

Sport Build

S. A. R.

строительство
и эксплуатация
спортивных
сооружений

журнал для профессионалов

№ 5

июнь 2019

ДИВИЗИОН №2 = БРЕНД №4!

ЕВРОПА В ШАНХАЕ

ФИТНЕС СТАНОВИТСЯ БЛИЖЕ

ЧЕМ КОРМЯТ БОЛЕЛЬЩИКОВ?

СТАДИОНЫ БЕЗ ОГНЯ

prolight+sound NAMM® RUSSIA

Международная выставка
сценического и студийного оборудования,
инсталляций, технологий и услуг
для проведения мероприятий

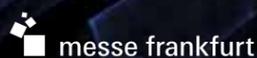
www.prolight-namm.ru



12–14 сентября 2019

КВЦ «Сокольники», Москва

Организаторы:



Технические партнёры



ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Уважаемые читатели, коллеги и партнеры!

Первый летний номер Sport Build по традиции подводит итоги сезона, обнародованные в ходе работы WinterCongress. Завершили свои очередные чемпионаты футболисты и хоккеисты, ведущие эксперты провели целый ряд деловых мероприятий, утвердив долгосрочную стратегию развития спорта. Темпы строительства спортивных сооружений продолжают положительно удивлять, несмотря на то, что в ближайшее время Россия не планирует проводить мероприятия уровня Олимпиады и чемпионата мира по футболу.

Одним словом, все идет своим чередом. В сегодняшнем номере мы детально обсудим технические аспекты обеспечения безопасности спортивных сооружений, поговорим о спортивных покрытиях, многофункциональных объектах, клининге, фитнесе, геотехнических системах, особенностях заливки льда и экономике спорта в целом.

В завершении номера мы проведем традиционное тестирование спортивного объекта на предмет эстетики и функциональности в специальной рубрике «SB Design».

Желаю всем приятного чтения, успехов и процветания в бизнесе!

Искренне ваш,

Владимир КОЛОСОВ,

Шеф-редактор спецпроектов издательского холдинга
«СпортАкадемРеклама»

Sport Build

ИЗДАТЕЛЬ

ООО «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 ЦВЕТКОРРЕКТОР

Сергей КАЧОРОВСКИЙ
Михаил ПАШКОВ
Виктория ГОРБАЧЕВА

АДРЕС РЕДАКЦИИ

107023, Москва, ул. Электrozаводская, д. 24
ООО «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

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

ПОДПИСАНО В ПЕЧАТЬ

19.06.2019

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



АНО «Россия –
Спортивная Держава»



Российский Союз
Боевых Искусств



Ассоциация Предприятий
Спортивной Индустрии



ГЗОЛФ



ФНЦ ВНИИФК



С о ю з
Горнолыжной
Индустрии

Металл Экспо 2019

25 лет

25-я Международная
промышленная выставка

При поддержке:



Организатор:
**МЕТАЛЛ
ЭКСПО**

12-15 ноября 2019

Москва, ВДНХ, пав. 75



Оборудование и технологии
для металлургии
и металлообработки
МеталлургМаш'2019



Транспортные
и логистические услуги
для предприятий ГМК
МеталлТрансЛогистик'2019



Металлопродукция
и металлоконструкции
для строительной отрасли
МеталлСтройФорум'2019



Ежегодный
выставочный
аудит с 2006 г.

Генеральный
информационный партнер:



www.metal-expo.ru

Оргкомитет выставки:
тел./факс +7 (495) 734-99-66

12



42



50



56



74



28



44



НОВОСТИ

8 ДАЙДЖЕСТ СОБЫТИЙ В МИРЕ СПОРТА

СОБЫТИЯ

12 WINTER CONGRESS: ОТ ПРОЦЕССА К РЕЗУЛЬТАТУ!
В Москве завершил работу XV WinterCongress.

22 ПРЕМИЯ «СПОРТ И РОССИЯ-2019»
В Сочи подвели итоги VI ежегодной премии «Спорт и Россия-2019».

24 ПМЭФ ПОДВЕЛ ИТОГИ СПОРТА
Развитие спорта в стране неразрывно связано с ростом экономики в целом.

ЛИДЕРЫ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

26 ТОНКОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОГОРЬЯ И ВЕЧНОЙ МЕРЗЛОТЫ
ООО «ИГС» и ООО «Мегаполис» оказывают полный спектр услуг.

ТЕМА НОМЕРА: БЕЗОПАСНОСТЬ

28 СТАДИОНЫ «НОВОЙ ВОЛНЫ» БЕЗ ОГНЯ?
Современные сооружения отличает уровень комфорта и безопасности.

ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЕ

36 REGUMOND: СДЕЛАНО В РОССИИ!
Инжиниринговая компания приступила к производству спортивных покрытий.

39 ХОККЕЙ НА ПЛЯЖЕ
В Сочи состоялся первый в истории страны матч по пляжному хоккею.

40 ENGO: 40 ЛЕТ НА ЛЬДУ!
Мировой лидер ледовой индустрии производит льдозаливочную технику.

СПОРТ КАК БИЗНЕС

42 НОВЫЕ БАССЕЙНЫ В КОМПЛЕКСЕ «ЮЖНЫЙ ЛЕД» В ЩЕРБИНКЕ
Фитнес-центр с бассейном всегда пользуется популярностью.

44 КОГДА ФИТНЕС СТАНОВИТСЯ БЛИЖЕ
Потенциал рынка фитнес-услуг в России огромен.

49 РОССИЙСКИЙ ФИТНЕС В ЦИФРАХ
«2ГИС» обнаружил статистические данные по фитнес-клубам.

50 ДИВИЗИОН №2 = БРЕНД №4!
ФК «Санкт-Паули» по узнаваемости бренда занимает четвертое место в Германии.

56 ОБЪЕКТ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ
Многофункциональность превращает спортобъекты в новые центры притяжения.

60 БОЙЦЫ НЕВИДИМОГО ФРОНТА
Чистота нужна всем, всегда и везде – на производстве, в спортзале и на стадионе.

КЕЙТЕРИНГ

64 ЕВРОПА В ШАНХАЕ. THE CAMEL SPORTS BAR AND KITCHEN: ВСЕГДА В ТРЕНДЕ!
В китайском Шанхае по адресу 1 Yueyang Road находится спортбар, который считается лучшим не только в городе, но и в стране.

68 ЧЕМ КОРМЯТ БОЛЕЛЬЩИКОВ?
На российских стадионах есть служба кейтеринга. Иными словами, болельщиков кормят. Но по-разному.

SB DESIGN

70 ПАНЧО АРЕНА: СТАДИОН ИЛИ ДВОРЯНСКИЙ ОСОБНЯК?
В 40 км от венгерской столицы находится уникальная футбольная арена.

Sport **Build**



ЕКАТЕРИНА КИМ,
CEO iTrack



ВАСИЛИЙ КОСТИН,
Генеральный директор
«КБК Проект»



МИХАИЛ КРИСТАЛ,
Ректор ТГУ



КАРЕН УЭББ МОСС,
Исполнительный директор
группы ICSS



ДИРК ШЛЮНЦ,
Коммерческий директор
ФК «Санкт-Паули»



ЕВГЕНИЙ ПЛЕТНЕВ,
Генеральный директор
ООО «Мегаполис»



ИЛЬЯ ЧИБИРЬКОВ,
Генеральный директор
ООО «ИГС»

ЭКСПЕРТЫ НОМЕРА

АВТОРЫ НОМЕРА

УТВЕРЖДЕНА СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

ПРАВИТЕЛЬСТВО РФ УТВЕРДИЛО СТРАТЕГИЮ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ ДО 2035 ГОДА И КОМПЛЕКС ДЕЙСТВИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ СОВРЕМЕННОЙ ОТРАСЛИ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ НА 2019–2020 ГОДЫ (РАСПОРЯЖЕНИЕ ОТ 3 ИЮНЯ 2019 ГОДА №1188-Р).

Стратегия определяет следующие приоритетные направления:

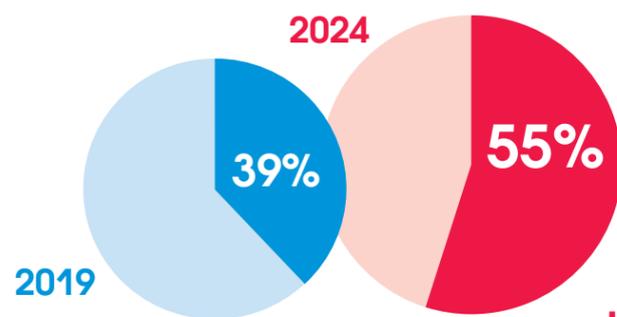
- Развитие стандартизации и обеспечение высокого качества производимой продукции, а также противодействие ее незаконному обороту;
 - Поддержка разработок и развития производства продукции спортивной индустрии, научно-технической деятельности и инноваций;
 - Поддержка и развитие спроса на отечественные товары спортивной индустрии и развитие экспорта;
 - Развитие кадрового потенциала отрасли, включая совершенствование работ по профессиональной подготовке и переподготовке специалистов для отрасли;
 - Поддержка проектов и программ спортивной индустрии в области спорта высших достижений.
- Для мониторинга достижения целей Стратегии определены 5 целевых показателей:
- «Индекс промышленного производства товаров спортивной индустрии к предыдущему году»;
 - «Число отечественных патентных заявок на изобретения, поданных в России и за рубежом»;
 - «Индекс производительности труда в сфере производства продукции спортивной индустрии к предыдущему году»;
 - «Индекс физического объема инвестиций в основной капитал предприятий — производителей продукции спортивной индустрии к предыдущему году»;
 - «Объем экспорта продукции спортивной индустрии».

Объем экспорта спортивной индустрии



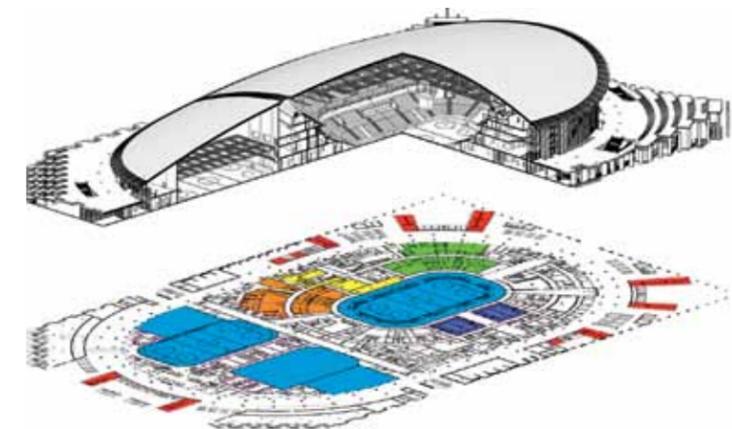
Реализация стратегии согласно базовому варианту развития отрасли предполагает ежегодный рост экспорта российской спортивной продукции в среднем на 7% с достижением к 2035 году объема в \$220 млн, рост промышленного производства спортивных товаров к 2035 году в 2,5 раза по сравнению с 2018 годом, а также увеличение числа патентных заявок на изобретения в сфере спортивных товаров до 45 ежегодно. Итогом реализации Стратегии станет увеличение регулярно занимающихся спортом россиян до 55%, а продолжительности здоровой жизни граждан — до 67 лет. 20 000 действующих спортивных площадок планируется модернизировать, а объем экспорта индустрии к 2024 году должен увеличиться на 30% до \$113 млн. Сегодня рынок спортивной продукции в России оценивается в 534 млрд рублей, при этом отечественные производители занимают на нем только 11%. Наиболее динамично развивается производство спортивной продукции для зимних видов спорта. Доля отечественной продукции в горнолыжном секторе составила 15%.

Динамика занимающихся спортом россиян



В НИЖНЕМ ПОСТРОЯТ НОВУЮ АРЕНУ

УЖЕ В ЭТОМ ГОДУ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ СТАРУЕТ ДОЛГОЖДАННАЯ «СТРОЙКА ВЕКА», О НЕОБХОДИМОСТИ КОТОРОЙ ДЕСЯТИЛЕТИЯМИ ВЕЛИ РАЗГОВОРЫ БОЛЕЛЬЩИКИ И РУКОВОДСТВО ХК «ТОРПЕДО». НОВАЯ ХОККЕЙНАЯ АРЕНА РАСПОЛОЖИТСЯ НА СТРЕЛКЕ В НЕПОСРЕДСТВЕННОЙ БЛИЗОСТИ ОТ СТАДИОНА «НИЖНИЙ НОВГОРОД», КОТОРЫЙ ГОД НАЗАД ПРИНИМАЛ МАТЧИ ФУТБОЛЬНОГО ЧЕМПИОНАТА МИРА.



На стыке Волги и Оки будет построен новый ледовый дворец на 12 000 мест стоимостью 6 млрд рублей. Арену планируется разместить рядом с недавно возведенным стадионом «Нижний Новгород». Региональные власти рассчитывают проводить здесь международные соревнования — вплоть до игр чемпионата мира, а в остальное время площадка будет использоваться якорным арендатором объекта — хоккейным клубом «Торпедо», играющим в Континентальной хоккейной лиге, а также молодежной и женской командами. Ледовый дворец будет включать в себя основную игровую арену, что позволит проводить здесь крупные соревнова-

ния, а также две тренировочные площадки: хоккейную и для керлинга. Планируется, что две арены станут основой спортивного кластера, создаваемого на Стрелке Волги и Оки. По словам заместителя директора ГКУ НО «Нижегородстройзаказчик» Якова Иошпы, проектную документацию планируется направить на государственную экспертизу. К этому времени должны быть решены все вопросы с земельным участком.

За основу новой Нижегородской ледовой арены может быть взят проект ледового дворца «Большой», который был построен в Сочи к Олимпиаде 2014 года. Наличие уже готового проекта могло бы существенно сократить сроки строительства. Вместе с тем, в проекте будет много и собственных идей. Организация-проектант будет выбрана по конкурсу, как и застройщик. Финансирование строительства планируется осуществить из средств федерального и регионального бюджетов. Работы начнутся уже этой осенью и, предположительно, закончатся в 2021 году — к 800-летию города.

Архитектурный критик Марина Игнатушко считает, что, размещая арену в районе Стрелки, региональные власти идут по пути наименьшего сопротивления. «Мы знаем, что вокруг таких крупных спортивных объектов, как стадион, как ледовая арена, всегда создается своеобразная зона отчуждения, — отметила она. — В эту зону попадают парковки и входные группы — создание таких пустых пространств необходимо по различным нормам безопасности. В то же время Стрелка является знаковым местом для Нижнего Новгорода».

В городе в настоящий момент функционируют две ледовые арены, каждая из которых вмещает чуть более 5 000 зрителей, что для города-миллионника крайне мало, учитывая количество болельщиков «Торпедо» и его «иколический» статус. Клуб играет в высшем дивизионе отечественного хоккея с 1947 года. Дворец спорта «Нагорный» не в состоянии вместить всех желающих посмотреть игру хоккейных команд, поэтому проблема «лишнего билета» в Нижнем стоит крайне остро.



НОВЫЙ БАССЕЙН В ТОЛЬЯТТИ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ ВЫДЕЛИТ ИЗ ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА 223 МЛН РУБЛЕЙ НА СТРОИТЕЛЬСТВО КРЫТОГО ПЛАВАТЕЛЬНОГО БАССЕЙНА В ТОЛЬЯТТИ. БАССЕЙН БУДЕТ РАСПОЛАГАТЬСЯ В ЦЕНТРАЛЬНОМ РАЙОНЕ НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ УЛИЦ УШАКОВА И БАНЬКИНА. ОН СТАНЕТ ПЕРВЫМ В ГОРОДЕ СПОРТИВНЫМ ОБЪЕКТОМ, ВОЗВЕДЕННЫМ В РАМКАХ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «500 БАССЕЙНОВ», КОТОРЫЙ КУРИРУЕТ «ЕДИНАЯ РОССИЯ».



Михаил Криштал,
Ректор ТГУ

Как сообщает пресс-служба Тольяттинского государственного университета, бюджет строительства в объеме 223 млн рублей планируется освоить к концу 2020 года. Бассейн ТГУ с пятью дорожками появится на месте действующей в настоящий момент автостоянки. Объект будет оборудован таким образом, что им смогут пользоваться и маломобильные группы населения. «Мы тщательно продумывали локацию спортивного сооружения подобного масштаба, – отмечает ректор ТГУ Михаил Криштал. – Основная идея, которую удалось реализовать при проектировании, заключается в соответствии нового объекта концепции «Университета, открытого в город». Иными словами, нужно сделать так, чтобы бассейн был доступен и остальным жителям микрорайона».

Новый бассейн проектируется через 1,5 квартала от функционирующего в данный момент бассейна «Старт», который по многим параметрам уже не отвечает современным требованиям, поскольку был построен во времена, когда в Соцгороде проживало в несколько раз меньше жителей, чем сегодня. Поэтому новый бассейн станет большим приобретением и для жителей Соцгорода и микрорайонов, прилегающих к пересечению улиц Ушакова – Банькина. А для студентов Тольяттинского госуниверситета это – возможность разнообразить спортивную жизнь и приобщиться к занятиям водными видами спорта. Общая площадь спортивного сооружения составит 3 248 м², длина бассейна – 25 метров. Как и другие спортивные объекты программы «500 бассейнов», бассейн Тольяттинского государственного университета будет доступен всем гражданам – в том числе, людям с ограниченными возможностями здоровья. При его строительстве будет использовано современное оборудование с инновационной системой водоподготовки.



СПОРТИВНЫЙ ГОРОДОК В НИЖНЕМ

Спортивно-развлекательная площадка «Спорт Порт» открылась на стадионе «Нижний Новгород» накануне отборочного матча «Евро-2020» между национальными сборными России и Кипра (1:0). На площадке оборудованы поля для игры в мини-футбол, теннисный корт и летний кинотеатр. Также в «Спорт Порте» работают 11 площадок для стритбола, 4 площадки для бадминтона, покрытие для занятий йогой, летний кинотеатр, зона настольных игр, детская зона, скейтпарк, трасса для роликов и велодорожка. Вход на площадку – бесплатный. Посетители могут взять спортивный инвентарь на прокат, а также перекусить в летних кафе. «Спорт Порт» будет открыт для всех желающих до конца сентября.



НОВЫЙ ФОРМАТ НА УРАЛМАШЕ

ФУТБОЛЬНЫЙ КОРТ НОВОГО ФОРМАТА ОТКРЫЛСЯ В ОРДЖОНИКИДЗЕВСКОМ РАЙОНЕ ЕКАТЕРИНБУРГА. СПОРТИВНАЯ ПЛОЩАДКА СООТВЕТСТВУЕТ ВСЕМ СОВРЕМЕННЫМ СТАНДАРТАМ И ТРЕБОВАНИЯМ БЕЗОПАСНОСТИ.

Искусственный газон высотой 40 мм дополняет резиновая крошка – такое покрытие смягчает удары при падении и делает игру менее травматичной. Освещают корт 8 светодиодных блоков, а пластиковые борта ограждают по периметру. Зимой площадка легко трансформируется в каток: траву засыпают слоем снега, а сверху заливают лед. Новый корт построили в рамках социального проекта «Футбол в каждый двор». Вход на него свободный. До конца года в Орджоникидзевском районе также откроется еще несколько площадок для воркаута и игры с мячом. «На территории района насчитывается 39 кортов, – рассказывает Роман Кравченко, глава Орджоникидзевского района Екатеринбурга. – Из них реконструирована лишь половина, поэтому работы нам хватит на ближайшее время. Детей в районе много – и всем им необходимо заниматься футболом и другими видами спорта. Именно для них власти и создают все условия».





WINTERCONGRESS
2019

WINTER CONGRESS: ОТ ПРОЦЕССА К РЕЗУЛЬТАТУ!

Текст: Владимир КОЛОСОВ

WINTERCONGRESS

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

Сроки
проведения

МАЙ - НОЯБРЬ 2019 г.

ИНИЦИАТОРЫ ПРОЕКТА
АНО «ФОРУМ «СПОРТИВНАЯ ДЕрЖАВА», в СОТРУДИЧЕСТВЕ С
НАЦИОНАЛЬНОЙ АГЕНТСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В МОСКВЕ ЗАВЕРШИЛ СВОЮ РАБОТУ XV МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС ИНДУСТРИИ ЗИМНИХ ВИДОВ СПОРТА, ТУРИЗМА И АКТИВНОГО ОТДЫХА, ОПЕРАТОРОМ КОТОРОГО ПО ТРАДИЦИИ ВЫСТУПИЛО КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО «СПОРТАКАДЕМРЕКЛАМА». МЕРОПРИЯТИЕ ПРОХОДИЛО В НОВОМ ФОРМАТЕ – СТРАТЕГИЧЕСКИХ СЕССИЙ. РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ ЭКСПЕРТОВ ЛЕГЛИ В ОСНОВУ МАСШТАБНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «РОССИЯ – СТРАНА МАССОВОГО СПОРТА».



