, привлечение спонсоров. В целях снижения влияния человеческого фактора необходимо максимально формализовать технологические процедуры – разрабатывать и внедрять технологический регламент, должностные инструкции и иные внутренние документы, устанавливающие требования к порядку эксплуатации и обслуживания инженерных систем.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Подводя итог, можно сформулировать следующие базовые принципы повышения эффективности спортивного сооружения.





1. Многофункциональность и возможность трансформации.

В современных условиях монофункциональное спортивное сооружение в большинстве случаев не достигает приемлемого финансового результата. Один из удачных примеров в этом отношении – Дворец спорта «Олимпийский» (г. Чехов, Московская область, www.olympik.ru). Объект, на котором проводятся соревнования по 20 видам спорта, а также организуются массовые мероприятия, со спортом не связанные. Руководство Дворца находится в постоянном поиске новых форм и методик работы с потребителями, формирует новые сервисы, создает условия для самых различных активностей.

2. Внедрение и широкое применение маркетинговых механизмов

К таким механизмам следует отнести формирование эффективного спектра предоставляемых услуг, активную деятельность в области рекламы и создания узнаваемого и привлекательного бренда объекта, привлечение спонсоров, внедрение гибкой тарифной политики, использование современных методов продажи билетов, активная деятельность в социальных сетях.

3. Использование инновационных технологий.

Объект спорта, не применяющий современные информационные, мультимедийные и интерактивные технологии, имеет мало перспектив для движения вперед. Портрет потребителя очень сильно изменился



за последние годы, и нельзя не принимать во внимание его желание использовать современные средства коммуникации – как для получения информации, так и для взаимодействия с производителем услуг (в т.ч. осуществления оплаты, бронирования мест и т.д.).

Сложная геополитическая и кризисная обстановка вынуждают использовать современные технологии обеспечения безопасности и контроля доступа. Наконец, ежегодно появляется модернизированное, либо инновационное спортивно-технологическое оборудование. Если менеджмент объекта не отслеживает ситуацию на рынке оборудования, не применяет технологические новации, то эффективность такого объекта будет неуклонно снижаться.

4. Внедрение «зеленых стандартов».

Учет экологических требований стал уже не просто правилом хорошего

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ЛЮБОГО ОБЪЕКТА СПОРТА МОЖЕТ БЫТЬ ОПИСАН СЛЕДУЮЩИМИ ОСНОВНЫМИ ЭТАПАМИ:

- КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
- ПРОЕКТИРОВАНИЕ
- СТРОИТЕЛЬСТВО
- ЭКСПЛУАТАЦИЯ

тона, но и насущной необходимостью, а в ряде случаев и обязанностью эксплуатирующей организации. Все более широко используются энергосберегающие технологии, внедряются передовые решения в сборе и утилизации мусора. Кроме того, одним из элементов «зеленых стандартов» является создание безбарьерной среды и условий для занятий физической культурой и спортом, а также для посещения массовых мероприятий людьми с инвалидностью и иными категориями маломобильных групп населения.

5. Повышение эффективности кадрового ресурса.

Кроме повышения квалификации персонала, о чем было сказано выше, к этому блоку вопросов следует отнести оптимизацию численности персонала (в т.ч. за счет применения аутсорсинга), а также нормирование и регламентацию процессов и процедур управления спортивным сооружением. ■

XIV МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

ИНТУРМАРКЕТ

2019 9-11 марта

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



ВЫБЕРИТЕ СВОЙ ЛУЧШИЙ ОТДЫХ ОТ НАДЕЖНЫХ ТУРФИРМ НА ВЫСТАВКЕ

ВХОД БЕСПЛАТНЫЙ

- Официальная государственная поддержка
- 1 340 участников из более чем 140 стран и регионов мира
- 72 500 посетителей
- 150 мероприятий деловой программы