WINTERCONGRESS
2019



Константин Хмелевский,
Министр спорта Камчатского края

Юбилейный XV WinterCongress ознаменовал собой начало масштабного федерального проекта, в очередной раз подтвердив свой статус крупнейшего и знакового события на рынке спортивной индустрии, а не индустрии зимних видов спорта. Дело в том, что конгресс в этом году не только изменился в формате, но и значительно расширил аудиторию спикеров и делегатов. Внедрением нового формата активно занималось Национальное агентство социальных коммуникаций, выступившее в качестве соорганизатора мероприятия. Проект «Россия – страна массового спорта» направлен на содействие в формировании и реализации Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года на региональном и федеральном уровнях, а также и на выполнение задач, поставленных в Указе Президента РФ от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Иван Макеев,
Заместитель министра
спорта Ульяновской
области



Вадим Рябинин, Президент фонда Георгия победоносца
и Леонид Тягачев, почетный президент ОКР



Илья Торосов, Заместитель министра
экономического развития РФ

ПРОАКТИВНЫЙ ФОРМАТ

Американская поговорка гласит: «Being proactive prevents others from becoming you!» В вольном переводе для тех, кому по разным причинам не удалось получить степень MBA в Америке в эпоху «лихих 1990-х», это звучит так: «Проактивность снижает до минимума возможность того, что кто-то вас скопирует». В подтверждение данного (небесспорного) тезиса стратегическая сессия WinterCongress-2019 стала



Дмитрий Глушко,
Президент Международного
комитета Игр «Дети Азии»

стартовой площадкой первого этапа проекта, в рамках которого профессиональное сообщество, спортивная общественность, представители бизнеса и власти объединили свои инициативы по созданию «Дорожной карты» развития отечественного спорта. Что было необходимо сделать для формирования образа будущего физической культуры и спорта в РФ на 2020-2030 годы? Тут все просто: обозначить этот самый «образ» и понять – что именно формированию этого образа мешает в данный момент. Выработанные в ходе двухдневной работы предложения и представленные проекты получили сертификаты «Большого жюри». Образ был признан, а мешающие его построению элементы – четко обозначены для последующей ликвидации. Причем, и сторона «экзаменаторов», и «студенты» подошли к кульминации



Елена Букина, Вице-президент
Международного альянса «Стратегических
проектов БРИКС»

конгресса без малейшего намека на формализм. Активисты стратегических групп защитили свои взгляды, а члены жюри дополнили их собственными примерами из повседневной деятельности в индустрии спорта. Порой возникало ощущение того, что даже наиболее ярко выраженные

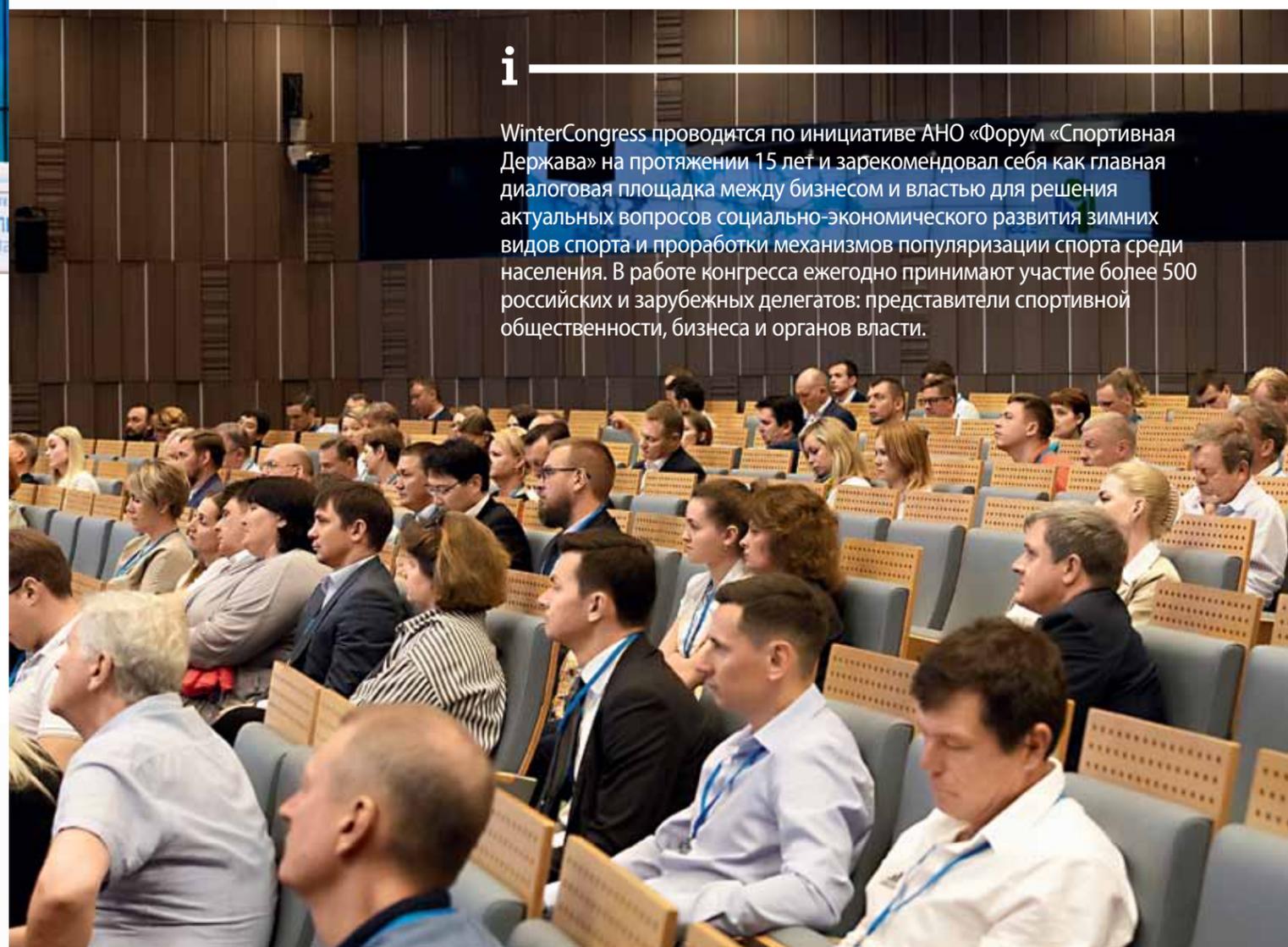
оптимисты «по обе стороны баррикад» не до конца верили в то, что новый формат WinterCongress окажется на деле столь успешным. В предыдущие годы мы наблюдали тренд, который уместнее всего назвать «криком души» выступающих (в основном, из зала), которые обращались к сидящим на подиуме с надеждой получить хоть какую-то поддержку в обозримом будущем. В этот раз происходило принципиально иное: за услышанные из зала инициативы и обозначенные проблемы теперь придется отвечать конкретными делами и решениями. Иными словами, главным отличительным фактором WinterCongress-2019 можно назвать переход от состояния теории (без конкретных обязательств) к практике (с полной персональной ответственностью).



Андрей Хромов, Заместитель
министра спорта Омской области

i

WinterCongress проводится по инициативе АНО «Форум «Спортивная Держава» на протяжении 15 лет и зарекомендовал себя как главная диалоговая площадка между бизнесом и властью для решения актуальных вопросов социально-экономического развития зимних видов спорта и проработки механизмов популяризации спорта среди населения. В работе конгресса ежегодно принимают участие более 500 российских и зарубежных делегатов: представители спортивной общественности, бизнеса и органов власти.





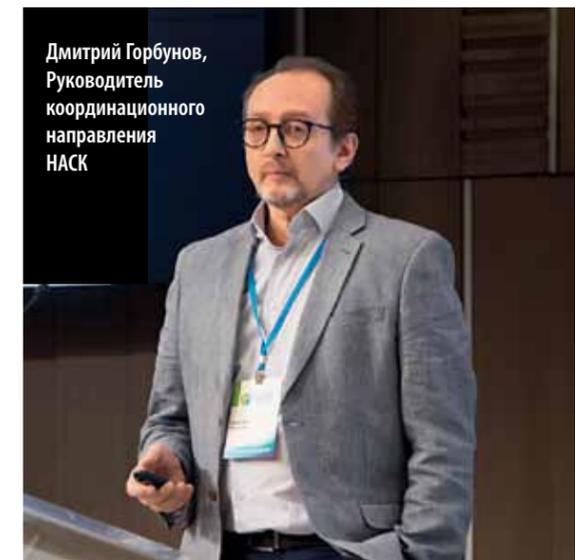
Алексей Степанов,
Генеральный директор АНО
«Форум «Спортивная держава»

ЖЮРИ

В состав «Больших братьев» из жюри вошли представители исполнительной и законодательной власти всех уровней. Как и положено по регламенту, большинство позиций заняли руководители органов исполнительной власти в области физической культуры и спорта. В частности, мероприятие поддержал председатель Комитета Совета Федерации ФС РФ по социальной политике Валерий Рязанский:



Олесья Романова,
Директор НАСК



Дмитрий Горбунов,
Руководитель
координационного
направления
НАСК

«WinterCongress-2019» – перспективная площадка для развития массового спорта в России. Это тот случай, когда бизнес объединяется с профессиональным сообществом. Активное участие общественности в реализации федеральных программ и национальных

проектов наполняет их новой жизнью и значительно упрощает процесс их реализации». Парламентарий напомнил, что Президент страны поставил задачу вовлечь более 55% населения в процесс регулярных занятий спортом. Пока это делают «лишь» 39% россиян – впрочем, это тоже немало по сравнению с другими европейскими странами. Еще один характерный тренд – заинтересованность среднего и крупного бизнеса в развитии спорта. «Во всем мире спорт – это бизнес, а массовый спорт – очень большой бизнес и драйвер

Валерий Рязанский,
Председатель комитета
Совета Федерации по
социальной политике



Сергей Орлов,
Генеральный директор
компании «Прайм Прайд»



Станислав Бюрюков,
Высшая школа экономики

Ольга Пирогова, Директор Международной бизнес-школы туризма Финансового университета при Правительстве РФ



Валентина Логачева,
Директор ГБПОУ МО «УОР № 1»

многих отраслей экономики. Делайте первый шаг, проявляйте инициативу, а правительство и региональные власти готовы вас поддержать», – отметил Валерий Рязанский в своем обращении к участникам WinterCongress. В свою очередь, заместитель министра экономического развития РФ Илья То-

росов выразил готовность совместно с ВЭБ оказывать финансовую поддержку привлекательным для инвесторов проектам с бюджетом от 3 млрд рублей. Эти проекты должны быть связаны с развитием массового спорта, спортивной инфраструктуры и туристической индустрии.





WINTERCONGRESS
2019



Владислав Субботин, Исполнительный директор «Союза Горнолыжной индустрии»



Евгения Седых, Руководитель отдела продаж компании «Пистенбулли Руссланд»

НАРОДНЫЕ ПРОГРАММЫ

Но все же, главным итогом мероприятия стал старт проекта по разработке народных программ, направленных на развитие массового спорта, которые послужат основой для создания государственных программ и бизнес-проектов, а также дадут толчок развитию частной инициативы в отрасли. Главной задачей Координационного совета по развитию массового спорта в рамках проекта «Россия – страна массового спорта», сформированного по итогам конгресса, станет поддержка деловых инициатив в федеральных округах РФ.

Круглый стол «Развитие массового зимнего спорта»



Круглый стол «Спорт в онлайн. Новая возможность подготовки или путь в никуда?»



Рудольф Лукавски, Торговый советник посольства Австрии в РФ



Николай Товар, Заместитель председателя правления РСПХП



На следующем этапе проект подхватят регионы с проведением серий всероссийских и окружных мероприятий. Здесь речь идет об образовательных, деловых и развлекательных программах для взрослых, молодежи и детей в форматах мастер-классов, дискуссий и воркшопов. Именно так будет формироваться новое отношение россиян к своему образу жизни и обществу. В поддержку проекта заработает интернет-портал, который консолидирует сведения о ключевых программах, инициативах и статистических данных о вовлеченности населения страны в массовый спорт. На финальной панельной сессии, которая пройдет в Москве в ноябре 2019 года, региональные рабочие группы представят собственные инициативы,



Стратегическая сессия WinterCongress

а утвержденные Координационным советом и поддержанные «Большим жюри» проекты станут частью единой «Дорожной карты» развития российского спорта.

ИТОГИ

Подводя итоги WinterCongress, генеральный директор АНО «Форум «Спортивная держава» Алексей Степанов отметил то, что каждый



WINTERCONGRESS
2019



Михаил Паёл, Генеральный директор компании «ГТЦентр»

из 15 проведенных конгрессов по своему выполнял миссию уникальной коммуникационной площадки для реализации задач, общих для индустрии зимних видов спорта и туризма. «WINTERCONGRESS-2019 значительно расширил свои границы и в полной мере оправдал наши ожидания – диалог между главными участниками федерального проекта «Россия – страна массового спорта» вышел на принципиально новый уровень». «Деловая программа юбилейного XV WinterCongress была насыщена интересными докладами и активной работой участников – особенно в стра-



Вручение диплома «Лидеры спортивной индустрии» руководителю компании «Ратрак-сервис» Владимиру Марину



Роман Золотарев, Директор по маркетингу компании «ISD»



Жанна Дроздецкая, Генеральный директор компании «РИФ»



Борис Петров и Кристофер Кеннет

Большое жюри:
Приемка результатов
Стратегической сессии



Защита проектов перед членами Большого жюри

тегической сессии «Россия – страна массового спорта», – в свою очередь отметил Борис Петров, директор НП «Собрание горнолыжных центров России». – Я уверен, что результаты этой работы принесут свои плоды, о которых мы узнаем на следующем конгрессе, а также решениях, постанов-



лениях и отчетах заинтересованных министерств и ведомств. Организация была на самом высоком уровне, и кофе очень вкусный!». «Особая благодарность за то, что нам предоставили шанс обнародовать свою позицию по многим вопросам, – подчеркнул Юрий Ильченко, НК «Мир без границ». – Особое внимание национальным проектам – «Дорожным картам». Благодаря новым знакомствам с участниками конгресса, я получил уникальный опыт подготовки инструкторов для бесплатных секций зимних видов спорта, которые я открываю в Переславском округе Ярославской области для детей, нуждающихся в особом внимании». ■



Большое жюри:
Приемка результатов
Стратегической сессии



ПРЕМИЯ «СПОРТ И РОССИЯ-2019»

В СОЧИ ПОДВЕЛИ ИТОГИ VI ЕЖЕГОДНОЙ ПРЕМИИ «СПОРТ И РОССИЯ-2019». МЕРОПРИЯТИЕ ПО ТРАДИЦИИ ПРОХОДИТ ПРИ ПОДДЕРЖКЕ МИНИСТЕРСТВА СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, РОССИЙСКОГО ФУТБОЛЬНОГО СОЮЗА И ФУТБОЛЬНОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЛИГИ. ИНФОРМАЦИОННЫМ ПАРТНЕРОМ ВЫСТУПАЕТ КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО «СПОРТАКАДЕМРЕКЛАМА»

Sport Build | июнь 2019

Каждым годом интерес к премии растет, привлекая в ряды участников представителей новых направлений в спорте. Например, киберспорт, зародившийся совсем недавно и быстро набравший обороты, завоевал сердца миллионов людей по всему миру, набрал огромную популярность и уже сейчас успешно борется за зрительскую аудиторию.

«Киберспорт – это одно из самых быстрорастущих и перспективных направлений современных цифровых технологий, которое открывает новые возможности для самореализации каждому человеку, – отмечает Дмитрий Гашев, директор оператора связи «Пролинк». – Я благодарен жюри премии за высокую оценку моего личного вклада в развитие и поддержку киберспорта в нашей стране и хочу подчеркнуть, что поддержка киберспорта, кибербезопасности и интернет-телевидения являются одними из приоритетных направлений нашей компании».

«Для нас получение этой премии третий год подряд – показатель стабильного развития. Мы горды тем, что «держим планку» и делаем спорт частью повседневной жизни обычного человека. Благодарим организаторов форума «Спорт и Россия» за высокую оценку нашего труда и уверенность в том, что мы движемся в правильном направлении», – делится впечатлениями



ми Сергей Рощупкин, президент сети фитнес-клубов «Зебра».

На церемонии были награждены компании в 10 категориях, включая «Лучшие проекты по видам спорта», «Спонсорские спортивные проекты», «Корпоративные социально-спортивные проекты», «Спортивные товары и услуги» и др. В категории «Профессионалы спорта и здорового образа жизни» победителем стала компания BingoBoom.

В качестве почетных гостей на форум и церемонию вручения премий приехали звезды российского футбола Дмитрий Сычев и Александр Филимонов, а также олимпийский чемпион Александр Легков и известный российский хоккеист Алексей Морозов. ■

1. Виктор Гусев, телеведущий, спортивный комментатор
2. Александр Легков, Олимпийский чемпион, депутат Московской областной Думы
3. Павел Самиев, Генеральный директор аналитического агентства «БизнесДром» и Сергей Качоровский, «СпортАкадемРеклама»
4. Дмитрий Сычев, российский футболист



ПМЭФ ПОДВЕЛ ИТОГИ СПОРТА

РАЗВИТИЕ СПОРТА В СТРАНЕ НЕРАЗРЫВНО СВЯЗАНО С РОСТОМ ЭКОНОМИКИ В ЦЕЛОМ. К ТАКОМУ ВЫВОДУ ПРИШЛИ УЧАСТНИКИ ОЧЕРЕДНОГО ПЕТЕРБУРГСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА. НАСЫЩЕННАЯ СПОРТИВНАЯ ПРОГРАММА ЭТОГО ГОДА ОБЪЕДИНИЛА ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ С УВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ СПОРТИВНЫМИ СОБЫТИЯМИ.



Президент РФ
Владимир Путин

В рамках ПМЭФ-2019 состоялись мероприятия по 12 видам спорта. В частности, важнейшими элементами деловой программы стали сессии «Спорт для всех: мировые тренды и деловой подход»

и «Футбол в интерьерах большого города». Особенностью этого года стало то, что спортивные федерации, оргкомитеты крупнейших турниров и ведущие компании выбрали бинарную модель своего участия в ПМЭФ:

формат презентации либо представительский стенд на площадке форума плюс спортивная активность на аренах и в парках Санкт-Петербурга. Открывая дискуссию, посвященную спорту, заместитель председателя Правительства РФ Ольга Голодец отметила, что задача государства заключается в том, чтобы привлечь 55% населения РФ к занятиям спортом. «Мы уже начали двигаться по этой траектории. За прошлый год число спортсменов среди россиян выросло на 4 млн. У нас произошли очень серьезные изменения в структуре занимающихся спортом, особенно среди детей и молодежи. После проведения чемпионата мира по футболу очень много детей по всей России записались в секции футбола, на 59 000 выросло число занимающихся плаванием, большим спросом стали пользоваться хоккей и легкая атлетика», – отметила вице-премьер. Открыл спортивную программу международный автопробег «Ралли мира» на электромобилях под лозунгом «Европа любит Россию. Евразия наш общий дом». Старт автопробегу был



Вице-Премьер РФ Ольга Голодец

дан 27 мая в Монте-Карло, а 6 июня автоколонна прибыла на площадку ПМЭФ в КВЦ «Экспофорум». В открытии парка футбола «Евро-2020» на Заячьем острове приняли участие чемпион мира и Европы Кристиан Карамбе (Франция) и призер Евро-1996 Сол Кэмпбелл (Англия). Вместе с главным исполнительным директором УЕФА Мартином Калленом они также приняли участие в работе стенда «Евро-2020» на ПМЭФ и сессии «Футбол в интерьерах большого города». Напомним, ряд матчей «Евро-2020» примет и Северная столица. По инициативе Международной шахматной федерации (ФИДЕ) 14-й чемпион мира Владимир Крамник провел сеанс одновременной игры для участников форума, а рекордсмен Книги Гиннеса Тимур Гареев из США продемонстрировал мастерство игры вслепую. За шахматной доской на форуме встретились президент ФИДЕ Аркадий Дворкович, первый вице-спикер Государственной Думы Александр Жуков, депутат Государственной Думы Юрий

Афонин, вице-премьер Удмуртии Михаил Хомич, а также представители деловой элиты. Боевой ничьей 2:2 завершился гала-матч по хоккею на Кубок фонда «Росконгресс» между сборными ПМЭФ и правительства Санкт-Петербурга. Сборную форума усилили двукратный призер Олимпийских игр Алексей Яшин и трехкратный чемпион мира Данис Зарипов. Вместе с ними на лед вышли президент группы компаний «Новотранс» Константин Гончаров, забросивший одну из шайб, генеральный директор «Зенита» Александр Медведев. Сборную Санкт-Петербурга возглавили вице-губернатор Максим Шаскольский и олимпийская чемпионка – а ныне депутат Государственной Думы Светлана Журова. Все участники матча получили клюшки, выпускаемые заводом «Заряд», который три года назад в Набережных Челнах основал Данис Зарипов. Президент Единой лиги ВТБ Сергей Куценко и ее генеральный директор Илона Корстин приняли участие в

гала-матче по баскетболу с командой ПМЭФ. На площадку также вышли двукратный призер чемпионатов мира, министр спорта Нижегородской области Сергей Панов, амбассадор баскетбольной программы «Сибур», чемпион Европы Сергей Быков, глава «ВТБ Капитал Инвестиции» Владимир Потапов.

Более ста человек разыграли «Международный кубок по гольфу ПМЭФ-2019», который состоялся в гольф-клубе «Петергоф». Участниками турнира стали первый вице-спикер Государственной Думы Александр Жуков, президент Ассоциации гольфа России Виктор Христенко, президент «Объединенной судостроительной корпорации» Алексей Рахманов, генеральный директор «ГЛОНАСС» Игорь Милашевский.

Жители города посетили фестиваль, объединивший старты трофи-рейда «Ладога», автопробега «Ралли мира» из Санкт-Петербурга в Монако, ретро-ралли «Ленинград» и парад гоночной техники «Фестиваль скорости».

«По сравнению с прошлым годом значительно вырос запрос на участие в гала-матчах и турнирах: составы были сформированы буквально за неделю после старта приема заявок, – отметил заместитель директора фонда «Росконгресс» Георгий Брюсов. – Следующим шагом в этом направлении стало развитие круглогодичного проекта Roscongress Sport Club. В выставочной зоне ПМЭФ были представлены мероприятия по 12 видам спорта, 2 сессии о спорте в деловой программе и 5 стендов спортивных проектов. Причем, спортивные федерации, регионы и представители бизнеса комплексно использовали всю имеющуюся линейку возможностей для презентации своих спортивных проектов». ■



ТОНКОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОГОРЬЯ И ВЕЧНОЙ МЕРЗЛОТЫ

КОМПАНИИ ООО «ИГС» И ООО «МЕГАПОЛИС», ВХОДЯЩИЕ В ГРУППУ КОМПАНИЙ «ГРАНИТ», ОКАЗЫВАЮТ ПОЛНЫЙ СПЕКТР УСЛУГ – ОТ РАЗРАБОТКИ МАСТЕР-ПЛАНА СПОРТИВНО-ТУРИСТИЧЕСКОГО СООРУЖЕНИЯ И ВЫПОЛНЕНИЯ КОМПЛЕКСА ПРОЕКТНО-ИЗЫСКАТЕЛЬСКИХ РАБОТ ДО ВЫПОЛНЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ И ВВОДА ОБЪЕКТА В ЭКСПЛУАТАЦИЮ. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ НАПРАВЛЕНА НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОЙ ЭКСПЛУАТАЦИИ СООРУЖЕНИЙ В ГОРНЫХ УСЛОВИЯХ, В ОБЛАСТИ СЛАБЫХ, СПЕЦИФИЧНЫХ И ВЕЧНОМЕРЗЛЫХ ГРУНТОВ, В РАЙОНАХ С ВЫСОКОЙ СЕЙСМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТЬЮ. СЕГОДНЯ НАШИМИ ЭКСПЕРТАМИ ЯВЛЯЮТСЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ ООО «ИНЖИНИРИНГ ГЕОТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМ» И ООО «МЕГАПОЛИС» ИЛЬЯ ЧИБИРЬКОВ И ЕВГЕНИЙ ПЛЕТНЕВ.

ИГС

Деятельность компаний, входящих в группу, предусматривает эффективное разделение компетенций без дублирования функций. Так, ООО «Мегаполис» главным образом сосредотачивает свою деятельность на проектировании, в то время как ООО «ИГС», выполняя комплекс работ по геотехническому строительству и устройству инженерной защиты, может выступать в проекте и как подрядчик, и как генподрядчик. Проблема неустойчивых грунтов преследует индустрию спорта не только в районах вечной мерзлоты, но и на Побережье Сочи и Крымского полуострова, где требуется комплексный спектр услуг по закреплению грунтов и защите от оползневых и эрозионных процессов, выполнения комплекса противокампнадных, селезащитных и лавинозащитных мероприятий, усилению грунтов основания в условиях высокогорья и береговых линий.

ГОТОВНОСТЬ

Не секрет, что многие заказчики в России пытаются экономить на инженерной защите, не уделяя ей достаточного внимания: работы выполняются либо поверхностно, либо же всё предпочитают заливать бетоном. В результате сели и лавины наносят большой ущерб, нежели требуется на реализацию решений в процессе строительства. В ООО «ИГС» готовы предложить и реализовать мероприятия по обеспечению объектов инженерной защиты. Сегодня в России крайне мало компаний, которые могут предложить в этой области действительно комплексный подход – от разработки основных технических решений до проведения испытаний и эксплуатации построенных сооружений.

АРСЕНАЛ СРЕДСТВ

В арсенале ООО «ИГС» находятся как самые современные технологии, подкрепленные научно-исследовательскими работками, так и передовая материально-техническая база для их реализации, в том числе при помощи специализированной техники мировых лидеров в области геотехники, штат высококвалифицированных сотрудников. Безопасность эксплуатации на объектах, в том числе с высоким уровнем сложности, обеспечивают анкера торговой марки «Геокреп», грунтовые анкера «Геоякорь», сетчатые системы «Дельта-ИКС» и «ТЕККО», производимые компанией ООО «Геотехнические Системы», входящей в ГК «Гранит», на территории РФ совместно с Европейскими компаниями.



Евгений ПЛЕТНЕВ,
Генеральный
директор
ООО «Мегаполис»



Илья ЧИБИРЬКОВ,
Генеральный
директор ООО «ИГС»,
Почетный строитель
России

ДИНАМИКА

Компания полагается исключительно на собственные силы и технологии. Сегодня ООО «ИГС» выполняет самостоятельно до 95% всех строительно-монтажных работ. ООО «ИГС» – первая компания, предложившая устройство анкерных конструкций в виде микро-свай в условиях многолетнемерзлых (вечномерзлых) грунтов. Данная научно-техническая разработка позволяет устанавливать опоры, в том числе канатных дорог на отметках, где грунты являются вечномерзлыми. Компания впитала в себя богатый мировой опыт в области инженерной защиты и успешно реализует его в российских реалиях.

ООО «МЕГАПОЛИС»

К сфере деятельности компании ООО «Мегаполис» относится полный комплекс проектно-изыскательских работ на всех стадиях разработки, с последующим согласованием и прохождением государственных и ведомственных экспертиз. Результатом проводимой работы является получение заключений и разрешений в контрольных и надзорных органах для проектируемых объектов промышленного и гражданского строительства по всей России. Несомненно, особое место в этом списке занимают объекты олимпийского и постоллимпийского развития: «Горноклиматический курорт «Альпика-Сервис», ГТЦ ПАО «Газпром», «Соединительные трассы между горнолыжными склонами «G» и «F» на площадке «Пихтовая поляна» ГТЦ ПАО «Газпром». «Корректировка», «Инженерная противооползневая защита северного склона хребта Псехако. «Корректировка», а также уникальный проект объединения популярных российских курортов международного уровня (ГКК «Альпика-Сервис», ГЛК «Роза Хутор» и ГК «Горки Город») посредством единого ски-пасса, реализующийся в рамках ПП РФ – «Реконструкция ГТЦ ПАО «Газпром», 4 очередь». Основная цель объединения курортов – повысить уровень комфорта для отдыхающих, а также объем предоставляемых услуг. Также в активе компании инвестиционные и жилищные проекты, реализованные в г. Санкт-Петербурге, а также в Ленинградской и Томской областях.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ

В своей работе компания придерживается принципов применения современных технологий и оборудования, отвечающего



духу времени. Ведется научно-техническая работа, результатом которой является разработка и сертификация инженерных систем, позволяющих обеспечить инженерную защиту территории строящихся объектов. Основная функция проектируемых объектов – оказание комплекса услуг для отдыхающих, включающего в себя отдых, питание, оказание медицинских услуг, предоставление спортивного инвентаря и др. В комплекс зданий интегрированы здания обслуживающего и технологического назначения. Компания ООО «Мегаполис» занимает лидирующие позиции в Краснодарском крае по реализации проектов в сфере проектирования канатных дорог. Требования к повышению качества эксплуатации канатных дорог, а также высоким уровням безопасности, зачастую порождают новые технические решения и усовершенствования конструкций КД. Решения компании ООО «Мегаполис» по всепогодному использованию канатных дорог (как для летнего, так и для зимнего туризма) придают завершенность концепции развития горнолыжных курортов. Для гарантированного обеспечения начала сезона эксплуатации проектами предусматривается оборудование горнолыжных склонов системами искусственного снегообразования. Данные системы также увеличивают срок сезонного катания, что в совокупности с решениями по освещению горнолыжных трасс позволяет максимально использовать горнолыжный сезон как в дневное, так и в ночное время.

ЦЕНТРАЛЬНОЕ ЗВЕНО

Центральным звеном проекта является ГКК «Альпика-Сервис»: общая протяженность реализованных горнолыжных трасс

составляет 12 191 м с отм. +550 м до +2252 м. Горнолыжные трассы на отм. от +550 м до +1500 м освещены в темное время суток. Поскольку «Альпика-Сервис» является одним из самых молодых канатных дорог, ООО «Мегаполис» удалось применить в своих проектных решениях бесценный международный опыт, полученный на многих горно-климатических курортах Европы и мира.

ДУМЫ О БУДУЩЕМ

Главной корпоративной ценностью в ООО «Мегаполис» считают собственные технологии и разработки, которые успешно работают на построенных объектах, а также обеспечивают реализацию решений по импортозамещению. Компания принимает активное участие в развитии горного кластера Сочи. В том числе – разработка мастер-плана в районе Грушевой поляны и Кордона Пслух по объекту «ГТЦ ПАО «Газпром» в с. Эстосадок Адлерского района г. Сочи, 3-я очередь строительства». Данный проект будет развиваться как всепогодный и станет продолжением единой концепции по объединению ски-пасса ведущих курортов. ■

СТАДИОНЫ «НОВОЙ ВОЛНЫ» БЕЗ ОГНЯ?

Текст: Владимир КОЛОСОВ

СОВРЕМЕННЫЕ СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ ЗАМЕТНО ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ПРЕДШЕСТВЕННИКОВ ПО УРОВНЮ КОМФОРТА И БЕЗОПАСНОСТИ – В ТОМ ЧИСЛЕ, И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ. КОМПЛЕКСНОЙ ЗАЩИТЕ ОТ ВСЕВОЗМОЖНЫХ УГРОЗ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ СЕГОДНЯ УДЕЛЯЮТ САМОЕ СЕРЬЕЗНОЕ ВНИМАНИЕ. ПРИЧЕМ, ЗАЩИТУ ЭТУ НЕОБХОДИМО ОБЕСПЕЧИТЬ НЕ ТОЛЬКО ЗРИТЕЛЯМ, СПОРТСМЕНАМ И ПЕРСОНАЛУ, НО И САМОМУ СТАДИОНУ – ЕГО КОНСТРУКЦИЯМ И ИНЖЕНЕРНОМУ ОБОРУДОВАНИЮ.

ТРЕВОЖНАЯ СТАТИСТИКА

Опасность возникновения пожара существует всегда – особенно там и тогда, когда ее никто не ждет. Спортивные объекты в этом плане – не исключение. 11 мая 1985 года на стадионе в английском Бредфорде произошел пожар, унесший жизни 56 человек, и еще 200 зрителей получили тяжелые ожоги. Причиной чрезвычайного происшествия стало возгорание кучи мусора, находившейся под деревянной трибуной. Вся конструкция была охвачена огнем уже через 5 минут после появления первого очага. Пути эвакуации оказались закрытыми, и зрители пытались спастись, выбегая на поле. Маломобильные группы населения и люди преклонного возраста самостоятельно эвакуироваться не смогли.

В России крупных пожаров непосредственно на футбольных стадионах в последние годы не зафиксировано, однако другие категории культурно-массовых заведений стабильно пополняют печальную статистику. Так, несколько лет назад страшная трагедия произошла в кемеровском ТЦ «Зимняя вишня»:

64 погибших. Ранее аналогичная трагедия произошла в Перми – в клубе «Хромая лошадь», где число погибших и вовсе побило все мыслимые рекорды – 156 человек. Несмотря на огромное количество людей в форме на улицах городов и внутри помещений культурно-массового назначения, Россия с большим отрывом удерживает ведущие позиции в мире по количеству крупнейших пожаров, авиа- и автокатастроф, затопленных электростанций и подводных лодок, взорванных жилых домов, пущенных под откос поездов, распадающихся «на молекулы» стен аквапарков. Большинство подобных явлений характеризуются невероятными совпадениями и обстоятельствами, которые каким-то образом обходят стороной остальной цивилизованный мир. Обществу в течение столетий так и не удастся объяснить причины существования на карте мира «Империи перманентных катастроф».





БЕЗОПАСНОСТЬ В ТЕОРИИ

Российским проектировщикам и строителям установлены предельно жесткие нормативы и своды правил безопасности, соблюдение которых является обязательным как для успешной сдачи объекта в эксплуатацию, так и для его экологической сертификации. «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» в качестве приложения к Федеральному закону №123-ФЗ обеспечивает единый подход к пожарной защите в масштабах страны. Нормы регламентируют наличие двух типов защиты: активной и пассивной. К первой относят системы пожарной сигнализации и обнаружения очагов возгорания, датчики задымления, установки для водяного и пенного пожаротушения. «Активное» оборудование всегда на виду: ответственным за строительство объекта легко проконтролировать его качество и работоспособность в процессе проведения тестов.

РЕАЛЬНОСТЬ

Тем не менее, анализ инфраструктуры безопасности спортивного объекта как единого комплекса взаимосвязанных систем показывает, что прописанные в российском законодатель-

11 мая 1985 года на стадионе в английском Бредфорде произошел пожар, унесший жизни 56 человек

стве противопожарные нормативы обеспечивают лишь общие регламенты, дающие возможность выбирать оборудование с минимальными требованиями к его техническим характеристикам. Таким образом, генподрядчик получает возможность сэкономить, удовлетворив лишь формальные требования норм пожарной безопасности, не обеспечив при этом полноценной реальной защиты объекта и находящихся на нем людей с учетом специфики и повышенных рисков.

ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕРИАЛЫ

Все же, с пассивной защитой дело обстоит несколько сложнее. Она подразумевает объемно-планировочные решения и использование определенных материалов внутри и снаружи спортивного объекта.

Многие элементы системы пожарной безопасности скрыты под отделкой, и ошибки проектирования и подбора не заметны невооруженным глазом. Иными словами, требуется тщательный контроль как со стороны генерального подрядчика строительства, так и надзорных органов.

К основным мерам обеспечения пожарной безопасности спортивных объектов относят деление на отдельные отсеки площадью не более 2500 м² и высотой не более 50 м (16 этажей). Такое деление осуществляется с помощью возведения так называемых брандмауэров, то есть противопожарных стен. Однако, наиболее критическое значение имеет выбор строительных материалов, в том числе и утеплителей для стен, фасадов и кровель, поскольку от них во многом зависит скорость распространения огня, токсичность дыма, общая устойчивость сооружения и обеспечение требуемой степени огнестойкости. Нужными свойствами обладают не все теплоизоляционные материалы. Так, некоторые виды пенополистирола относят к классу горючих, поэтому, в соответствии с действующими нормами, при его использовании рекомендуется выполнять противопожарные рассечки из негорючего

утеплителя у обрамления окон и дверей. Отдельные производители PIR-плит добавляют низкокачественный модифицированный пенополиуретан, что свидетельствует о высоком классе токсичности подобного строительного материала, достигающего до группы Т3 (высокотоксичный).

Еще одна серьезная угроза при пожаре – возможное обрушение спортивного сооружения или отдельных его частей под воздействием критических температур. Поэтому к материалам, используемым при возведении несущих и ограждающих конструкций, перекрытий и кровель предъявляются особые требования. Например, уже при температуре +150°C в железобетоне возникают микротрещины, а нагрев до +380°C приводит к его полной потере прочности. Наиболее надежным и логичным выглядит

К ОСНОВНЫМ МЕРАМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ ОТНОСЯТ ДЕЛЕНИЕ НА ОТДЕЛЬНЫЕ ОТСЕКИ ПЛОЩАДЬЮ НЕ БОЛЕЕ 2500 М² И ВЫСОТОЙ НЕ БОЛЕЕ 50 М (16 ЭТАЖЕЙ). ТАКОЕ ДЕЛЕНИЕ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ С ПОМОЩЬЮ ВОЗВЕДЕНИЯ ТАК НАЗЫВАЕМЫХ БРАНДМАУЭРОВ, ТО ЕСТЬ ПРОТИВОПОЖАРНЫХ СТЕН.

изначальный выбор теплоизоляции из негорючего материала – например, каменной ваты. Ее волокна, не плавясь, выдерживают температуры более 1000°C. В системах конструктивной огнезащиты каменная вата является надежным барьером для распространения огня и обеспечивает предел огнестойкости конструкций до четырех часов. Последнее крайне важно, учитывая, что во время пожара значительно повышается температура несущих элементов, что негативно сказывается на прочности каркаса здания. Для обеспечения пределов огнестойкости, заложенных нормативными документами (до 240 минут), бетон, из которого выполняются несущие элементы, обрабатывают специальными огнезащитными средствами – например, штукатурными покрытиями на основе вспученного жидкого





стекла, извести и гипса. Однако они могут применяться в помещениях с относительной влажностью не более 60% и обладают пределом огнестойкости до 120 минут, а этого не всегда достаточно для крупного спортивного объекта. Альтернативным решением является применение огнезащитных покрытий из плит каменной ваты – например, двухплотностных «FT BARRIER D». Они обеспечивают предел огнестойкости до 240 минут и не имеют ограничений в монтаже. Утеплитель можно укладывать при любой температуре и влажности – он крепится при помощи металлических анкеров, а сверху наносится декоративное покрытие. Такое решение сочетает в себе свойства огнезащиты и теплоизоляции.

CASE STUDY

Первым в России спортивным объектом, построенным в полном соответствии с международными требованиями пожарной безопасности, можно считать «Казань Арену». Здание переменной этажности (от 5 до 8 уровней) расположилось на участке 32 га. Высота стадиона – 50 м, площадь – 113 000 м², размер поля – 105 × 68 м.



Проект «Казань Арены» был признан типовым для всех новых футбольных стадионов. За активную пожарную безопасность на объекте отвечают насосные установки спринклерного пожаротушения. Элементами пассивной защиты стали огнеупорные сиденья, а также комплексное решение по теплоизоляции и огнезащите из каменной ваты. Подобные материалы использовались и во Дворце единоборств – причем, там застройщику удалось существенно ускорить монтаж, благодаря использованию плит двойной плотности с более мягким нижним и жестким верхним слоем «ВЕНТИ БАТТС Д». Комбинированная структура позволяет также снизить вес конструкции и уменьшить расход крепежных элементов в сравнении с двухслойным утеплением. Кроме того, благодаря отсутствию нижнего слоя, использование таких продуктов облегчает процедуру визуаль-

ного контроля качества исполнения теплоизоляции – вплоть до закрытия облицовкой. При строительстве многих спортивных объектов в Казани применялись плиты из каменной ваты «ROCKWOOL» – они обладают хорошими теплоизоляционными и пожарозащитными свойствами.

Каменная вата нашла свое применение и в столице – на «Открытие Арене» и БСА «Лужники». В процессе строительства спартаковского стадиона и реконструкции «Лужников» в рамках подготовки к ЧМ-2018 изначально требовалось обеспечить высокий уровень безопасности – вплоть до устройства огнезащиты коммуникаций. ФИФА требовала предусмотреть все возможные меры обеспечения противопожарной безопасности, поскольку при пожаре трубы могут выгореть, и тогда в местах их прохода через стены и прочие перегородки откроется путь для распространения огня. Так, например, воздуховоды систем вентиляции и кондиционирования из тонкостенного стального листа в случае развития пожара выдерживают не более 15 минут.

Для защиты инженерных систем на «Открытие Арене» использовались

навивные цилиндры «ROCKWOOL 100» из каменной ваты и материал «WIRED MAT 80», позволяющие трубам сохранить целостность даже при воздействии критически высоких температур. На БСА «Лужники» установили оборудование для пожаротушения самого последнего поколения. Всего на главной спортивной арене страны было проложено 65 000 метров трубопровода, смонтирована система из 22 500 водяных оросителей и 350 установок пожаротушения. Установленное в Лужниках оборудование подразделяется на 3 категории: системы водяного, газового и порошкового пожаротушения. Все они являются автономными.

ЭВАКУАЦИЯ

Особое значение при проектировании и строительстве крупных спортивных объектов уделяется процессу эвакуации людей с трибун. Прежде всего, эвакуационные выходы архитекторы стараются проектировать так, чтобы они открывали путь на незадымленные лестничные клетки, ведущие наружу. Эти зоны дополнительно защищены от пожара и задымления, а эвакуационные выходы оборудованы противопожарными дверями. В функции системы описанной выше активной защиты людей на стадионе входят такие элементы, как оповещение о возникновении

пожара, удаление дыма, локализация очага возгорания и тушение пожара. Однако первым элементом активной защиты является пожарная сигнализация – система обнаруживает очаг возгорания при помощи датчиков, реагирующих на повышение температуры и задымление. После этого сигнал поступает на пульт, на котором высвечиваются координаты очага возгорания и номер конкретного датчика, с которого получен сигнал.