ЭКЗОТИЧЕСКИЙ ФУТБОЛ



ЧЕМПИОНАТЫ РОССИИ ПО РЕДКИМ ВИДАМ ФУТБОЛА ДОСТАТОЧНО ПОПУЛЯРНЫ И ПРОВОДЯТСЯ В ФОРМАТЕ СТАНДАРТНЫХ СПОРТИВНЫХ ТУРНИРОВ С ПРИЗОВЫМ ФОНДОМ

БОЛОТО, КРАБЫ, БАЙКИ, ГОРЯЩИЙ МЯЧ. В ДАННОЙ СТАТЬЕ МЫ РАССКАЖЕМ О НАИБОЛЕЕ ЭКЗОТИЧЕСКИХ ВИДАХ ФУТБОЛА, СУЩЕСТВУЮЩИХ В МИРЕ. НАПРИМЕР, КАК СТЫЧКИ НА МОТОЦИКЛАХ, НЫРЯНИЕ В ГРЯЗЬ И ЖЕСТКИЕ ПОТАСОВКИ МОГУТ СТАТЬ ОСНОВОПОЛАГАЮЩИМИ ПРАВИЛАМИ РАЗНОВОДНОСТЕЙ СПОРТА №1.



В РОССИИ РЕГУЛЯРНО ПРОВОДЯТСЯ ТУРНИРЫ ПО БОЛОТНОМУ ФУТБОЛУ

БОЛОТНЫЙ ФУТБОЛ

Один из самых развивающихся видов футбола не только в России, но и в мире. Нет, речь в данном случае идет не о весенних матчах ФНЛ и ПФЛ. В болотном футболе площадка для игры представляет собой участок, заполненный илом и грязью, доходящими игрокам до пояса. Игра проводится в два тайма по 30 минут. Замена участников происходит без остановки игры, штрафные удары производятся с рук, а вместо бутс на футболистах надеты резиновые сапоги. Согласно легенде, эту игру придумал финский лыжник Эса Ромппайнен, когда во время тренировки укреплял голеностоп на болоте. Решив совместить приятное с полезным, спортсмен придумал новый увлекательный вид спорта. Недаром болотный вид футбола зародился именно в Финляндии. В переводе с финского «Суоми» – страна болот.

ФУТДАБЛБОЛ

Этот вид спорта появился в Белоруссии в 2007 году. Его создатели решили привнести новые краски в привычные правила и просто вбросили в игру второй мяч. Игра



НАЛИЧИЕ ПРИЗОВОГО ФОНДА ВСЕГДА ПОДЧЕРКИВАЕТ УРОВЕНЬ ПРОВОДИМОГО ТУРНИРА



ФУТБОЛ С ЭЛЕМЕНТАМИ КИКБОКСИНГА – СПОРТ ДЛЯ НАСТОЯЩИХ МУЖЧИН

БОЛОТНЫЙ ФУТБОЛ КАК СПОРТ ПРИДУМАЛ ФИНСКИЙ ЛЫЖНИК

ведется до того момента, пока два снаряда не окажутся либо в сетке ворот, либо в руках вратаря или в ауте. Эта игра намного динамичнее традиционного футбола, однако имеет и свои минусы: зрителям крайне сложно наблюдать за двумя мячами, а судьям – и подавно. В первом в истории матче произошла серьезная путаница, и после продолжительных споров матч был завершён при счете 15:8.

ФЛОРЕНТИЙСКИЙ ФУТБОЛ

Мало кто знает, но Calcio, которым сейчас называют футбол в Италии,

появился на Апеннинах задолго до того, как англичане завезли сюда традиции современного футбола. Во Флоренции с 1580 года ежегодно проводится турнир по этому самому Calcio, что в переводе означает «пинок». Да-да, именно это незамысловатое занятие лежит в основе флорентийского футбола. В матче принимают участие две команды по 27 человек. В начале игры судья вбрасывает мяч, который так и остается лежать на поле до окончания игры, в то время как игроки соперников неистово колошматят друг друга на протяжении 50 минут.

Десяток покалеченных людей после игры, слезящиеся от песка глаза и поломанные кости – неотъемлемая часть этого соревнования.

ГЭЛЬСКИЙ ФУТБОЛ

Ирландцы, родоначальники этого вида спорта, уверяют, что корни игры уходят в XIV век. Гэльский футбол – ядреная смесь баскетбола, футбола и регби. Ворота здесь регбийные, а мяч можно забивать в обе зоны, зарабатывая различное количество очков (в сетку – 3, между штанг – 1). Здесь приветствуются силовые приемы, удары



МОТОБОЛ – НАИБОЛЕЕ ИЗВЕСТНЫЙ ИЗ ВСЕХ РАЗНОВИДНОСТЕЙ ФУТБОЛА

рукой и напор. Два столетия назад ирландцы даже создали ассоциацию, посвященную старинным видам спорта, и искренне не понимают, чем гэльские забавы уступают английскому футболу и крикету.

ВЕЛОБОЛ

Легенда XIX века гласит о том, что один американский клерк во время велосипедной прогулки пнул колесом одну маленькую, постоянно гавкающую на него маленькую собачку. В тот самый момент ему в голову пришла гениальная мысль – пинать предметы, сидя на велосипеде, но вместо животных использовать мяч. Идею поддержали друзья, и вскоре зародился новый вид футбола, в котором две команды, сидя на велосипедах, стараются загнать мяч в чужие ворота. Использовать можно только голову, туловище и колесо, другими конечностями и предметами касаться традиционно футбольного снаряжения категорически запрещено.

МОТОБОЛ

Эту идею предложили французы, желая изобрести что-то новое и использовать последние достижения науки и техники. В 1930-е годы велосипеды сменили на мотоциклы



ногой, однако ни в коем случае нельзя допускать, чтобы он оказался на поверхности воды. Интересно посмотреть, как выглядят в таком случае нырки в штрафной.

ФАЙЕРБОЛ

В Индии набирает популярность файербол. Правила в этой разновидности игры примерно те же, что и в традиционном футболе, только горячие индусы играют босиком, а мяч, набитый кокосовой стружкой, в начале игры поджигается. Матч продолжается до того момента, пока снаряд не потухнет окончательно.

КРАБИЙ ФУТБОЛ

В данном случае речь идет об одном из самых странных и неоднозначных видов спорта во всем мире. Просто попробуйте это осознать: команда 11 на 11 пинает мяч на зеленой площадке, передвигаясь по полю в позе краба. Правила те же, что и в обычном футболе, только выглядит все это в разы комичнее. Придумали такую разновидность футбола в Британии, однако с каждым годом развлечения набирает популярность и в США. И совсем не удивительно, что некоторые американцы уверены в том, что именно так выглядит настоящий соккер. ■

и вновь принялись пинать мяч, сидя верхом на «железных конях». Мотоциклы для мотоболла отличаются специальными дугами. Отметим, что такой вид спорта был весьма популярен в СССР – матчи проходили даже в «Лужниках», а одним из самых почетных судей выступал сам Юрий Гагарин.

ПОДВОДНЫЙ ФУТБОЛ

Вскоре борьбу за мяч попробовали перенести в другое пространство. Так, футбольный снаряд оказался под водой. В подводный футбол может сыграть далеко не каждый – его правила сочетают в себе элементы регби и водного поло. Мяч можно держать руками и пинать

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАДИОН «ЙОЙОГИ», ЯПОНИЯ



ФУТБОЛ ВНУТРИ ИСКУССТВА

«Йоigyūgi» называют самой
впечатляющей ареной мира

Найти шедевры архитектуры, датированные
1960-ми годами, не так просто. Но они есть!