ВОДА И КАБЕЛЬ

Как правило, пожарная сигнализация интегрирована с системой пожаротушения, которая включается автоматически после поступления сигнала на пульт. При строительстве объектов повышенной сложности, к которым относятся и футбольные стадионы, часто используют сплинкерные (водные) системы пожаротушения тонкораспыленной водой. При этом образуется водяной туман, состоящий из микрокапель толщиной менее

ПРИМЕНЕНИЕ ОГНЕЗАЩИТНЫХ ПОКРЫТИЙ ИЗ ПЛИТ КАМЕННОЙ ВАТЫ – НАПРИМЕР, ДВУХПЛОТНОСТНЫХ «FT BARRIER D» – ОБЕСПЕЧИВАЕТ ПРЕДЕЛ ОГНЕСТОЙКОСТИ ДО 240 МИНУТ. ПЛИТЫ НЕ ИМЕЮТ ОГРАНИЧЕНИЙ В МОНТАЖЕ.





200 микрон, который существенно увеличивает скорость поглощения тепла из горючих газов и пламени, а также вытесняет кислород из зоны горения. Подобным образом обеспечивается быстрая локализация очага возгорания с последующим затуханием пламени. В отличие от традиционных методов, пожаротушение тонкораспыленной водой позволяет обойтись меньшим количеством жидкости и быстрее справиться с пожаром. Кроме того, сплинкерные системы значительно снижают уровень ущерба, причиняемого объекту водой.

Отдельная тема – защита электрических кабелей, которая обусловлена

тем, что возгорание в кабельных трассах способно привести к неконтролируемому распространению огня на другие части спортивного сооружения. Кроме того, изоляция кабеля при горении выделяет густой дым и токсичные соединения, осложняющие эвакуацию людей. Важным аспектом защиты объекта от пожара и обрушения является негорючесть теплоизоляционных материалов, используемых при создании многослойной конструкции стен и фасадных систем. С этой точки зрения, наиболее эффективной защитой является обработка кабелей и кабельных трасс специальным покрытием терморасширяющегося типа. Основное преимущество такого материала состоит в его комплексном действии: покрытие нейтрализует до 80% хлористого водорода при горении хлорсодержащих пластмасс, снижает токсичность продуктов горения, замедляет скорость горения и понижает его температуру.

БЕЗ ПАНИКИ!

При разработке систем безопасности стадионов анализируются любые возможные сценарии и последствия чрезвычайных ситуаций, связанных с пожаром. К числу главных факторов риска относятся паника и давка при эвакуации в результате срабатывания пожарной сигнализации либо задымления,

вызванного возгоранием. Технически, при срабатывании системы пожаротушения в помещении в течение 10-60 секунд подается газовое огнетушащее вещество и создается избыточное давление, которое выходит наружу через клапаны сброса избыточного давления. Однако первопричина паники среди посетителей объекта заключаются в том, что ложные и несанкционированные срабатывания систем автоматического газового пожаротушения (АГПТ) на спортивных сооружениях происходят значительно чаще, чем штатные – в случае реального пожара.

Несмотря на многочисленные публикации в СМИ, человеку свойственно разбивать окна при пожаре – срабатывает элементарный природный инстинкт. Делать это категорически запрещено! Именно оконные стекла причисляют к наиболее «слабым звеньям» спортивного объекта с точки зрения пожарной безопасности. Разбитые окна вызывают приток воздуха в помещение, что способствует горению и распространению пламени. Предел огнестойкости обычных стеклопакетов не превышает 5 минут, а стекло с полимерной пленкой – 10 минут. Наиболее действенную защиту способны обеспечить огнестойкие стеклоблоки. Тем не менее, «человеческий фактор» зачастую порождает сам пожар и усугубляет его последствия. ■

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ



Карен Уэбб Мосс,
Исполнительный директор группы ICSS

При строительстве спортивных объектов в мире активно используются инновационные материалы и технологии. Стадионы нового поколения отличаются невиданной ранее эстетикой, функциональностью и комфортом. Однако далеко не все используемые в строительстве инновационные материалы обладают сертификационной документацией – прежде всего, по своему соответствию нормам противопожарной безопасности. Международный центр обеспечения безопасности в спорте неоднократно обращал внимание участников строительного рынка на недопустимость применения тех или иных материалов. И наши усилия не пропадают даром – спортивные сооружения за последнее десятилетие стали более безопасными с точки зрения огнестойкости. Спецслужбы активно борются с пиротехникой, которую болельщики по-прежнему проносят на трибуны. Мы разрабатываем свои методы борьбы с этим явлением, но футбольные хулиганы довольно изобретательны и всегда стараются опережать службы безопасности на один шаг. В ряде случаев именно взрывы и поджоги на трибунах приводят к пожарам. Даже если их удастся быстро локализовать, возникает паника, и главное – страдает репутация всего турнира, конкретного стадиона и команды, для которой арена является домашней.



XIII Московская международная выставка
«Аттракционы и развлекательное оборудование»

2-4 октября, Москва, ВДНХ, пав.75

РАППА
ЭКСПО
Осень-2019



The 13th Moscow International Exhibition
Amusement Rides & Entertainment Equipment

October 2-4 RAAPA EXPO Autumn-2019
Pav. 75, VDNH, Moscow

Организатор выставки: тел.: +7 (495) 234-5242, +7 (495) 234-5204. 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

REGUMOND: СДЕЛАНО В РОССИИ!

НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В ТЕЧЕНИЕ ДОЛГИХ ЛЕТ ДОМИНИРОВАЛИ СПОРТИВНЫЕ ПОКРЫТИЯ ИЗВЕСТНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ, КОТОРЫЕ ОПРЕДЕЛЯЛИ КРИТЕРИИ НЕОБХОДИМЫХ СПОРТИВНЫХ СВОЙСТВ И УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА. ЗАДЕЙСТВОВАВ ПОСЛЕ ПОЛНОЙ РЕКОНСТРУКЦИИ ЗАВОД ПО УТИЛИЗАЦИИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ШИН В ГОРОДЕ ВЯЗЬМА СМОЛЕНСКОЙ ОБЛАСТИ, ВЕДУЩАЯ РОССИЙСКАЯ ИНЖИНИРИНГОВАЯ КОМПАНИЯ ПРИСТУПИЛА К ПРОИЗВОДСТВУ СОВРЕМЕННЫХ СПОРТИВНЫХ ПОКРЫТИЙ МИРОВОГО УРОВНЯ. ТАК НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ ПОЯВИЛСЯ НОВЫЙ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЙ ПРОДУКТ – РЕЗИНО-КАУЧУКОВЫЕ ПОКРЫТИЯ «REGUMOND».

Изменившиеся политические и внешнеэкономические факторы сыграли ключевую роль в развитии спортивного движения России. «Импортозамещение» оказалось не просто новым громким термином в медиасфере, но и единственным способом выживания в непростых условиях. До этого компания «Bamard» занималась эксклюзивным продвижением на российский рынок немецких покрытий BSW, широко известных под брендом «Regupol». Однако вследствие откровенно недружественной позиции страны поставщика, немецкий материал директивно вытеснялся из проектов, реализуемых в рамках ФЦП развития спорта в России. Тем не менее, это не привело

к ухудшению качества – немецкие покрытия на рынке заменили аналогичные продукты российского происхождения – резино-каучуковые покрытия «Regumond», производство которых координирует компания «Bamard».

ПУТЬ К ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЮ

Ушли в прошлое времена тотального господства на нашем рынке продуктов из стран, объявивших России санкционную войну. Открывшееся окно возможностей немедленно использовали отечественные производители, что выглядит вполне логично. Учитывая тот факт, что в Вязьме функционирует крупнейший и самый современный в РФ завод по переработке автомобиль-

ных шин, было принято решение о размещении производства в непосредственной близости от этого источника сырья. Помимо традиционного для подобных предприятий продукта – резиновой крошки для засыпки футбольных газонов, на заводе начали изготавливать сырье для рулонных покрытий. Для этого пришлось резко повысить требования к входящему сырью (шинам), провести специальные мероприятия по дополнительному контролю качества на каждом этапе, добавить технологические операции, закупить новое оборудование, выработать методику отбора, сортировки и подготовки шин. В результате, в Вязьме удалось успешно решить болезненный производственный вопрос – наличие в стране сырья с постоянным уровнем качества. Сегодня доля импортного сырья составляет не более 8% в структуре покрытий «Regumond». На предприятии с высоким уровнем автоматизации работает всего 15 человек, что позволяет свести к минимуму влияние пресловутого «человеческого фактора».

«REGUMOND»: ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ

Покрытия «Regumond» предназначены для использования на спортивных объектах, в зонах, где предполагается наличие очень высоких точечных нагрузок. В первую очередь, это пространства, по которым передвигаются в специальной обуви – коньках, роликовых коньках, ботсах, шиповках, горнолыжных ботинках, а также в зонах выезда специализированных льдоподготовительных машин на шипованных шинах. К таким зонам относят про-

странства вокруг ледовых арен, раздевалки, проходы к арене, выходы к беговым дорожкам и футбольному газону. Покрытия «Regumond» выполняют сразу несколько важнейших задач: обеспечивают комфортное и безопасное передвижение профессиональных игроков, противостоят высочайшим точечным нагрузкам от спецобуви, защищают основание пола от разрушения в местах концентрации нагрузок. Другим важным и более традиционным сегментом рынка являются помещения, где предполагаются постоянные ударные и циклические нагрузки – фитнес-центры и тяжелоатлетические помосты, зоны свободных весов. Третьим важным сегментом рынка для резино-каучуковых покрытий «Regumond» являются игровые площадки. Здесь важнейшим фактором является устойчивость покрытий к воздействию внешней среды – низким температурам, перепадам температур, воздействию УФ-излучения.

Отдельное направление – бюджетные беговые дорожки для использования непрофессионалами – без шипованной обуви. Для этих зон рекомендуются покрытия с высокой плотностью толщиной 4-10 мм.

БЕЗОПАСНОСТЬ

Безопасность качественного резинового покрытия нагляднее всего проявляется в стрелковых тирах. Здесь речь идет не о рулонном покрытии, а о плитке – антирикошетном покрытии, которое также выпускается под брен-



дом «Regumond». Это покрытие отвечает требованиям ГОСТ Р 52348-2005 по наивысшему шестому классу. 40 мм плита предотвращает рикошет при попадании бронебойной пули 7,62 мм из СВД. Для предотвращения накопления несгоревших остатков метательных зарядов, поверхность плит закрывается плотной мембраной. На стены и потолки тира обычно устанавливают резиновые покрытия (20 мм) без дополнительного покрытия.

Кроме того, плитка «Regumond» может успешно применяться на детских площадках и закрытых объектах согласно требованиям ГОСТ Р ЕН 1177-2013. Данный продукт изготовлен в строгом соответствии с требованиями ГОСТа и обеспечивает невозможность получения травм головы, возникающих при падении ребенка с детских горок, качелей и эстакад. Установлено строгое соответствие с критической высотой падения и толщиной травмобезопасно-

го покрытия – например, при высоте падения 1,4 м толщина безопасного покрытия не может быть меньше 40 мм.

УНИКАЛЬНЫЕ СВОЙСТВА ПРОДУКТА

20-летний опыт устройства спортплощадок однозначно показывает, что концентратором проблем в спортивных покрытиях являются швы между рулонами. Учитывая, что швы в резино-каучуковых покрытиях не провариваются и не закрываются, то снижение рисков может обеспечить только снижение длины швов. Именно по этой причине было спроектировано и поставлено оборудование, на котором возможен выпуск покрытий с увеличенной до 1,5 м шириной рулона. Использование покрытий с такой шириной уменьшает количество швов на 18-20% по сравнению с обычными продуктами и является несомненным дополнительным качественным преимуществом покрытий «Regumond». ■



СТРОИТЕЛЬСТВО И ОСНАЩЕНИЕ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ

- Эластичные спортивные покрытия REGUMOND
- Профессиональный спортивный паркет Deckmard
- Рулонные спортивные покрытия REGUPOL
- Безопасная плитка для спортивных и детских площадок
- Антирикошетное покрытие для тиров
- Рулонные ПВХ-покрытия
- Беговые дорожки



Москва, ул. Радио, д. 24

Тел./факс: +7 (495) 514-06-00, sport@bamard.ru, www.bamard.ru



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

ХОККЕЙ НА ПЛЯЖЕ



В МАЕ ПРОШЛОГО ГОДА В СОЧИ СОСТОЯЛСЯ ПЕРВЫЙ В ИСТОРИИ СТРАНЫ МАТЧ ПО ПЛЯЖНОМУ ХОККЕЮ, КОТОРЫЙ ОТКРЫЛ ДЛЯ МНОГИХ ИЗ НАС НОВЫЙ ВИД СПОРТА. ПЛОЩАДКУ 31×18 М С СИНТЕТИЧЕСКИМ ЛЬДОМ, БОРТАМИ И ОГРАЖДЕНИЕМ ОБОРУДОВАЛА КОМПАНИЯ «ФОРМАТ СПОРТ» СОВМЕСТНО С КОМПАНИЕЙ «СПОРТ АКТИВ». ПОДРОБНЕЕ ОБ ЭТОМ НЕОБЫЧНОМ ПРОЕКТЕ НАШЕЙ РЕДАКЦИИ СЕГОДНЯ РАССКАЗЫВАЕТ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА КОМПАНИИ «ФОРМАТ СПОРТ» АЛЕКСАНДР СЕРГЕЕВ.

Sport Build: Александр, насколько привлекательна сама идея поиграть в хоккей под палящим солнцем?

Александр Сергеев: Россиянам подобная забава однозначно пришлась по вкусу. Как и площадку для панна-футбола, хоккейное поле мы разместили в фан-зоне ЧМ-2018 в Сочи. Причем, получилась она достаточно большой: 31×18 м, подобные габариты до сих пор являются рекордными для России. Одним словом, все было «по-взрослому». Партнеры уложили на поле синтетический лед, что дает возможность в любое время года тренироваться и играть матчи. Для реализации подобной идеи не подходят холодильные установки, производящие искусственный лед. Теоретически, они

могут работать до +15...20°C, но это получается слишком накладно. Что касается синтетического льда, то пластик для пляжного хоккея подходит идеально. За исключением дождя – в дождливую погоду кататься нельзя.

SB: Какие типы коньков использовали в Сочи?

АС: В Сочи катались на специальных коньках Agility Blades с множеством мелких металлических роликов. Они довольно близко к оригиналу имитируют все элементы катания. На пластиковом льду можно кататься и на обычных коньках, что и я лично предпочитаю. В любом случае проекты получаются максимально приближенными к настоящей зиме. Пластиковый

лед в любое время года используют взрослые и дети. В Сочи, несмотря на жару, была представлена вся хоккейная амуниция – вплоть до перчаток. Многие пляжные хоккеисты играют в солнцезащитных очках.

SB: Как много подобных проектов Вы планируете осуществить?

АС: Помимо Сочи у нас в прошлом году было еще несколько крупных проектов в Салехарде и Санкт-Петербурге. С начала текущего года мы уже реализовали более десяти частных объектов – в основном, это бросковые зоны для частных клиентов. Люди обращаются к нам потому, что с нами легко работать. К тому же, все площадки мы делаем «под ключ». ■

Формат СПОРТ

152900, Ярославская обл.
г. Рыбинск, ул. Луговая, 7
+7 (4855) 28-97-07, +7 (915) 960-42-29
www.sport-format.ru

- Хоккейные коробки
- Спортивные площадки
- Оборудование для спортивных площадок
- Уличные тренажеры
- Трибуны

Собственное производство, современные технологии и квалифицированный персонал — залог нашего успеха!



ENGO: 40 ЛЕТ НА ЛЬДУ!

МИРОВОЙ ЛИДЕР ЛЕДОВОЙ ИНДУСТРИИ – КОМПАНИЯ ENGO GMBH/SRL – ПРОИЗВОДИТ ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ЛЬДОЗАЛИВОЧНУЮ ТЕХНИКУ, ТРАВМОБЕЗОПАСНЫЕ ХОККЕЙНЫЕ БОРТА И ДРУГОЕ СПОРТИВНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ОСНАЩЕНИЯ ЛЕДОВЫХ АРЕН. ИТАЛЬЯНСКАЯ КОМПАНИЯ ENGO В МАЕ ТОРЖЕСТВЕННО ОТПРАЗДНОВАЛА СВОЕ 40-ЛЕТИЕ. О НОВОСТЯХ ENGO И ТРЕНДАХ РОССИЙСКОГО РЫНКА НАМ СЕГОДНЯ РАССКАЗЫВАЕТ ДМИТРИЙ НИКИТИН, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ЭНГО-РУС».



Sport Build: Дмитрий, каковы последние новости Вашей компании и рынка в целом?

Дмитрий Никитин: Во-первых, у ENGO в Италии открылся новый завод по производству льдозаливочных и бортоподрезных машин и хоккейных бортов. Это единое производство: в каждом цехе – свой вид продукции. К слову, в России мы тоже производим – но более мелкое оборудование: станки по заточке ножей и станции покраски. На российском рынке отчетливо наметился тренд в пользу аккумуляторной льдозаливочной техники – как на новых аренах,

так и при замене оборудования на уже существующих. Это происходит в силу того, что эти машины экономичнее бензиновых в процессе эксплуатации, и при этом выделяют в атмосферу существенно меньше вредных веществ, что особенно сильно ощущается в закрытых помещениях.

SB: Насколько велика разница в цене между двумя категориями машин, и оправданы ли инвестиции в долгосрочном плане?

ДН: Аккумуляторная техника дороже на 20-25%. Средний срок службы батареи составляет 8 лет, и за это время стоимость обслуживания машин с двигателем внутреннего сгорания обойдется владельцу арены

на 2 млн рублей больше. То есть, если за 8 лет эксплуатации аккумуляторной льдозаливочной машины владелец платит 1,3 млн рублей, то затраты на бензиновую модель за этот же период – порядка 3,3 млн рублей. То есть за 8 лет разница в цене полностью окупается. Экономить в последние годы начали все – и частные ледовые арены, и бюджетные.

SB: Какое из трех производственных направлений компании является наиболее прибыльным?

ДН: Льдозаливочные машины – это основной бизнес. Далее идут хоккейные борты, и еще далее – запчасти и сервисное обслуживание. Если же говорить о глобальных целях и задачах в России, то мы хотели бы упрочить свои позиции в структуре КХЛ. Мы уже довольно успешно конкурируем на рынке с машинами Zamboni и Olympia, хотя еще 3 года назад о ENGO мало кто слышал. В первую очередь, наше конкурентное преимущество – это цена, которая на 10-15% ниже, чем у них. При этом наши машины значительно лучше оснащены технически и технологически. Я имею в виду набор функций, позволяющий максимально удобно, комфортно и надежно эксплуатировать технику. В машинах ENGO много встроенных функций, которые позволяют до предела нивелировать влияние человеческого фактора – квалификацию обслуживающего персонала. Например, это удобство управления при помощи джойстика – именно так управляется модель ENGO Red Wolf LX, что отмечают многие заливщики. Рабочее место выполнено более эргономично, чем у конкурентов. При этом вся необходимая информация о работе машины выводится на большой сенсорный цветной дисплей 10,4”, регулировка глубины среза ножа выполняется с места водителя непосредственно при движении. В базовой комплектации машина имеет функ-

цию автоматической работы FULL AUTO, датчики температуры и влажности воздуха, льда и воды в баке, автоматический клапан заполнения водяного бака, пропорциональную подачу воды в зависимости от скорости движения. Все указанные функции запускаются автоматически одной кнопкой, а водителю остается лишь соблюдать траекторию движения по ледовому полю. От его квалификации процесс не зависит – машина все делает за него! А если мы дополнительно ставим лазерную систему выравнивания льда – LLS (Laser Leveling System), она еще и толщину льда поддерживает на одном уровне. Иными словами, машина автоматически на ледовом поле подрезает где-то больше, а где-то меньше – но не по ощущениям водителя, а автоматически. Подобные инновации выгодно отличают технику ENGO от конкурентов и позволяют добиться лучшего качества льда. ■



engo
ice arena equipment

- ▶ Современные льдозаливочные машины
- ▶ Установки водоподготовки
- ▶ Станки для заточки ножей
- ▶ Травмобезопасные хоккейные борты
- ▶ Станция покраски льда
- ▶ Мощные бортоподрезные машины

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЛЕДОВЫХ АРЕН

ENGO-RUS официальный дилер и технический центр в России и СНГ

Тел.: +7 (903) 613 19 17 E-mail: engo.rus01@gmail.com

www.engo.it/ru

НОВЫЕ БАССЕЙНЫ В КОМПЛЕКСЕ «ЮЖНЫЙ ЛЕД» В ЩЕРБИНКЕ

ФИТНЕС-ЦЕНТР, КОТОРЫЙ ИМЕЕТ В СВОЕМ РАСПОРЯЖЕНИИ ОДИН ИЛИ ДАЖЕ НЕСКОЛЬКО БАССЕЙНОВ, ВСЕГДА ПОЛЬЗУЕТСЯ БОЛЬШЕЙ ПОПУЛЯРНОСТЬЮ, НЕЖЕЛИ ОСТАЛЬНЫЕ. И ЭТО НЕ УДИВИТЕЛЬНО, ВЕДЬ ПЛАВАНИЕ – ЭТО ТОТ ВИД СПОРТА, КОТОРЫЙ НЕ ИМЕЕТ ВОЗРАСТНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ И ПОЛЕЗЕН В ЛЮБОМ ФОРМАТЕ.