В

НАШИ ДНИ ВПЕЧАТЛЯЮЩИМ ДИЗАЙНОМ МОЖЕТ ПОХВАСТАТЬСЯ ДАЛЕКО НЕ КАЖДОЕ ПОСТРОЕННОЕ СПОРТИВНОЕ СООРУЖЕНИЕ. ХОТЯ ОБЪЕКТЫ «НОВОЙ ВОЛНЫ» В МАССЕ СВОЕЙ ЗНАЧИТЕЛЬНО ИНТЕРЕСНЕЕ ПРЕДШЕСТВЕННИКОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ АРХИТЕКТУРЫ. ВОЗВОДИТЬ «СЕРЫЕ КОРОБКИ» И ТИПОВЫЕ КОНСТРУКЦИИ УЖЕ ДАВНО НЕ В МОДЕ, ДА И САМИ АРХИТЕКТОРЫ НЕ СТАНУТ ПРОЕКТИРОВАТЬ АРЕНЫ БЕЗ «ИЗЮМИНКИ» – ХОТЯ БЫ ИЗ СООБРАЖЕНИЙ РЕПУТАЦИИ.



Многие элементы конструкции стадиона взяты из сюжетов японских народных сказок

Полвека назад на рынке спортивных сооружений в первую очередь ценили функциональность построенных объектов. Найти шедевры архитектуры, датированные 1960-ми годами, не так просто. Но они есть! Например, приятным исключением из правил можно считать Национальный стадион «Йойоги» в Токио, который называют самой красивой и впечатляющей ареной мира не только коренные жители.

Строительство «Йойоги» продолжалось чуть более трех лет и завершилось в 1964 году. Сдача объекта в эксплуатацию была приурочена к

старту XVIII летних Олимпийских игр, которые проводились в Токио с 10 по 24 октября 1964 года. Японцы очень серьезно подошли к подготовке грандиозного мероприятия – помимо нового шикарного и ошеломляющего своим внешним видом «Йойоги» в городе и окрестностях было отреставрировано огромное количество старых спортивных площадок. В самом «Йойоги» во время Олимпиады проходили соревнования по плаванию и прыжкам в воду с трамплина. Затем объект на долгие годы сменил спортивный профиль и сегодня преимущественно используется для про-

ведения хоккейных и баскетбольных матчей. Впрочем, во время Олимпиады-2020 именно здесь будут проходить игры турнира по гандболу.

Трибуны «Йойоги» вмещают 13 290 зрителей, 88 мест размещены в Королевской ложе. С момента своего открытия арена является крупнейшей в Японии – она нередко используется для наиболее значимых спортивных мероприятий – в том числе и международного масштаба. Каждую весну газоны окрестного парка заполняют нарядно одетые местные жители и туристы, пришедшие полюбоваться цветущей сакурой.

Полвека назад японцы первыми на рынке спортивных сооружений подумали о сочетании функциональности и красоты построенных объектов

Помимо нового шикарного и ошеломляющего своим внешним видом «Йойоги» в городе и окрестностях было отреставрировано огромное количество старых спортивных площадок



Строительство «Йойоги» продолжалось чуть более трех лет

КОГДА ДИЗАЙН СРЖАЕТ НАПОВАЛ Национальный стадион «Йойоги» внешне разительно отличается от классических спортивных объектов, которые можно встретить в каждом городе мира. Прежде всего, это – сложный архитектурный комплекс с множеством металлических кон-

струкций и опор, над которыми возвышается подвесная крыша. Если взглянуть на стадион с высоты, то он напоминает огромную раковину – точнее, с трудом поддающуюся описанию конструкцию с перекрытиями, выгнутыми в форме раковин и поддерживаемыми стальными тросами.



ИСТОРИЧЕСКИЙ ПАРК

Стадион «Йойоги» расположен на территории невероятно красивого парка, который в 1964 году практически полностью занимала Олимпийская деревня. Японцы часто вспоминают еще одну связанную с парком историческую дату – 19 декабря 1910 года здесь был проведен первый успешный полет самолета, после чего японская армия облюбовала парк в качестве места проведения военных парадов. По воскресеньям в парк «Йойоги» приходят толпы людей для того чтобы играть, слушать музыку и практиковать между собой различные боевые искусства. В парке также есть своя велосипедная дорожка с повсеместным прокатом велосипедов и функционирует открытая баскетбольная площадка.

После посещения очередного спортивного мероприятия в «Йойоги» не стоит спешить покидать это красивое место – в парке есть множество интересного и неповторимого. В частности, здесь расположена одна из главных религиозных святынь Японии – Мэйдзи. Путешественники, которые посетят стадион весной, смогут увидеть массу уникальных ландшафтных украшений именно в парке, где стоит остановиться и полюбоваться цветущей сакурой. На территории парка «Йойоги» оборудовано множество оборудованных мест отдыха, спортивных площадок и специальных зон для пикника. В хорошую погоду в окрестностях самого красивого стадиона планеты царит предельно оживленная атмосфера.

Трибуны расположены достаточно близко к игровому полю

**ОКРЕСТНОСТИ И ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ**

Помимо стадиона и окружающего его одноименного парка туристам настоятельно рекомендуют обратить внимание на кафедральный собор Cathedral of St. Theresa of the Child Jesus (Urawa Church) – культовый для всех японцев храм. Желаящим освежиться водными горками и развлечь своих детей будет

Стадион внешне напоминает огромную раковину

«Йойоги» разительно отличается от классических спортивных объектов, которые можно встретить в каждом городе мира

В «Йойоги» создана единая среда, в которой сливаются спортсмены и зрители

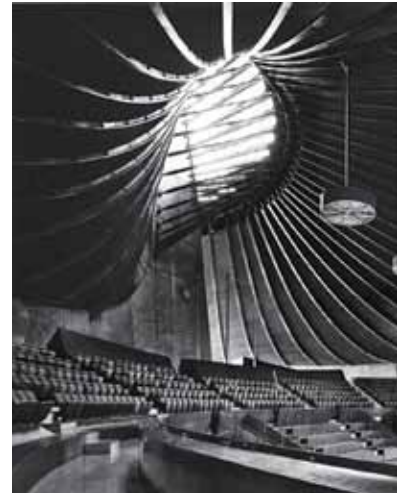
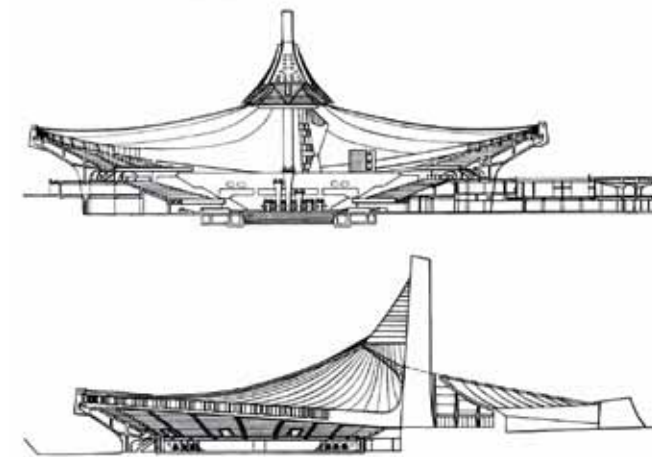
Стадион «ЙОЙОГИ»: технические характеристики

Локация	Сибуя, Префектура Токио
Ближайшая станция метро	Harajuku
Заложен	1961
Построен	1964
Архитектор	Кензо Танге
Вместимость	13 290 зрителей
Бюджет строительства	\$150 млн





С момента своего открытия арена является крупнейшей в Японии



Над металлическими конструкциями и опорами арены возвышается подвесная крыша

небезынтересно завернуть в аквапарк Toshimaen Amusement Park в 10 км от стадиона. В поиске культурных достопримечательностей также имеет смысл посетить Художественную галерею Ota Memorial Museum of Art, расположенную буквально в нескольких шагах от «Йойоги».