Текст: Вячеслав ГЕРАСИМОВ,
Генеральный директор «АКВАМАСТЕР Инж»

В начале лета в г. Щербинке на территории ФОКа «Южный лед» был построен фитнес-центр для оператора «X-Fit». Инвесторы и руководители проекта изначально понимали важность единства решений, работы и ответственности исполнителей: конструктора, строителей, инженеров. Такой компанией, которая способна оказать комплексную услугу, стала для Заказчика «АКВАМАСТЕР Инж», более 25 лет проектирующая и строящая бассейны различной степени сложности.

Комплексный подход к проектированию и последующему обустройству бассейна – залог его успешного функционирования. Это многократно доказывала практика. Именно комплексный подход позволяет обеспечить высокое качество работ единой линией на всех этапах реализации проекта и получить

объект с экономичными алгоритмами эксплуатации, которое является залогом долговечной и безопасной работы бассейна вместе с реальной экономией средств клиента за счет изначально продуманного ресурса изделия. На первом этапе создания проекта специалистами разрабатывался дизайн бассейна с учетом всех требований заказчика, включая архитектуру, функциональное предназначение помещений, их форму и сочетаемость. При этом набор дизайнерских решений изначально соответствует потребностям клиента, создавая комфортные условия для купания. Это минимизирует стоимость объекта и ускоряет процесс проектирования. Изначально формируются технические расчеты: по отведению и потреблению воды, суммарным затратам на тепло- и энергопотребление, а также объемы

площадей для монтажа оборудования. При оформлении чертежей учитываются действующие стандарты: чертежи должны описывать технологию по физике и гидромеханике процессов работы оборудования, а также должны быть понятны тем, кто впоследствии будет работать с проектом. К документации прилагаются комплекты расчетов, технологические карты, паспорта оборудования, ссылки на строительные и проектировочные нормы. По рабочим чертежам сразу понятно, какие нагрузки вода и ванна бассейна оказывают на опоры сооружения. Важно также учитывать, что железобетонная ванна бассейна представляет собой емкостную конструкцию, трещиностойкость которой также учитывается в расчетах. При этом «перебора» в конструктивных решениях быть не должно – избыточные запасы утяже-

ляют конструкцию и ее стоимость, повышая нагрузку на фундамент, что выражается в излишних расходах. Именно такие решения соблюдаются при устройстве специалистами «АКВАМАСТЕР Инж» монолитных конструкций ванн, которые созданы при обязательной установке закладных деталей водоподготовки и аттракционов. Компания ценит еще один важный принцип: устройства водоснабжения, забора воды с боковых поверхностей и дна обеспечивают качественное перемешивание воды.

Оборудование водоподготовки бассейнов подобрано с учетом возможных максимальных пиковых периодов при максимальном скоплении посетителей. Подобраны нормы расхода воды и скорость фильтрации. Узел подогрева воды рассчитан четко на необходимую инерционность системы и работает, равномерно нагружая ИТП без скачков и остановок. Установлена автоматика дозирования реагентов с пробниками хлора, редокс, pH и температуры, которая учитывает взаимозависимость этих показателей, работая точно и экономично. Ультрафиолетовая станция по-



зволяет сохранять органолептику воды на высоком уровне. Оборудование поставляется напрямую от производителя, что позволяет получить приемлемую цену при высоком качестве. Особо хочется отметить то, что компания «АКВАМАСТЕР Инж» имеет в своем штате постоянных и хорошо обученных сотрудников, отлаженную систему контроля качества, что является залогом стабильно высокого результата и надежности бассейнов, которые работают во многих спортклубах и зонах отдыха, построенных

компанией за 25 лет работы на рынке. Умелая организация производства и снабжения объекта позволяет сохранять приемлемую цену изделия при применении сертифицированных высококачественных материалов. На примере строительства бассейнов в комплексе «Южный лед» отчетливо видно, что комплексный подход к проектированию и строительству бассейна позволяет заказчику использовать опыт профессионалов, получать требуемый результат в сжатые сроки, концентрируя ответственность и контроль при производстве изделия на весь срок его работы в руках надежного партнера. В итоге это дает реальную экономию средств, но не на качестве изделия, а на систематизации производственных процессов за счет уверенных действий и решений опытных специалистов. Сданный в работу комплекс полностью укомплектован исполнительной документацией и подробным руководством по эксплуатации. А само оборудование будет взято производителем на периодическое техобслуживание, что делает его эксплуатацию более долговечной и безаварийной. ■

Проектирование и строительство бетонных бассейнов под ключ. Сочетаем 20-летний опыт, соответствие стандартам и инновации – создаем шедевры!

АКВАМАСТЕР ИНЖ

БАССЕЙНЫ СЕГМЕНТА PREMIUM
ВЫГОДНАЯ СТОИМОСТЬ

Москва: +7 (495) 212-111-4

СТРОИТЕЛЬСТВО БАССЕЙНОВ ПОД КЛЮЧ

КОГДА ФИТНЕС СТАНОВИТСЯ БЛИЖЕ



ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА ФИТНЕС-УСЛУГ В РОССИИ ОГРОМЕН – В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ ЕГО РОСТ МОЖЕТ СОСТАВИТЬ ОТ 3 ДО 5 РАЗ. НО ЧТОБЫ ВЫРАСТИ ТАК СИЛЬНО И ТАК БЫСТРО, НЕОБХОДИМО ВОВЛЕЧЬ В ФИТНЕС-ИНДУСТРИЮ АУДИТОРИЮ С БОЛЕЕ НИЗКОЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬЮ. В ДАННОЙ СТАТЬЕ МЫ РАССКАЖЕМ, КАК ЭТО СДЕЛАТЬ.



Текст: Екатерина КИМ,
CEO iTrack

Очевидно, фитнес-клубам придется снижать стоимость услуг – но так, чтобы не потерять в их качестве. И, на самом деле, этот процесс уже происходит. В последнее время фитнес-клубы начали активно внедрять ИТ-решения и переводить часть своих процессов в онлайн. Основная причина – рост конкуренции, которая дает стимул повышать качество услуг, но при этом заставляет жестко контролировать расходы. В итоге, те клубы, которые успешно автоматизировали свои процессы, стали продавать свои карты дешевле и тем самым выигрывать в конкурентной борьбе, привлекая новые категории клиентов.

CONVENIENCE CLUBS

Прежде всего, фитнес-клубы должны стать во всех смыслах ближе к своим клиентам. Эксперты отмечают в России дефицит категории «Convenience

Club» – «Фитнеса у дома», который доступен как территориально, так и финансово. Именно такие клубы будут активно развиваться в ближайшее время.

Convenience Club – это небольшой по площади клуб с качественным оборудованием, минимальным количеством персонала, высокой степенью автоматизации и хорошим сервисом. Он рассчитан на локальную аудиторию – людей, живущих или работающих в пешей доступности.

Но при этом клуб должен оставаться финансово доступным для широких слоев населения. Возможно ли это – привлекать и удерживать посетителей с невысокой платежеспособностью, одновременно сокращая затраты? Да, возможно. И здесь на помощь приходит автоматизация бизнес-процессов – использование ИТ-решений, которые помогут оптимизировать работу с клиентами, сократить расходы и при этом сохранить приемлемый уровень рентабельности.

К тому же, автоматизация позволяет эффективнее удерживать



уже существующих клиентов, а опыт многих рынков показывает, что удержать клиента оказывается намного дешевле, чем привлечь нового. И фитнес в этом плане – не исключение. Пока конкуренция и рекламные бюджеты растут, стоит сделать акцент на систематической работе с текущей клиентской базой.

МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ: ДВА ПУТИ АВТОМАТИЗАЦИИ

Когда мы говорим об автоматизации фитнес-индустрии, то в первую очередь подразумеваем автоматизацию в сфере продаж и маркетинга. И здесь есть два основных пути.

Первый – выбрать комплексное решение, «заточенное» под конкретный рынок. Оно включает в себя функции для работы с отделом продаж, с посетителями клуба, для сбора аналитических данных и для ведения финансовой отчетности.

Можно назвать такой подход «Все-так-себе-в-одном». Плюс подобных систем – безграничные возможности для доработки. Это же – и их минус: открытый код позволяет «допилить» систему под конкретный клуб, что потребует дополнительного времени, а также денег и детального понимания бизнес-процессов, необходимых для разработки детального техниче-

го задания. Универсальные отраслевые решения в базовом варианте всегда требуют доработок – интеграции с внешними сервисами, временных и финансовых затрат. При этом они уступают по функциональности CRM.

Есть и второй путь, который в последнее время набирает популярность. Можно назвать этот подход «Все-классное-но-по-отдельности»: вы выбираете учетную систему для фитнес-клуба и используете ее в связке с популярной облачной CRM-системой, которая легко интегрируется с любым софтом. Суть в том, что никто не реализует функции CRM лучше, чем те, кто специализируются только на CRM. И то же самое можно сказать о разработчиках клубного софта.

Технологии не стоят на месте, и производители ПО для фитнес-клубов все чаще задумываются об интеграции с существующими полнофункциональными CRM-системами. Зачем тратить ресурсы на «допиливание» отдельных функций CRM, если все уже придумано и постоянно развивается? Однако какой бы путь вы ни выбрали, если

вы относитесь к малому или среднему бизнесу, имеет смысл отдать предпочтение облачным сервисам. Плюсы таких решений – гибкая ценовая политика (можно выбрать тот пакет опций и ресурсов, который необходим на данный момент), поддержка и обновления (вендор

оказывает услуги централизованно), безопасность, отказоустойчивость, интеграция с большим количеством внешних сервисов: бухгалтерскими и учетными системами, сайтом, эквайрингом и кассой, телефонией, чатами, мессенджерами. К тому же, они не требуют установки отдельного программного обеспечения, и вы сможете заходить в систему с любого устройства.

ЧТО ДОЛЖНО УМЕТЬ ИТ-РЕШЕНИЕ ДЛЯ ФИТНЕС-КЛУБА?

Хорошее ИТ-решение должно повышать качество продаж – для этого в нем должны присутствовать следующие опции:

1. Омниканальность: общайтесь везде!

Выбирайте решение, которое позволит вам общаться с клиентом там, где удобно ему, и делать это



Фитнес-клуб должен оставаться финансово доступным для широких слоев населения. Возможно ли это – привлекать и удерживать посетителей с невысокой платежеспособностью, одновременно сокращая затраты? Да, возможно.

из одного окна в CRM. Это – Must have!

Коммуникация с клиентами переходит от звонков в онлайн – все чаще нам удобнее ответить на сообщение в мессенджере (WhatsApp, Instagram, VK и т.д.), получить напоминание на смартфон или, в крайнем случае, письмо по электронной почте.

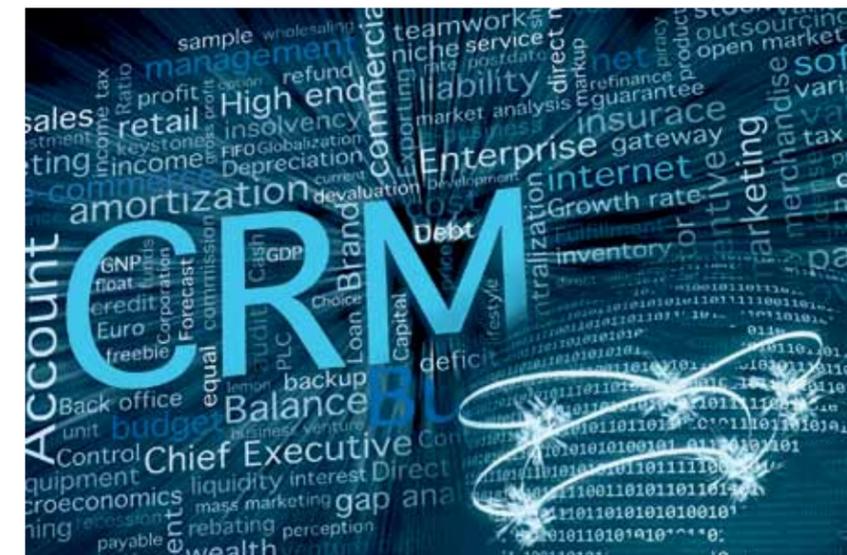
И у продавцов фитнес-клуба должна быть возможность обрабатывать все заявки из разных источников в одном месте, чтобы не сойти с ума!

2. Возможность освободить менеджера от рутинных задач

Автоматическая рассылка напоминаний вместо обзвона, мобильное приложение с расписанием тренировок, боты для ответа на типовые вопросы клиентов. Все это поможет автоматизировать рутинные задачи и увеличить число клиентов, которых может вести один менеджер, и в результате сократить расходы на персонал.

3. Интеграции с внешними сервисами

Выбирая софт, обращайте внимание на то, есть ли в нем встроенные интеграции и возможность работать с внешними сервисами. Если этого нет, то оцените, насколько придется «допиливать» систему, чтобы добавить эти функции.





Когда мы говорим об автоматизации фитнес-индустрии, то в первую очередь подразумеваем автоматизацию в сфере продаж и маркетинга.



Сможете ли вы провести e-mail и sms-рассылку, добавить онлайн-чат, собирать заявки с сайта, смотреть подробную аналитику? Оцените, какие из нужных вам функций доступны без доработок.

4. Инструменты для аналитики и прогнозирования

Как ИТ-решение может помочь удерживать клиентов? Возможно, в нем получится изучить поведение посетителей, посмотреть подробную аналитику и статистику. Это включает информацию о том, как посещают клуб ваши клиенты, сколько денег они тратят на дополнительные услуги, насколько регулярно продлевают абонементы, платят ли онлайн или на месте. Может быть, ваша система даже сможет автоматически «предлагать» клиентам наиболее подходящие им услуги, акции и скидки.

Чем больше таких опции в вашем ИТ-решении, тем лучше для продаж! И не забывайте о возможности регулярно запрашивать обратную связь от клиентов и с ее помощью корректировать свою работу.

5. Быть онлайн

Большую часть клиентского серви-

са можно реализовать, исключив участие живого менеджера. Покупка абонемента, продление, запись на индивидуальные занятия – все это клиент клуба может делать самостоятельно, выбирая и оплачивая нужные опции онлайн.

Обратите внимание на возможность подключения всевозможных онлайн-сервисов – от платежей до виртуальных ассистентов-ботов, которые вполне могут ответить клиенту вместо менеджера, по какому расписанию работает зал или когда нужно прийти на тренировку.

6. Возможность осуществлять рекуррентные платежи

Сделайте онлайн-оплату максимально удобной – подключите рекуррентные платежи. Мы привыкли к тому, что оплата за услуги мобильной связи или за интернет

автоматически списывается каждый месяц с карты. Скоро мы придем и к тому, что оплата за фитнес станет таким же привычным ежемесячным – рекуррентным платежом.

БЕЗ АВТОМАТИЗАЦИИ – НИКУДА!

По данным института проблем предпринимательства, в настоящее время только 14% российских компаний используют CRM. И на рынке фитнеса ситуация не сильно отличается от общероссийской. А значит, у тех, кто будет внедрять автоматизацию в ближайшее время, есть реальная возможность обогнать конкурентов, добиться повышения рентабельности и снижения затрат.

Один менеджер, работающий с автоматизированной системой, сможет работать с большим числом клиентов – причем, с более высоким уровнем сервиса. Система всегда может предложить удобное время тренировок, подходящую услугу, не забывая о днях рождений ваших посетителей. А значит, вы получите больше лояльных клиентов за меньшие деньги – и все благодаря технологиям. ■

РОССИЙСКИЙ ФИТНЕС В ЦИФРАХ



ГЕОСЕРВИС-СПРАВОЧНИК «2ГИС» ОБНАРОДОВАЛ ПОСЛЕДНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ, ОТРАЖАЮЩИЕ РЕАЛЬНУЮ СИТУАЦИЮ С ПОСЕЩЕНИЕМ ФИТНЕС-КЛУБОВ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РОССИИ.

В среднем поток запросов о фитнес-клубах и тренажерных залах в городах-миллионниках за прошедший год вырос на 15%. Наибольший прирост зафиксирован в Москве (43%), Волгограде (37%) и Санкт-Петербурге (30%). А единственным из 15 проанализированных городов с отрицательной динамикой стал Омск (-10%).

По данным сервиса, на 100 000 жителей российского мегаполиса в среднем приходится 15 фитнес-клубов. Самая высокая плотность фитнес-клубов в Новосибирске (22), а наименьшая – в Москве и Казани (по 10). Активнее всего новые клубы появляются в базе данных «2ГИС» в Волгограде (прирост 21%), Уфе (16%) и Воронеже (10%). В аутсайдерах – снова Омск, где количество фитнес-клубов за год почти не изменилось.

Город	Число пользователей	Прирост, Y-o-Y
Новосибирск	57 595	4%
Москва	53 640	43%
Санкт-Петербург	33 358	30%
Красноярск	32 362	14%
Екатеринбург	31 372	9%
Челябинск	23 397	6%
Казань	22 837	13%
Пермь	22 548	12%
Уфа	18 068	13%
Омск	17 988	-10%
Нижний Новгород	12 539	20%
Самара	11 746	15%
Ростов-на-Дону	8 082	19%
Воронеж	6 440	24%
Волгоград	5 670	37%
ИТОГО:	357 642	15%

Город	Количество фитнес-клубов	Прирост, Y-o-Y	На 100 000 жителей
Москва	1 246	8%	10
Санкт-Петербург	656	5%	12
Новосибирск	347	7%	22
Екатеринбург	283	4%	19
Челябинск	244	3%	20
Пермь	199	4%	19
Красноярск	198	9%	18
Омск	195	1%	17
Нижний Новгород	172	6%	14
Волгоград	167	21%	16
Уфа	145	16%	13
Ростов-на-Дону	136	6%	12
Самара	135	6%	12
Казань	123	4%	10
Воронеж	116	10%	11
ИТОГО:	4 362	7%	15

Также сервис привел статистику цен на услуги фитнес-центров. Так, в Москве месячный абонемент стоит от 1 500 до 20 000 рублей, в Санкт-Петербурге – от 1 900 до 10 000 рублей, в Новосибирске – от 900 до 7 000, в Саратове – от 750 до 4 000, в Ростов-на-Дону и Воронеже – от 700 до 6 000 рублей.

ДИВИЗИОН №2

=

БРЕНД №4!



ФК «САНКТ-ПАУЛИ» ИЗ ВТОРОЙ БУНДЕСЛИГИ ПО УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА ЗАНИМАЕТ ЧЕТВЕРТОЕ МЕСТО В ГЕРМАНИИ, ОБОЙДЯ «БАВАРИЮ» И ДРУГИЕ ТОП-КЛУБЫ ПЕРВОГО ДИВИЗИОНА. ОБ «ИСТОЧНИКАХ И СОСТАВНЫХ ЧАСТЯХ» ДАННОГО ФЕНОМЕНА РАССКАЗЫВАЕТ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР КЛУБА ДИРК ШЛЮНЦ.



Дирк Шлюнц,
Коммерческий директор
ФК «Санкт-Паули»

Sport Build: Г-н Шлюнц, как клуб второго дивизиона стал одним из самых популярных брендов в немецком футболе?
Дирк Шлюнц: Считается, что в европейском футболе сегодня преобладает коммерция. Инвестиции и спонсорство действительно часто обсуждают менеджеры клубов. Но я работаю в клубе, где многие теории и практики ведения футбольного бизнеса отличаются от общепринятых. Прежде всего, ФК «Санкт-Паули» не имеет владельцев и ярко выраженных хозяев. Мы ни от кого не зависим. «Санкт-Паули» посто-

янно входит в группу лидеров второй Бундеслиги, но не более того.

SB: Порой возникает ощущение, что клуб не готов играть в высшем дивизионе по тем или иным причинам...

ДШ: Это не так! Здесь можно говорить об определенном невезении. В любом случае – это чисто спортивная история. Уникальность клуба заключается в другом – по данным аналитических исследований, «Санкт-Паули» занимает четвертое место в Германии по узнаваемости клубного бренда. Многие любители



Я РАБОТАЮ В КЛУБЕ, ГДЕ МНОГИЕ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ВЕДЕНИЯ ФУТБОЛЬНОГО БИЗНЕСА ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ОБЩЕПРИНЯТЫХ. ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ФК «САНКТ-ПАУЛИ» НЕ ИМЕЕТ ВЛАДЕЛЬЦЕВ И ЯРКО ВЫРАЖЕННЫХ ХОЗЯЕВ. МЫ НИ ОТ КОГО НЕ ЗАВИСИМ.

Считается, что в европейском футболе сегодня преобладает коммерция. Инвестиции и спонсорство действительно часто обсуждают менеджеры клубов.