После посещения очередного спортивного мероприятия в «Йойоги» не стоит спешить покидать это красивое место – в парке есть много интересного и неповторимого

КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТА



**КЕНЗО ТАНГЕ,
АРХИТЕКТОР**

Когда я проектировал «Йойоги» для летних Олимпийских игр, то старался максимально сохранить, а где это было необходимо – то и создать «с нуля» единую среду, в которой могли бы сливаться спортсмены и зрители. Под «единой средой» я понимал то неповторимое чувство, которое объединяет две категории людей – спортсменов, делающих результат, и болельщиков, для которых этот результат, собственно, и предназначен. Поэтому пространство этого спортивного сооружения позволяет свободно перемещаться многотысячным людским потокам

как в функциональном, так и в психологическом плане. Этому способствуют плавные изгибы железобетонных конструкций, которые выполнены в форме гигантских раковин. Их удалось гармонично вписать в довольно сложный рельеф парка, сохранив вокруг густые зеленые насаждения. Таким образом, объект полностью интегрирован в ландшафт и сливается с окружением в единое целое.





ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ

- Для двух спортивных объектов комплекса задействованы аналогичные структурные и эстетические принципы;
- Объект является гибридом западной модернисткой эстетики и традиционной японской архитектуры: за основу были взяты проекты Ле Корбюзье (навильон Philips) и Сааринена (хоккейный стадион);
- Сооружение выполнено в виде двух полуколец, соединенных вместе, но с небольшим смещением;
- Двускатная крыша имеет подвесную структуру;
- Стальные пластины крепятся на сетку, которая натянута на железобетонные мачты, а снизу закреплена на основании;
- Конструкция образует кривой профиль внутри и снаружи здания, что защищает его от сильных ветров;
- Малый навильон, который вмещает 5 300 человек, используется для средних по масштабу событий, в то время как основное сооружение рассчитано на 10 500 зрителей – в первую очередь, для событий масштаба Олимпиады;
- Сегодня комплекс используется для плавания, баскетбола и хоккея.

«Йойоги» – один из самых сложных спортивных объектов мира с архитектурной точки зрения



«Йойоги» после Олимпиады используется для проведения хоккейных и баскетбольных матчей



«Йойоги» – сложный архитектурный комплекс с множеством металлических конструкций и опор, над которыми возвышается подвесная крыша

Находясь в Токио, сложно устоять перед искушением отправиться за покупками в торговые ряды на улице Omotesando – это в нескольких минутах ходьбы от стадиона. Отсюда до исторической достопримечательности – дворца Akasaka Palace – можно добраться за считанные минуты на автомобиле. По соседству в Минато расположен убойный парк развлечений «Дон Кихот». И в завершение путешествия на «Йойоги» местные экскурсоводы с большой долей вероятности предложат всем желающим осмотреть древний замок Edo Castle в 5 км от стадиона.

ХРОНИКА СОБЫТИЙ

За полвека своего существования «Йойоги» стал свидетелем огромного количества событий разного рода, которые происходили на его территории. Среди наиболее значимых из них можно выделить следующие:

- 1971** Чемпионат Азии по баскетболу среди мужчин;
- 1982** Чемпионат Азии по баскетболу среди женщин;
- 2001** 4 и 5 июня на стадионе давала свои концерты ирландская группа Westlife в рамках тура Where Dreams Come True;
- 2006** Чемпионат мира по волейболу среди женщин;
- 2007-2012** Открытый чемпионат Азии по чирлидингу
- 2010** Чемпионат мира по волейболу среди женщин;
- 2014** В конце мая выступала японская группа Luna Sea с концертом, посвященным 25-летию коллектива;
- 2017** 3 и 4 июня с двумя сольными концертами на арене выступала Бритни Спирс в рамках всемирного тура Britney: Live in Concert. ■

ДРУЗЬЯ! ВЫ МОЖЕТЕ ОФОРМИТЬ ДОСТАВКУ ЖУРНАЛА SPORT BUILD НА 2019 ГОД

На сайте WWW.SPORTMAGAZIN.NET или отправив письмо на e-mail: minaev@s-a-r.ru

СТОИМОСТЬ ДОСТАВКИ:

на 3 мес. – 825 р., на 6 мес. – 1650 р., на 12 мес. – 3300 р.