футбола симпатизируют клубу. На первом месте дортмундская «Боруссия», на втором – «Фрайбург», на третьем – «Вердер», а на четвертом – мы. Это для нас впечатляющее достижение, о котором пишут СМИ всего мира. Например, на территории нашего стадиона есть детский сад – это уникальное явление, аналогов которому в мире нет. В прошлом году мы открыли фан-клуб в Бруклине (Нью-Йорк). В спортивном баре собираются поклонники «Санкт-Паули» и смотрят игры с участием клуба. Причем, это не только этнические немцы. Происходит подобное потому, что мы считаем себя не только спортивным клубом, но и сообществом людей, пропагандирующих определенную систему ценностей. Один из влиятельных экономических журналов Германии в своем исследовании структурировал нашу систему, сделал ее максимально понятной для читателей.

SB: Сколько человек насчитывает армия поклонников клуба?

ДШ: В Германии о своей симпатии к «Санкт-Паули» заявляют 18 млн болельщиков, 5 млн из которых относят себя к числу активных фанатов. «Санкт-Паули» за всю свою историю не сыграл и десятка сезонов в первой Бундеслиге, прозябая в основном во втором дивизионе. Любопытно, что собирать полный стадион ревущих байкеров и панков клуб стал только в последние годы: за 25 лет посещаемость домашних матчей утроилась. Следуя объявленной системе ценностей, мы развиваем собственную субкультуру. Все это подкрепляется соответствующими маркетинговыми ходами и инструментами. Например, на



стадионе действуют сезонные абонементы, дизайн которых разработали сами болельщики. Каждый скай-бокс на стадионе выполнен в уникальном стиле. Один из них своим интерьером полностью копирует церковь, где иконическими образами наделены выдающиеся личности в истории клуба. Рисунки на стенах и потолке также посвящены игрокам команды. Повсюду горят свечи. К слову, многие наши поклонники воспринимают весь стадион как

один большой замок, хозяевами которого являются футболисты.

SB: Как складываются отношения «Санкт-Паули» со спонсорами?

ДШ: Мы участвуем в рекламных акциях наших деловых партнеров. Например, во время последнего визита команды в США мы сделали много групповых снимков у входа в офис Levi's – компании, которая является одним из наших главных спонсоров. Подобные рекламные

ходы повышают узнаваемость брендов обеих сторон. Также, один из скай-боксов на нашем стадионе выполнен в стиле Apres-Ski ресторана, типичного для горнолыжного курорта в Альпах. Это – дань другому нашему спонсору, который владеет сетью ГЛК в Австрии. Этот скай-бокс всегда заполнен до отказа – здесь постоянно звучит громкая ритмичная музыка, а вечеринки заканчиваются далеко за полночь. Во время американского турне мы



В Германии о своей симпатии к «Санкт-Паули» заявляют 18 млн болельщиков, 5 млн из которых относят себя к числу активных фанатов.

i

«Санкт-Паули» – немецкий футбольный клуб из одноименного района Гамбурга. Несмотря на довольно скромные результаты, команда имеет приличную армию фанатов – как правило, левых политических убеждений, как в самой Германии, так и по всему миру. Собственно, фанаты и сыграли немаловажную роль в мировой популярности клуба. С 2011 года «Санкт-Паули» выступает во второй Бундеслиге, хотя в ряде сезонов клуб был близок к завоеванию путевки в первый дивизион. Активизация фан-движения команды началась с 1980-х годов. В то время, как по всей Европе в футбольное фанатское движение проникают расистские и праворадикальные настроения, болельщики «Санкт-Паули» открыто позиционируют себя как антифашисты и антирасисты. Клуб старается соответствовать убеждениям своих фанатов, что рождает неповторимую атмосферу единства команды и болельщиков.



пообщались с фанатами клуба, которые собираются в спорт-барах в Нью-Йорке, Детройте, Балтиморе и даже в канадском Торонто – по другую сторону Ниагары. Об этой поездке мы сняли очень стильный видеоролик, который уже собрал более миллиона просмотров на канале Youtube и также доступен нашим российским поклонникам на страничке «Санкт-Паули» в социальной сети «В Контакте». Наш клуб – единственный представитель второй Бундеслиги, регулярно выезжающий в американское турне. Продажи атрибутики в США составляют около 7% от рекламных поступлений клуба, поэтому мы создали для американцев специальный интернет-магазин. В любом случае, все эти поездки окупаются. Разработка правильной системы маркетинга позволяет уложиться даже в самый скромный бюджет.

SB: Болельщики «Санкт-Паули» традиционно представляют «ле-



вые» силы. Насколько политика и спорт дополняют друг друга?

ДШ: Так сложилось исторически – само название клуба ассоциируется с «левыми» политическими идеями. Мы против расизма, на наших трибунах царит образцовый поряд-

Собирать полный стадион ревущих байкеров и панков клуб стал только в последние годы: за 25 лет посещаемость домашних матчей утроилась.

док. Что касается США, то поклонники «Санкт-Паули» в массе своей принадлежат к армии противников президента Трампа. Опять же, специально никто никого не обязывал придерживаться определенных политических взглядов. Просто так сложилось. Америка для нас – не просто путешествие. Мы играем в футбол, пропагандируем спорт. Например, в этом году в Нью-Йорке мы играли с легендарным клубом «Космос», цвета которого в разные годы защищали Пеле и Беккенбауэр. Помимо американцев, на наши матчи приезжают канадцы – около 1 000 болельщиков. Мы тоже съездили в Торонто по приглашению

нашего нового спонсора, с которым клуб подписал соглашение.

SB: Оставив в стороне политические взгляды, как выглядит портрет типичного болельщика «Санкт-Паули»?

ДШ: Наша маркетинговая служба регулярно публикует статистику. Стандартный болельщик «Санкт-Паули» – это государственный служащий и средний бизнесмен с высокими доходами. Как правило, наши болельщики – это люди с высшим образованием. Мне сложно объяснить, почему ситуация на трибунах сложилась именно так, но подавляющее большинство наших фанатов представляет именно «левое» политическое крыло.

SB: Чем можно объяснить американский феномен – как клуб второго немецкого дивизиона собирает стадионы в США?

ДШ: Опять же, сложно дать однозначный ответ. Очевидно, хорошо работают клубные маркетологи. С точки зрения теории, результат на табло не всегда зависит от популярности бренда – в мире есть успешные клубы, которые не могут обеспечить должный уровень посещаемости на своих стадионах. В случае с «Санкт-Паули» мы видим то, как футбольная команда «раскручивает» свой бренд без какой-либо привязки к спортивным достижениям. И я могу только догадываться о том, насколько вырастет армия наших поклонников после выхода клуба в Бундеслигу. Причем, речь в равной степени идет о Германии, США и Канаде. Мы активно взаимодействуем со всеми категориями болельщиков. Отправляясь в очередное заокеанское турне, мы заранее определяем города и конкретные спортбары, где будут организованы встречи с болельщиками клуба. Справедливости ради, хочу заметить, что мы обычно играем на сравнительно небольших стадионах. И армия наших фанатов исчисляется далеко не сотнями тысяч. С другой стороны, мне часто говорят о том, что «Санкт-Паули» образцово использует в коммерческих целях моменты, которые даже теоретически использовать невозможно. Похоже, что мы перевернули с ног на

клуб активно взаимодействует со всеми категориями болельщиков. Отправляясь в очередное заокеанское турне, мы заранее определяем города и конкретные спортбары для встреч.



голову всю теорию маркетинга! И сделали это специально. Просто мы внедряем свою систему ценностей в умы наших фанатов. И тот факт, что количество болельщиков на трибунах растет, говорит о том, что наши ценности являются правильными! Это антифашизм, антирасизм, борьба с любой формой дискриминации. Футбол является своего рода платформой, объединяющей людей на разных континентах.

SB: «Санкт-Паули» можно считать успешным бизнес-проектом?

ДШ: Как и любой спортивный клуб, «Санкт-Паули» является коммерческой организацией. Но мы при этом тщательно отбираем спонсоров – далеко не каждый желающий получает право инвестировать в команду. Исходя из своей практики, количество «отвергнутых» спонсоров в разы превосходит количество спонсоров действующих. Это же относится и к деловым партнерам. Пожалуй, в мире сложно найти еще один футбольный клуб, который бы «добровольно» отказывался

от денег. Но принцип – есть принцип. Для нас важнее система ценностей, которую мы пропагандируем. Не так давно нам предлагали очень выгодную сделку. Но компания не стала нашим спонсором, т.к. ее бизнес связан с ядерным топливом, а это противоречит нашим клубным ценностям. В прошлом году к нам активно «приставала» нефтегазовая компания – результат тот же. А еще нашим спонсором хотела стать крупная фирма, производящая танки для НАТО. Я думаю, можно не объяснять причину нашего отказа. И тем не менее, «Санкт-Паули» – это успешный бизнес-проект. На рынке спортивной индустрии многие считают нас сумасшедшими, но мы такие, какие есть! И если вдруг спонсором клуба станет компания, не разделяющая нашу систему ценностей, это моментально вызовет резонанс среди болельщиков. Мы не можем их предать! Мы могли бы быть значительно богаче, но мы очень избирательны. Это тот самый случай, когда деньги не решают все на свете. ■

ОБЪЕКТ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

В XXI ВЕКЕ ПРАКТИЧЕСКИ ЛЮБОЕ КРУПНОЕ СПОРТИВНОЕ СООРУЖЕНИЕ СТАНОВИТСЯ НЕ ПРОСТО МЕСТОМ ПРОВЕДЕНИЯ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ, НО И ПОЛНОЦЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ПЛОЩАДКОЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ КОНЦЕРТОВ, ФЕСТИВАЛЕЙ И РАЗЛИЧНЫХ ШОУ. МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ОБЪЕКТОВ СПОРТА ПРЕВРАЩАЕТ ИХ В НОВЫЕ ЦЕНТРЫ ПРИТЯЖЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ И ПРОВЕДЕНИЯ ДОСУГА.



Текст: Василий КОСТИН,
Генеральный директор
«КБК Проект»

Постоянное развитие технологий проектирования и строительства позволяют воплощать в жизнь довольно интересные проекты. Один из них – всепогодный спорткомплекс в Красногорске Московской области. Он представляет собой искусственную горнолыжную трассу в форме гигантской трубы, внутри которой, помимо самой трассы с подъемниками, располагаются крытый каток, спортивные залы, бассейн, рестораны и кафе, магазины, танцевальный клуб, автосалон и детский развлекательный центр.

Еще один заслуживающий внимания проект – аквапарк в Магнитогорске, где под одной крышей, помимо самого аквапарка с бассейном длиной 25 метров, работают отель, бары и рестораны, развлекательный центр, тренажерные залы, теннисные площадки, спортивный магазин, детский центр и еще ряд объектов, привлекающих гостей со всего Южно-Уральского региона.

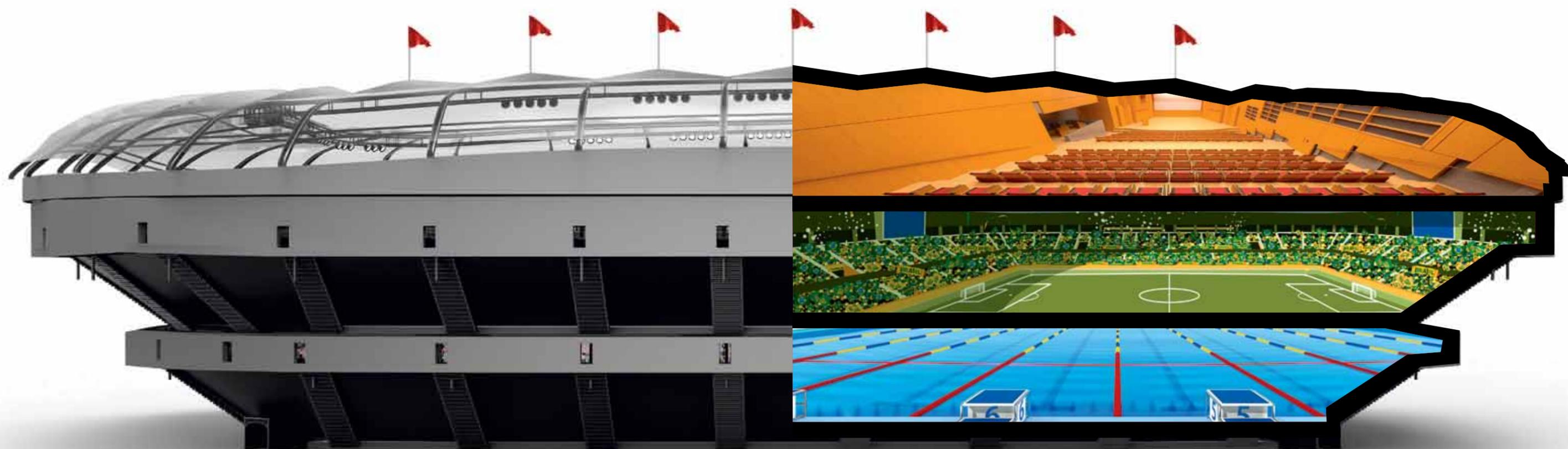
ТРАНСФОРМЕРЫ

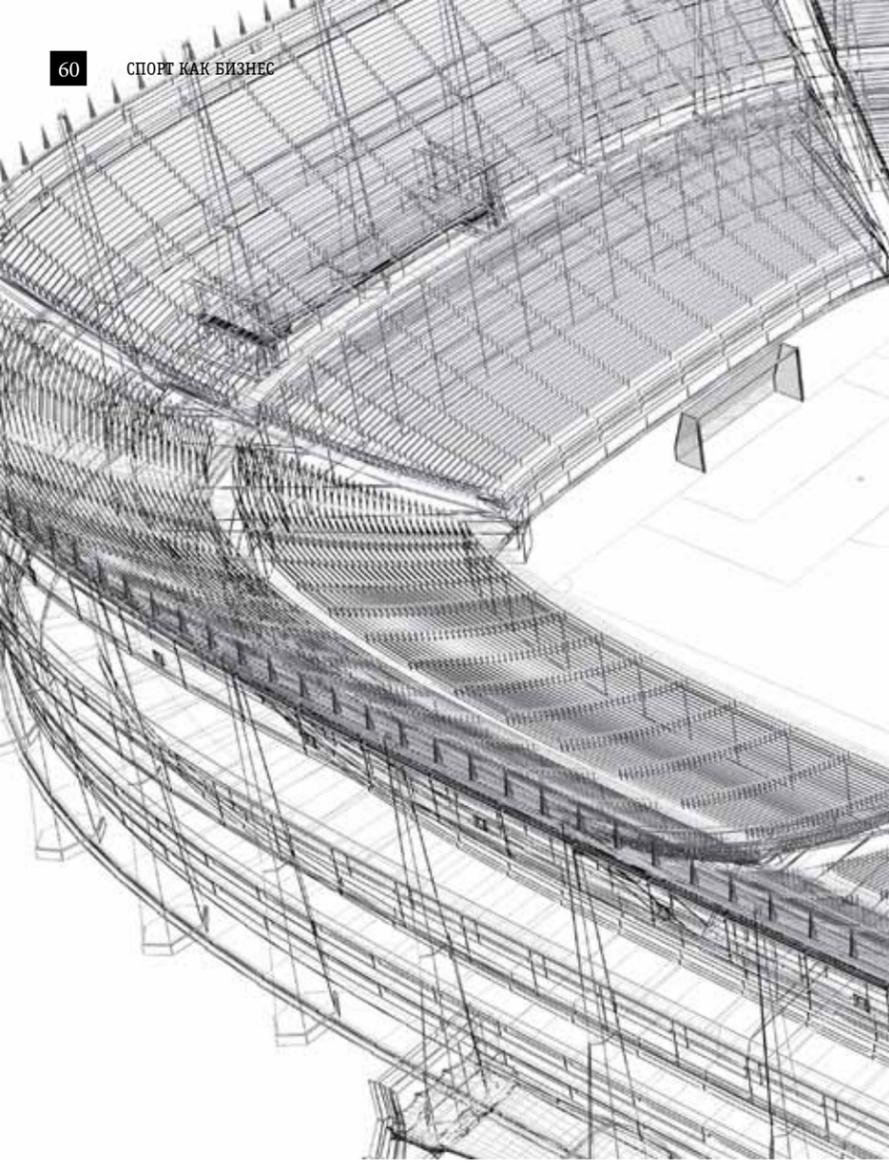
Весьма интересен и зарубежный пример – многофункциональный стадион на 78 000 мест, принад-

лежащий немецкому футбольному клубу в Гельзенкирхене. Он принимает не только огромное количество спортивных соревнований по различным видам спорта, но также и концерты, выставки и конференции. Всего же за год его посещают свыше 1,5 млн человек.

Этот стадион является трансформером – он легко превращается из крытого в открытый и наоборот в течение получаса. Травяное покрытие футбольного поля при необходимости также может быть демонтировано и собрано вновь всего за 6-8 часов. Есть еще ряд особенностей – таких как раздвижные трибуны и сквозные тоннели для проезда обслуживающей техники.

Можно привести еще ряд примеров того, как современные высокотехнологичные спортивные комплексы стали местом для самых разнообразных культурных, спортивных и социально-значимых событий. В данной статье я попробую обозначить несколько важных моментов, на которые необходимо обратить особое внимание при проектировании многофункциональных спортивных объектов.





«Альянц Арена» является символом Мюнхена.

ИНТЕГРИРОВАННОСТЬ В ОКРУЖАЮЩИЙ ЛАНДШАФТ И ГОРОДСКУЮ СРЕДУ

Спортивные комплексы нового типа гармонично вписываются в городскую инфраструктуру как технологически, так и эстетически. В промежутках между спортивными событиями они играют роль общественных пространств, предоставляя свои помещения, парковки и даже сады в пользование жителям города.

Еще одним неординарным спортивным объектом, привлекающим внимание зрителей и туристов со всего мира, является «Альянц Арена» в Мюнхене. Он стал символом своего города, благодаря светящемуся фасаду, который виден с расстояния более 70 км. Жители города всегда могут определить, какие команды выходят на поле, по цвету иллюминации на фасаде.

АДАПТИВНОСТЬ И ТРАНСФОРМАЦИЯ

Пространство многофункционального спорткомплекса должно быть способно быстро и с наименьшими затратами подстраиваться под различные варианты его использования. Примеры:

- Адаптация крыши под различные сезонные климатические условия;
- Передвижение основных элементов – например, выдвигающееся игровое поле;
- Мобильные трибуны, позволяющие расширять зрительское пространство при необходимости;
- Здание-трансформер с раздвижными стенами, которое делает происходящее внутри доступным

Пространство многофункционального спорткомплекса должно быть способно быстро и с наименьшими затратами подстраиваться под различные варианты его использования.

для большого количества зрителей снаружи.

Например, стадион «Газпром Арена» в Санкт-Петербурге после полуфинала прошлогоднего чемпионата мира по футболу, благодаря мобильной конструкции поля, уже через 6 часов после матча был готов к проведению концертной части мундиала. Кроме того, раздвижная крыша стадиона обеспечивает его круглогодичную работу.

Подобных стандартов придерживались и при строительстве стадионов «Волгоград Арена», «Казань Арена», «Нижний Новгород», а также других объектов, строительство которых было приурочено к проведению ЧМ-2018.

ПИОНЕРЫ ЭПОХИ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ

За рубежом строительство многофункциональных спортивных объектов стартовало на много лет раньше, чем в нашей стране. Характерный пример – стадион Sapporo Dome в Японии, возведенный еще в 2001 году. Это не просто многофункциональный спорткомплекс, а целый «Сад спорта» на 31 гектаре земли, где высажены разнообразные деревья и размещены скульптурные композиции. Само строение – это 4-уровневый комплекс сооружений, где все продумано для комфорта и безопасности посетителей и участников: удобный наклон трибун, стеклянная крыша, передвижная футбольная арена, улучшенная акустика.

Подобных примеров можно привести много: это и английский «Уэмбли», и «Камп Ноу» в Барселоне, вмещающий без малого 100 тысяч зрителей, мадридский «Сантьяго Бернабеу» и еще ряд объектов, ставших не только центрами спортивных событий, но и архитектурными достопримечательностями своих городов.

КОМФОРТ ДЛЯ ЗРИТЕЛЯ

Закрытые многофункциональные комплексы позволяют большому количеству спортсменов осуществлять свои тренировки в любое время года с максимальной степенью комфорта. Это крытые катки, площадки с искусственным покрытием, искусственные склоны. В первую очередь, зритель ценит в спортивном

объекте удобство трибун, обеспечивающих максимальную обзорность спортивной зоны. Разнообразные системы вентиляции и освещения позволяют сооружениям приспособиться к специфике различных аудиторий.

БЕЗОПАСНОСТЬ

Требования к безопасности спортивных сооружений выше обычных, поскольку любое ЧП на таких объектах имеет далеко идущие социальные и экономические последствия. Современные технологические решения позволяют обеспечить повышенный уровень безопасности. На современных объектах используют монолитное сейсмоустойчивое покрытие, облегченные и пластичные конструктивные элементы, а также сквозные туннели, обеспечивающие не только удобный подъезд обслуживающих автомобилей, но также являющиеся и надежными эвакуационными выходами. Такие объекты оборудованы специальными системами доступа и пунктами досмотра на входе.

НА ПРИМЕРЕ СОЧИ

В России наиболее полное сочетание инфраструктурных элементов при проектировании и строительстве многофункциональных спортивных объектов было достигнуто в ходе подготовки и проведения зимней Олимпиады в Сочи. Так, в Олимпийском парке построили целый комплекс многофункциональных спортивных сооружений. Разработчики с самого начала понимали, что многие объекты будут активно использоваться и после Олимпиады.

Например, спорткомплекс «Фишт» построен так, чтобы его можно было подвергать трансформации в зависимости от требуемого количества зрительских мест и разделения на функциональные зоны. Комплекс визуально интегрирован в окружающий ландшафт, трибуны и фойе соответствуют современным требованиям комфорта, а просторные парковки обеспечивают свободный подъезд транспорта. Продумано огромное количество конструктивных и интерьерных деталей, обеспечивающих комфорт и безопасность спортсменов, зрителей и персонала. ■



За рубежом строительство многофункциональных спортивных объектов стартовало на много лет раньше, чем в России.



БОЙЦЫ НЕВИДИМОГО ФРОНТА



ЧИСТОТА НУЖНА ВСЕМ, ВСЕГДА И ВЕЗДЕ – НА ПРОИЗВОДСТВЕ, В СПОРТЗАЛЕ ИЛИ НА СТАДИОНЕ. ОДНАКО ДАЛЕКО НЕ КАЖДЫЙ СОБСТВЕННИК РАСПОЛАГАЕТ ВРЕМЕНЕМ ДЛЯ РЕГУЛЯРНОГО И ПОЛНОЦЕННОГО НАВЕДЕНИЯ ПОРЯДКА НА СВОЕЙ ТЕРРИТОРИИ. ИМЕННО ПОЭТОМУ КЛИНИНГ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ПОЛНОЦЕННЫЙ БИЗНЕС, В РАМКАХ КОТОРОГО ОКАЗЫВАЮТСЯ УСЛУГИ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ.



Клининг как сервис появился еще в старой чопорной Англии в тот момент, когда некоторые предприимчивые люди осознали, что на удовлетворение потребностей в чистоте и порядке можно зарабатывать неплохие деньги. После этого на рынке начали появляться компании, которые предлагали потребителям услуги, связанные с чисткой, уборкой и мойкой всего, что этого требовало. Через некоторое время новый вид бизнеса перешагнул границы, а создаваемые в других странах бизнес-подразделения придерживались своего первоначального английского названия – клининговые компании.

В европейских странах клининг как самостоятельная сфера экономики существует уже более 150 лет. По самым скромным подсчетам, клининговая индустрия сегодня обслуживает своих клиентов более чем на €30 млрд ежегодно – в распоряжении профессиональных клинеров около 70% объектов недвижимости, включая спортивные объекты.

КЛИНИНГ ИЛИ УБОРКА?

Исторически сложилось так, что в России практически никогда не срабатывают лингвистические «кальки», когда заимствованный иностранный термин пытаются заменить на аналогичный русский. Именно так произошло и с клинингом – при слове «уборка» у многих наших соотечественников возникает определенный ассоциативный ряд, который напрямую связан с грязными тряпками, ведром воды, хозяйственным мылом и главным действующим персонажем в лице бабушки-уборщицы. В результате в обществе

сложился определенный стереотип, суть которого заключается в искаженном понимании уборки как процесса. Приверженцам подобного мнения непросто себе представить то, что клининг в отличие от русской уборки представляет собой отнюдь не простой и банальный, а очень разнообразный и сложный процесс. На сегодняшний день профессиональная уборка представляет огромную индустрию с применением своих специальных технологий, с использованием специализированных химических моющих составов при наличии высококвалифицированного персонала. Клининговые компании готовы работать как с частными клиентами, так и с юридическими лицами при уборке спортивных сооружений и промышленных предприятий. Предлагаемый клининговыми компаниями ассортимент услуг довольно широк и варьируется от чистки ковров и ковровых покрытий до мойки фасадов, витрин и окон промышленными альпинистами. Комплексной уборкой крупных спортивных объектов обычно занимается целый штат работников.

КОГДА СВОИМИ СИЛАМИ ПОЛУЧАЕТСЯ ДОРОЖЕ

На рынке спортивной индустрии даже небольших городов ежегодно появляются новые сооружения площадью не менее 15 000 м². Обслуживание объектов подобного масштаба попросту немыслимо без активного участия профессиональных клинеров. Именно в таких ситуациях и раскрываются возможности клининговых компаний, т.к. современные стандарты ведения

бизнеса предъявляют к ним довольно жесткие требования.

В подобных условиях собственники либо крупные арендаторы спортивных объектов вынуждены организовывать собственные подразделения, отвечающие за поддержание чистоты, либо же прибегать к услугам профессионалов со стороны. Во втором случае они получают клининговые услуги в соответствии с уровнем подготовки и профессиональным опытом клинеров и целый ряд других преимуществ. Прежде всего, доверяя чистоту собственной недвижимости сторонним клининговым компаниям, собственник получает возможность не размениваться по мелочам и полностью сосредоточиться на своем профильном бизнесе. Ему при этом нет необходимости заниматься подбором персонала уборщиков, осуществлять контроль их труда, вникать в технические особенности клинингового оборудования и заниматься его закупкой, постоянно отслеживать наличие химических средств и т.д. Зачастую расходы на оплату услуг профессионалов обходятся заказчику в несколько раз дешевле, чем оплата труда собственного штата уборщиков. Связано это с тем, что клининговые компании при заключении контракта имеют возможность экономить значительные средства за счет масштабных закупок оборудования и моющих средств, а так же минимизировать уровень затрат на расходные материалы и рабочую силу благодаря оптимальному расчету процесса уборки, профессионализму сотрудников и грамотному разделению труда.

БЫСТРО, ЭФФЕКТИВНО И НЕЗАМЕТНО

Клининговые услуги не должны подвергаться избирательному анализу с точки зрения одних лишь расценок. Ключевым критерием в выборе клинера является не стоимость (хотя это немаловажный и довольно весомый фактор) и даже не качество выполняемых работ – а элементарное доверие. Нанимая компанию для уборки спортивного объекта, необходимо полностью доверять тому, кто будет наводить на нем порядок. Также не стоит забывать и о наличии современных высококачественных средств и оборудования, которые помогают достичь максимальной эффективности и результата. Профессиональные клинеры имеют при себе полный комплект необходимых приборов, оборудования и вспомогательных средств. Немаловажным плюсом может стать и обязательная профессиональная подготовка персонала в компаниях – настоящие клинеры умеют быть незаметными и

неслышимыми. Проводя уборку, они становятся практически «невидимыми», абсолютно не доставляя никакого дискомфорта собственнику объекта и его посетителям. Недаром главный девиз клинера звучит так: «Быстро, эффективно и незаметно». Понимая заинтересованность клиента в минимальных сроках уборки своего объекта, клининговые компании в состоянии предложить различные варианты ускорения процесса: во-первых, это работа бригадами в расширенном составе, а во-вторых, осуществление клининговых функций в ночное время, а также в выходные и праздничные дни.

В РАЗНЫХ РЕЖИМАХ

Профессиональные клинеры нередко сравнивают современные спортивные сооружения с торговыми центрами, которые торгуют своим собственным продуктом – зрелищем, но при этом посетителей на свою территорию запускают лишь с 17:00 до 18:00, а выпускают обратно с 21:00 до 22:00. При-



водимое сравнение объектов торговой и спортивной недвижимости в целом довольно точно отражает реальную ситуацию: при сопоставимой в денежном эквиваленте суточной норме выработки клининговые работы в торговом центре равномерно распределены по всему рабочему дню, в то время как на футбольном стадионе все приходится делать оперативно в течение нескольких часов, отведенных на матч и подготовку к нему. Стандарты уборки заключаются в умении быстро и эффективно убрать свободно лежащий мусор и осуществить дальнейшие виды работ в зависимости от степени загрязнения. Обслуживающая крупный торговый центр клининговая компания готова к тому, что объект в течение дня могут посетить до 40 000 человек. Но здесь речь идет о более-менее равномерных потоках посетителей с утра до позднего вечера. Когда же эти 40 000 человек заполняют стадион в течение одного часа, а после игры так же быстро с него уходят, оставляя после себя тонны мусора, режим работы клинеров уже совершенно иной. По

факту, картинка с трибуны до и после футбольного матча иногда наводит на мысль о том, что там за 2 часа побывали несколько самосвалов, не доехав до свалки. Речь идет даже не о килограммах, а о тоннах мусора, неравномерным слоем распределенных по всем трибунам. По статистике, уборка свободно лежащего мусора составляет примерно 70% от общего объема клининговых работ на стадионе.

ГОСТЕВАЯ ЗОНА

Гостевая зона включает в себя трибуны и характеризуется повышенной сложностью при уборке. Именно на трибунах клинеры должны быть го-

товы к большому количеству загрязнений различного происхождения: от жвачки и стикеров на сиденьях – до семечек, орехов, попкорна, фантиков от конфет, остатков баннеров и даже фэйеров под ногами. Отдельной химической обработки клинеров обычно требуют подверженные наибольшему загрязнению ведущие на трибуны ступеньки и установленные на них сиденья, на поверхности которых необходимо после каждого мероприятия удалять многочисленные черкаши от обуви посетителей.

САНИТАРНАЯ ЗОНА

Эта вторая по значимости для клининга зона спортивного объекта вызывает заметные проблемы еще на стадии проектирования. Например, необходимо грамотно просчитать технические параметры устанавливаемых на объекте систем, поскольку одновременное открытие кранов в раковинах и спуск воды (особенно в перерывах между таймами и по завершении игры) приводят к пиковой нагрузке не только систем водоснабжения и канализации, но и клининга. Также не стоит забывать и о санитарно-эпидемиологических факторах риска, неизбежно сопровождающих мероприятия с большим скоплением

людей (тем более – со всего мира). Бактерицидная опасность заставляет клинеров чередовать процесс уборки санитарных зон с соответствующими дезинфицирующими процедурами, одобренными контролирующими органами (например, ФИФА).

ВЛИЯНИЕ НА СПОРТИВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Арены и залы требуют от клинеров высокой скорости уборки при неукоснительном соблюдении стандартов чистоты. Последнее особенно актуально для волейбольных и баскетбольных площадок, напольные покрытия которых приходится очищать от сложнейшего химического соединения – человеческого пота. При этом существуют строгие требования к химическому составу применяемых в процессе клининга препаратов. Основная задача клинеров – поддержание функциональных особенностей напольных покрытий (не только деревянных, но также эластичного и высокопористого типов), которые нельзя каким-либо образом изменять в процессе удаления жировых загрязнений. Используемые средства сертифицированы в соответствии с требуемым коэффициентом трения/скольжения при сцеплении с обувью спортсменов, т.к. в наше время напольное покрытие оказывает ощутимое влияние на спортивные результаты. ■

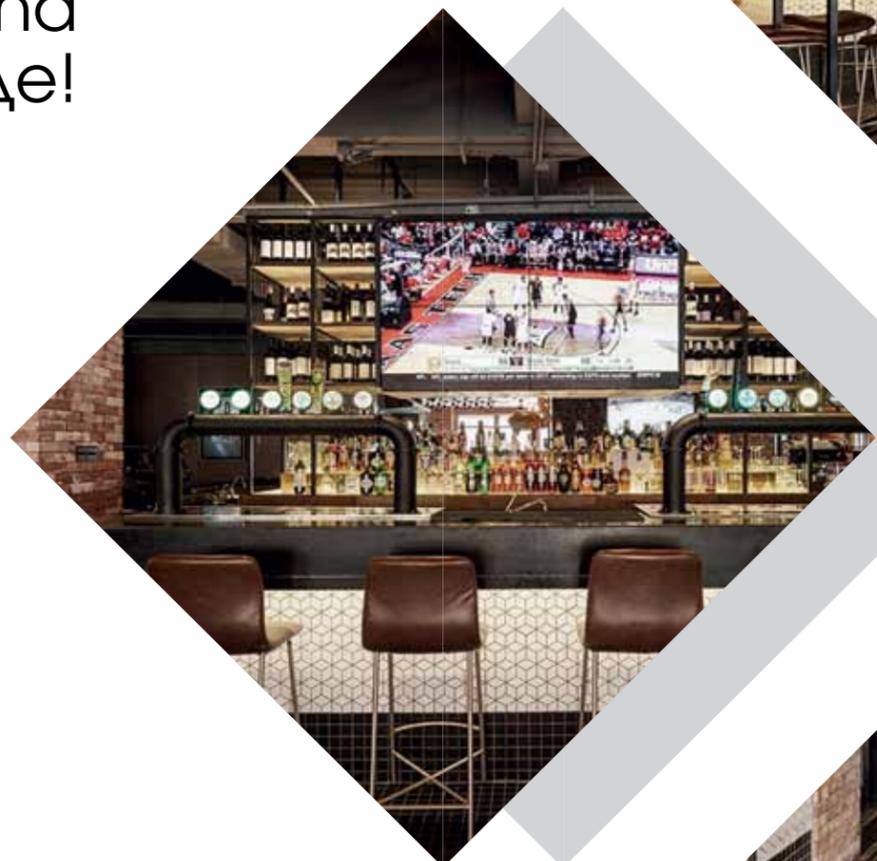


ЕВРОПА В ШАНХАЕ

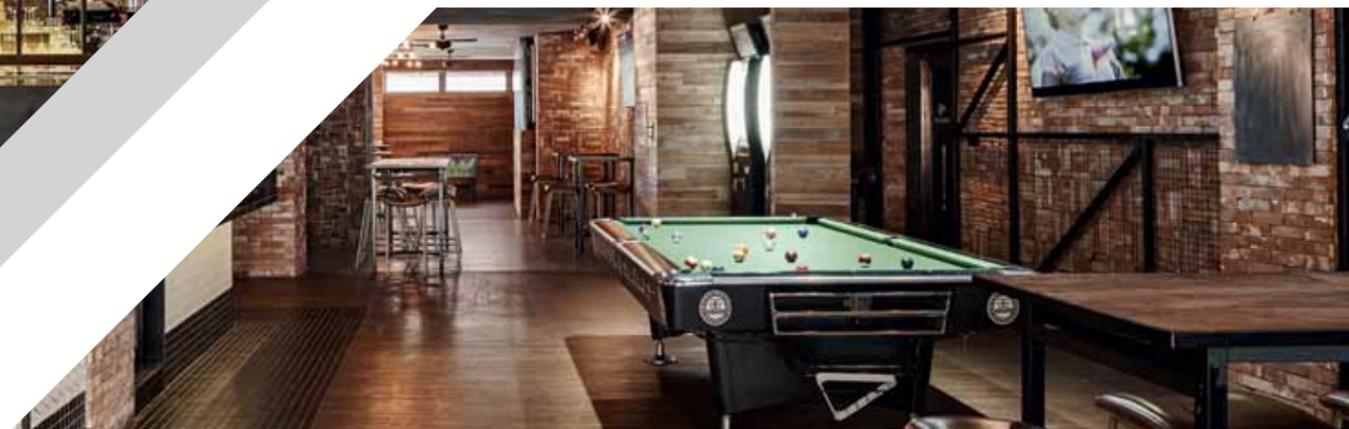
The Camel Sports Bar and Kitchen: всегда в тренде!

В КИТАЙСКОМ ШАНХАЕ ПО АДРЕСУ 1 YUEYANG ROAD НАХОДИТСЯ СПОРТБАР, КОТОРЫЙ СЧИТАЕТСЯ ЛУЧШИМ НЕ ТОЛЬКО В ГОРОДЕ, НО И В СТРАНЕ. В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, ЕГО ПОСЕТИТЕЛИ ОТМЕЧАЮТ НЕ СОВСЕМ ТИПИЧНУЮ ДЛЯ ЭТИХ МЕСТ КУХНЮ, КОТОРАЯ В ЭТОМ ЗАВЕДЕНИИ ЯВЛЯЕТСЯ АБСОЛЮТНО ЕВРОПЕЙСКОЙ. НО ПРЕЖДЕ ВСЕГО, САМЕЛ – ЭТО СПОРТБАР С МНОЖЕСТВОМ ТЕЛЕЭКРАНОВ – КАК БОЛЬШИХ, ТАК И МАЛЕНЬКИХ.

Camel является самым популярным спортбаром Шанхая, где посетителю предложат все необходимое для качественного отдыха.



Четыре стены сплошного телевидения, экраны всех размеров, на которых транслируются турниры по любому интересующему вас виду спорта – все это стоит того, чтобы побывать в этом месте.



В Китае не так много мест, где любители спорта могли бы с комфортом посмотреть трансляции с участием любимых команд и игроков. Для сравнения: в Европе и России спортбаров в полном смысле этого слова значительно больше. Так же, как и европейцы или американцы, жители Шанхая отдают предпочтение игровым видам спорта – в основном, американскому и «обычному» футболу, баскетболу и

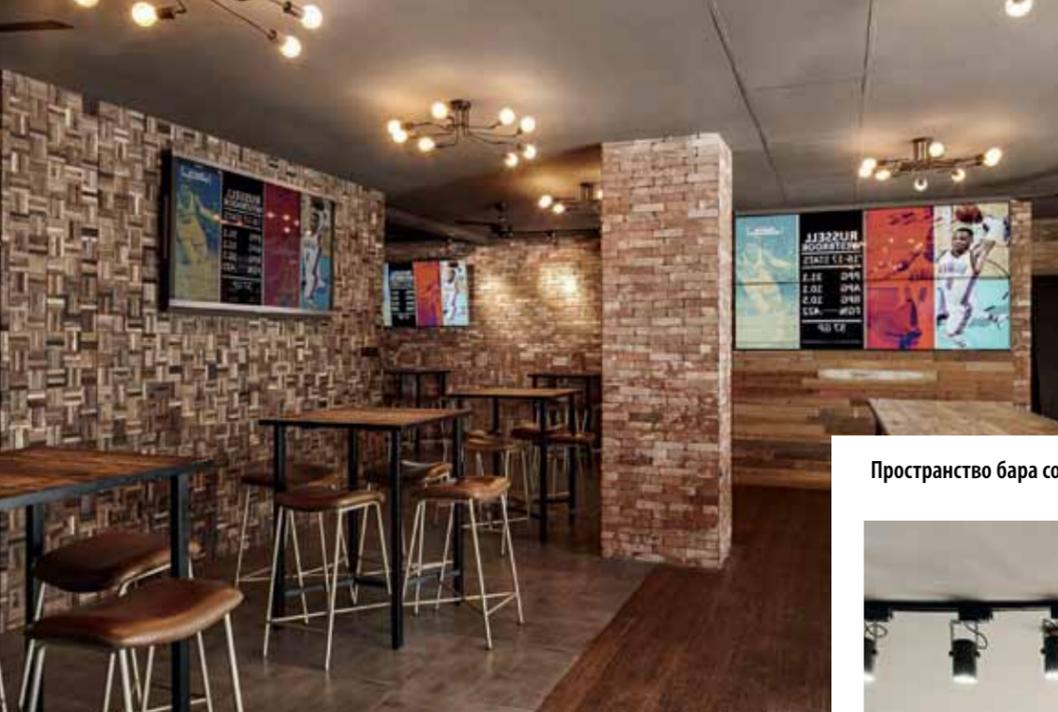
регби. Аншлаги для Camel Sports Bar and Kitchen являются нормой, и заказывать себе столик рекомендуется заблаговременно.