ДОСТАВКА ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ



тел.: (495) 649-33-16,
(495) 411-91-13

Образец заполнения платежного поручения

ИНН 7720217313	КПП 772001001		
Получатель ООО «СпортАкадемРеклама»		Сч. №	40702810100001437461
Банк получателя АО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК», г.Москва		БИК	044525700
		Сч. №	30101810200000000700

Внимание!

Будьте внимательны при заполнении платежного поручения.
В графе «Назначение платежа» укажите: «Доставка журнала «Sport Build» по счету-договору № Sport Build/19», без налога (НДС).
По e-mail укажите Ваш полный почтовый адрес с индексом, ФИО и контактный телефон.

Минимальный документооборот! Организации выставляется счет-договор – без оформления договора.

Количество месяцев (3, 6, 9, 12) доставки и ее стоимость (мес. x 275 р.) указывается плательщиком самостоятельно.

ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

С _____ по _____ 2019 г.
ДА, я хочу оформить доставку журнала
«Sport Build»

Доставка считается оформленной при условии поступления денег на р/с редакции до 20 числа предподписного месяца.

При несоблюдении данного условия доставка будет оформлена с месяца, соответствующего указанным требованиям.

Фамилия _____
Имя _____
Отчество _____
Почтовый адрес: _____
Индекс _____
Область/край _____
Город/село _____
Улица _____
Дом _____ корп. _____ кв. _____
Телефон/факс _____
E-mail _____

Адрес редакции и издателя:
107023, г. Москва,
ул. Электrozаводская, д. 24,
ООО «СпортАкадемРеклама»
Телефоны для справок:
(495) 649-33-16, 411-91-13
факс: (495) 748-54-10
Электронная почта: minaev@s-a-r.ru

Извещение

ИНН/КПП 7720217313/772001001
ООО «СпортАкадемРеклама»
АО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК», г.Москва
р/с 40702810100001437461
к/с 30101810200000000700
БИК 044525700

Плательщик
Адрес (с индексом)

Кассир

назначение платежа	сумма
Доставка журнала «Sport Build»	
Подпись плательщик	

Квитанция

ИНН/КПП 7720217313/772001001
ООО «СпортАкадемРеклама»
АО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК», г.Москва
р/с 40702810100001437461
к/с 30101810200000000700
БИК 044525700

Плательщик
Адрес (с индексом)

Кассир

назначение платежа	сумма
Доставка журнала «Sport Build»	
Подпись плательщик	

Ваш номер Sport Build ждет Вас!



25-27 апреля 2019, Сочи

При поддержке
Министерства Спорта
Российской Федерации



При поддержке
Департамента физической
культуры и спорта г. Москвы



2019

ФОРУМ И ПРЕМИЯ

В ОБЛАСТИ
ПОДДЕРЖКИ
СПОРТА

**СПОРТ
И РОССИЯ**

И ЗДОРОВОГО
ОБРАЗА
ЖИЗНИ

С 25 по 27 апреля в г. Сочи состоится Ежегодная Национальная Премия и Форум «Спорт и Россия – 2019». Основная цель Премии – поощрить предприятия и организации, добившиеся наилучших результатов в сфере продвижения и поддержки спорта в России. Проведение данного мероприятия даст возможность: выявить лидеров в области популяризации спорта в России, систематизировать проекты в области поддержки и развития спорта, а также привлечь внимание представителей государственных, коммерческих организаций и СМИ к теме спорта и здорового образа жизни.

Оргкомитет: +7 495 646 56 13

sportsrussia.org

WINTERCONGRESS

Москва
28-29 мая 2019 г



XV МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КОНГРЕСС
ИНДУСТРИИ
ЗИМНИХ ВИДОВ
СПОРТА, ТУРИЗМА
И АКТИВНОГО ОТДЫХА **2019**

РАБОТАЕМ НА РЕЗУЛЬТАТ

Официальный оператор конгресса



КОММУНИКАЦИОННЫЙ ХОЛДИНГ
СПОРТ АКАДЕМ РЕКЛАМА

+7 495 649 3316

www.wintercongress.ru

info@wintercongress.ru