ЧЕТЫРЕ ТВ-СТЕНЫ

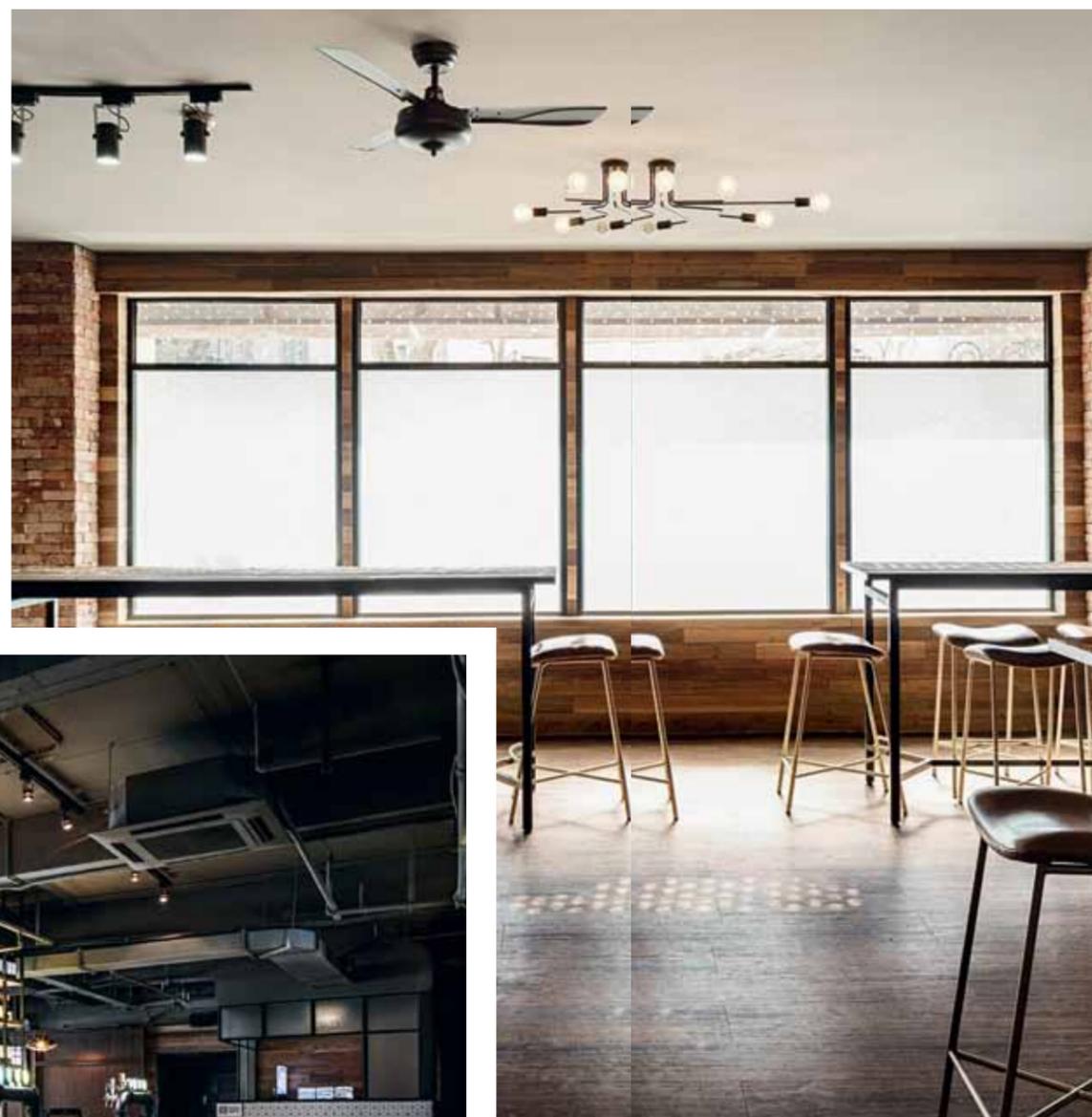
Camel является самым популярным спортбаром Шанхая, где посетителю предложат все, что ему необходимо для качественного отдыха и просмотра спортивного события. Четыре стены сплошного телевидения, экраны

всех размеров, на которых транслируются турниры по любому интересующему вас виду спорта – все это стоит того, чтобы хоть один раз побывать в этом месте. К тому же, расположен Camel в самом центре города. За годы своего существования бар заметно «помолодел» – если раньше средний возраст публики составлял 35-40 лет, то сегодня он нередко до предела заполнен тинэйджерами. Впрочем, на престижности заведения и его





Пространство бара сочетает светлые и темные тона.



Автором интерьера и экстерьера Camel в его новом варианте является австралийское архитектурное бюро Hannah Churchill.

НА СТЕНАХ БАРА ЧЕРЕДУЮТСЯ ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ ИЗ ОБЛИЦОВОЧНОЙ ПЛИТКИ БЕЛОГО И ЧЕРНОГО ЦВЕТОВ. НО ПРЕЖДЕ ВСЕГО, САМЕЛ – ЭТО СПОРТБАР С МНОЖЕСТВОМ ТЕЛЕЭКРАНОВ – КАК БОЛЬШИХ, ТАК И МАЛЕНЬКИХ.



Количество мест в зале после реновации значительно увеличилось.



доходах это сказывается только в лучшую сторону. Периодически во время спортивных трансляций персонал бара устраивает среди посетителей разного рода викторины, победители которых получают ценные призы от заведения.

НОВЫЙ ОБЛИК

Через 8 лет после своего открытия руководство Camel Sports Bar and Kitchen приняло решение провести в заведении полную реконструкцию. Изначально интерьер бара был выполнен в классическом английском стиле XIX века в довольно мрачных тонах. После проведенной реконструкции фасад здания стал полностью открытым, а окна многократно увеличились в размерах – от пола до потолка. Таким образом, бар наполнился естественным светом, но это абсолютно не мешает посетителям с точки зрения просмотра спортивных соревнований.

На стенах чередуются геометрические фигуры из облицовочной плитки белого и черного цветов. Также появилось множество деталей интерьера, выполненных из обычного глиняного кирпича и натурального дерева. Таким образом, от первоначального английского стиля остались лишь медные кресла, обшитые кожей.

Новые ТВ-плазмы расположены таким образом, что каждый посетитель позволяет себе время от времени отвлекаться от «своего» телеэкрана и наблюдать, что транслируется на остальных. Центральная стойка бара сохранила свою локацию и обслуживает клиентов с любой стороны – в т.н. «режиме 360 градусов». Центральная стойка бара сохранила свою локацию и обслуживает клиентов с любой стороны – в т.н. «режиме 360 градусов». Центральная стойка бара сохранила свою локацию и обслуживает клиентов с любой стороны – в т.н. «режиме 360 градусов».

гостей бара в конкретный момент. Более того, экраны расположены как в мужском, так и женском туалетах – таким образом, болельщики на 100% «лишены» риска пропустить малейшую деталь игры.

Количество мест в зале после реновации также увеличилось. Появилась и раздвижная дверь в улу, которую по желанию могут использовать VIP-клиенты с целью оградить себя от остальных посетителей. Еще одно новшество – бильярдные и теннисные столы, которые довольно быстро доказали свою «полезность» – они редко пустуют. Это же касается мишеней для игры в дартс на стенах заведения – там желающих тоже хватает.

В самом Camel Sports Bar and Kitchen после реконструкции не осталось мест для курения – все желающие это сделать теперь должны выйти на задний двор, где для курящих оборудована специальная площадка. И даже там установлена телевизионная плазма, позволяющая болельщикам следить за ходом транслируемой игры!

Автором интерьера и экстерьера Camel в его новом варианте является австралийское архитектурное бюро Hannah Churchill. ■



НА РОССИЙСКИХ СТАДИОНАХ ЕСТЬ СЛУЖБА КЕЙТЕРИНГА. ИНЫМИ СЛОВАМИ, БОЛЕЛЬЩИКОВ КОРМЯТ. НО ПО-РАЗНОМУ. СТАДИОНЫ «НОВОЙ ВОЛНЫ», К КОТОРЫМ ОТНОСИТСЯ И «ВТБ АРЕНА», ПОДХОДЯТ К ЭТОЙ СФЕРЕ С МАКСИМАЛЬНОЙ СТЕПЕНЬЮ КРЕАТИВА.

ЧЕМ КОРМЯТ БОЛЕЛЬЩИКОВ?

Судите сами – ниже мы печатаем меню домашней футбольной арены московского «Динамо». И если по счастливой случайности вы являетесь поклонником этого клуба, то комфортное времяпровождение на трибунах стадиона «Динамо» им. Льва Яшина вам гарантировано. Вне зависимости от итогового счета на табло. Мы открываем данную рубрику, ко-

торая должна вызвать определенный интерес среди наших читателей. На самом деле, далеко не все равно, чем болельщику в итоге придется наполнить свой желудок на трибунах. Особенно, если он привел на футбол детей. С меню стадиона «Динамо» можно ознакомиться во всех точках кейтеринга на объекте: в фойе, VIP-ложах, а также в панорамном ресторане класса «Премиум».



ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ

Рыбное плато: палтус холодного копчения, жаренный тунец, севрюга горячего копчения и семга малой соли с брусникой и хреном; «Маса-Бармаса» с жареными гребешками;

Итальянские мясные деликатесы: Пармская ветчина, Коппа, Брезола и Милано;

Сырная тарелка: Пармезан, Грюйер, козий, подается с медом орехами и ягодами;

Овощная палитра: томаты, свежие огурцы, сельдерей, острый перец и свежая зелень;

Разносолы: малосольные огурцы, соленые помидоры, квашеная капуста с клюквой, маринованный чеснок и моченные яблоки

САЛАТЫ

Салат с ягнёнком, дайконом и кориандром

Салат из баклажан с кинзой и сочными томатами

ГОРЯЧИЕ ЗАКУСКИ

Блинчики

Сметана

Малиновое варенье

ХЛЕБНАЯ КОРЗИНА

Пирожки с мясом

Пирожки с капустой

Ассорти домашнего хлеба

МИНИ ДЕСЕРТЫ

Кофейное пирожное «Боск» с ванильным муссом

Пирожное «Чизкейк» со свежей мятой

Клубничный мусс с жареным миндалем

ФРУКТЫ

Фруктовая ваза: сезонные фрукты

НАПИТКИ

в ложе без ограничений, но и без права выноса

Соки в ассортименте (яблоко, апельсин, томат)

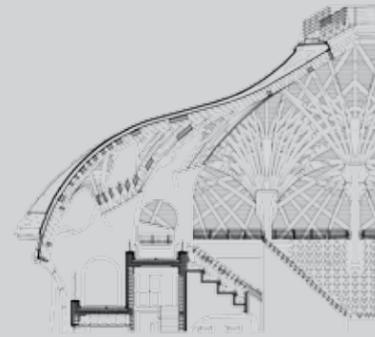
Сладкие газированные напитки

Минеральная вода (газированная/негазированная)

Чай черный, зеленый с сахаром и лимоном

Кофе зерновой с сахаром и сливками



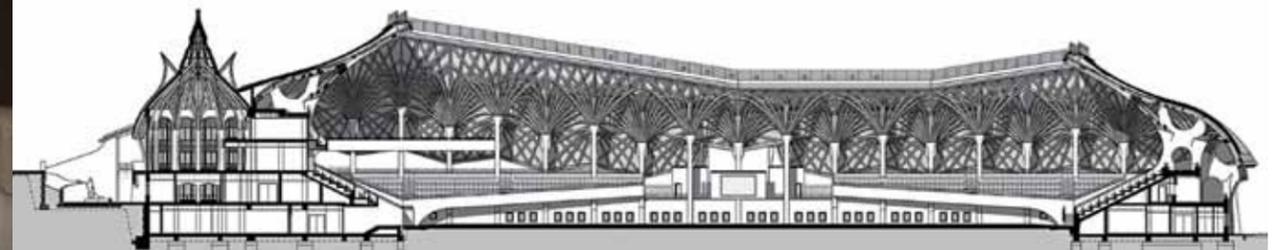


Эстетика
в стиле VIP

ПАНЧО АРЕНА: СТАДИОН ИЛИ ДВОРЯНСКИЙ ОСОБНЯК?

В 40 КМ ОТ ВЕНГЕРСКОЙ СТОЛИЦЫ –
В НЕБОЛЬШОМ ГОРОДКЕ ФЕЛЬЧУТ НАХОДИТСЯ
УНИКАЛЬНАЯ ФУТБОЛЬНАЯ АРЕНА. ГЛЯДЯ НА НЕЕ, НЕ СРАЗУ
ПОЙМЕШЬ, ЧТО ЭТО СПОРТИВНОЕ СООРУЖЕНИЕ,
ПОСКОЛЬКУ СНАРУЖИ ОНА ВЫГЛЯДИТ КАК
СРЕДНЕВЕКОВЫЙ ДВОРЯНСКИЙ ОСОБНЯК.

Разработчики концепции
приняли решение сделать
стадион компактным.



С 2004 года в Фелчуте, население которого составляет всего 1 800 человек, функционирует самый крупный в Венгрии образовательный центр для юных спортсменов.

Вместо нового стадиона каждый житель Фельчута смог бы лично получить из казны \$200 000.



С 2004 года в Фелчуте, население которого составляет всего 1 800 человек, функционирует самый крупный в Венгрии образовательный центр для юных спортсменов, названный в честь выдающегося футболиста Ференца Пушкаша, который получил в свое время в мадридском «Реале» прозвище Панчо. Через несколько лет после открытия руководству футбольной школы пришла в голову мысль: построить крытую спортивную арену для проведения матчей юношеского первенства страны. Проект нового стадиона Pancho Arena осуществили архитектор Тамаш Доброси и студия дизайна Doparum Architects.

АРХИТЕКТУРНАЯ ИДЕЯ

Архитекторы разработали уникальный дизайн стадиона. Внутренний навес сделан из фигурных деревянных перекрытий, напоминающих заросли густого леса, расположившегося вокруг зеленой поляны. Главная архитектурная идея заключалась в том, чтобы гармонично вписать новый спортивный объект в рельеф окружающей местности. Учитывая тот факт, что объект находится в небольшом городке, разработчики концепции приняли решение сделать его компактным, но с повышенным уровнем комфорта. Трибуны стадиона рассчитаны на 3 600 болельщиков. Расстояние между рядами составляет 100 см, а между сиденьями – 55 см. Спортивный комплекс построен в соответствии с требованиями самых строгих международных стандартов. Благодаря деревянной конструкции крыши «Панчо Арена» считается одним из красивейших стадионов в мире.



ИСТОРИЯ В ИМЕНАХ И ЛИЦАХ

Премьер-министр Венгрии Виктор Орбан сразу же после вступления в должность высказал идею увековечить имя без преувеличения самого великого футболиста в истории страны. Однако выяснилось, что имя национального «футбольного героя» Ференца Пушкаша уже носит «Непштадион», построенный в 1952 году. В итоге было решено присвоить новой арене в 40 км от Будапешта название, которое большинству венгров было не так хорошо известно. Выбор остановился на «Панчо» – именно такое прозвище получил Пушкаш, выступая за мадридский «Реал».



Стадион с не самой большой для футбола вместимостью трибун построили в поселке, общее число жителей которого в два раза меньше заявленного количества зрительских мест.

Футбольная арена в стиле ретро привлекает туристов со всей Европы.

Спортивная общественность и СМИ поначалу отнеслись к идее премьер-министра скептически. Их главным аргументом было то, что стадион с не самой большой для футбола вместимостью трибун собираются построить в поселке, общее число жителей которого в два раза меньше заявленного количества зрительских мест. Более того, сам великий футболист никогда не жил в этих

местах. В свою очередь, экономисты подсчитали, что вместо нового стадиона каждый житель Фельчута смог бы лично получить из венгерской казны 3,8 млн форинтов (\$200 000). В результате арену в народе прозвали «Сантьяго Орбанеу» по аналогии с Мадридом. В венгерском обществе актуален вопрос: что станет со стадионом после ухода Виктора Орбана со своего поста?

ЭСТЕТИКА В СТИЛЕ VIP

На трибунах «Панчо Арены» создана особая зона для премьер-министра и его приближенных. Самая большая лоджия с баром и рестораном принадлежит Орбану лично. На входной двери висит табличка с надписью «Офис премьер-министра», поскольку именно там его можно увидеть чаще, чем на экране телевизора. Впрочем,

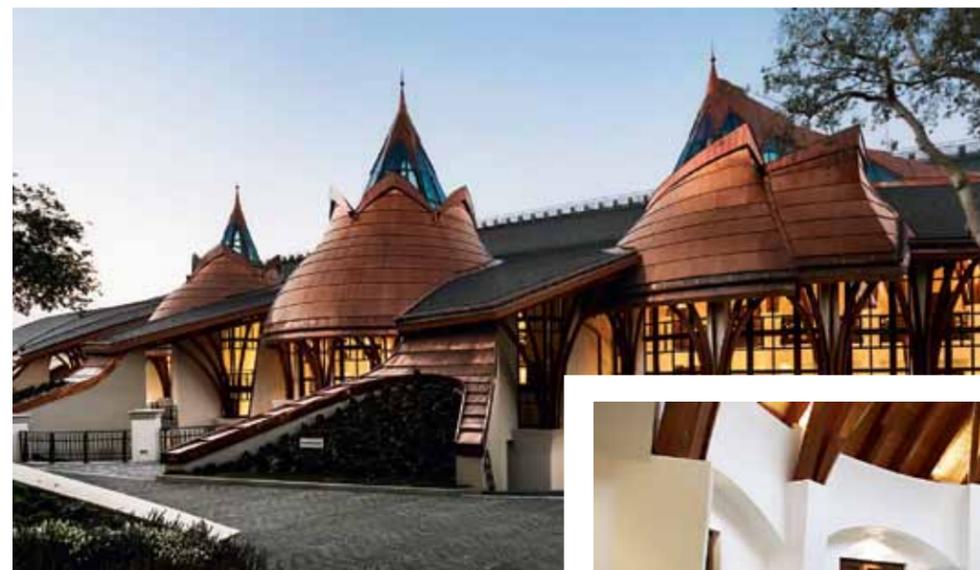


Посетители стадиона имеют возможность смотреть матч с замедленными повторами и другими эффектами на многочисленных мониторах.



На входной двери висит табличка с надписью «Офис премьер-министра».

Стадион «Панчо Арена» является типичным представителем стиля «Венгерская органическая архитектура». Этот архитектурный стиль появился в Венгрии в конце XX века.



Всего в ходе строительства «Панчо Арены» было использовано около 1 000 тонн натурального дерева.



дело даже не в этом – Виктор Орбан является основателем Академии Пушкаша и по этой причине будет разными способами напоминать о себе на территории стадиона, как минимум, до конца своего президентского срока.

Все места в VIP-ложе выполнены из натуральной кожи. Ее посетители имеют возможность смотреть матч с замедленными повторами и другими эффектами на многочисленных мониторах – к слову, арена оснащена по самому последнему слову техники.

Деревянная крыша стадиона с медными элементами также полностью оправдывает немалый бюджет проекта, но при этом вызывает опасения у профессионалов строительного рынка в плане своей долговечности и эксплуатационных затрат.

ОРГАНИЧЕСКАЯ АРХИТЕКТУРА

Стадион «Панчо Арена» является типичным представителем стиля «Венгерская органическая архитектура». Этот архитектурный стиль появился в Венгрии в конце XX века, а его сторонники таким образом выражали



Все проектные работы были выполнены в BIM-модели на основе программного обеспечения ArchiCAD.

«Панчо Арена» органично вписана в местный природный ландшафт.



протест против брутального архитектурного стиля, который господствовал в стране в период правления коммунистической партии. Премьер-министр Орбан считается главным сторонником органической архитектуры, которую он продвигает на всех уровнях, не жалея средств на новые проекты. Безусловно, для спортивной индустрии важно то, что государственный лидер является ярким футбольным болельщиком и пытается вывести уровень национального футбола на качественно новый уровень после десятилетий застоя. Именно с этой целью государство оказывает значительную поддержку Академии футбола Пушкаша.

КОНСТРУКЦИЯ С «ЗЕЛЕНЫМ» ОТТЕНКОМ

«Панчо Арена» органично вписана в местный природный ландшафт. Деревянные конструкции большинства элементов арены впечатляют местных и мировых экологов. Подобно кроне деревьев крыша стадиона возвышается на высоте 14 м над верхним ярусом трибун. Ее поддерживают колонны, вырастающие из бетонного фундамента и зафиксированные в местах крепления синтетической резиной. Конструкция арены напоминает арку, обрамленную стальными скобками с целью надежной фиксации архитектурных элементов.

Все проектные работы были выполнены в BIM-модели на основе программного обеспечения ArchiCAD. Всего в ходе строительства «Панчо Арены» было использовано около 1 000 тонн натурального дерева: 80% деревянных конструкций были выполнены в заводских условиях австрийской фирмой Rubner Holzbau, а оставшиеся 20% – венгерской компанией Sokon. ■



Местоположение	Фельчут, Венгрия
Открыт	21 апреля 2014 г.
Архитектурная концепция	Doparum Architects
Якорный арендатор	Академия Пушкаша
Общая площадь	40 000 м ²
Габариты поля	105x68 м
Вместимость	3 600 зрителей

i

СТАДИОН «ПАНЧО АРЕНА» РАСПОЛАГАЕТСЯ НА ТЕРРИТОРИИ АКАДЕМИИ ИМЕНИ ПУШКАША В ПОСЕЛКЕ ФЕЛЬЧУТ В 40 КИЛОМЕТРАХ ОТ БУДАПЕШТА. ФУТБОЛЬНАЯ КОМАНДА АКАДЕМИИ ЯВЛЯЕТСЯ ДОЧЕРНЕЙ ДЛЯ КЛУБА «ВИДЕОТОН», ПЕРЕИМЕНОВАННОГО ПО СПОНСОРСКОМУ СОГЛАШЕНИЮ В «МОЛ ВИДИ». СТАДИОН РАССЧИТАН НА 3 600 МЕСТ, ЧТО ПРЕВЫШАЕТ НАСЕЛЕНИЕ ПОСЕЛКА В ДВА РАЗА.



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 771801001		
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 _____

Извещение

ИНН/КПП 7720217313/771801001
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 7720217313/771801001
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 _____

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

Ваш номер Sport Build ждет Вас!

interlight
RUSSIA

intelligent building
RUSSIA

Международная выставка освещения,
систем безопасности, автоматизации зданий
и электротехники

10–13 сентября 2019

ЦВК «Экспоцентр»
Москва

Light



Технический свет



Декоративный свет



Компоненты



Лампы



LED-технологии

Building



Умный дом



Электротехника



Интегрированные системы безопасности



Автоматизация зданий



Умный город

messe frankfurt



КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО
СПОРТ АКАДЕМ РЕКЛАМА



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