

SKiNDUSTRY

ГОРНОЛЫЖНАЯ ИНДУСТРИЯ

профессиональный подход

№ 05 | Декабрь 2013

тема номера:

ОЛИМПИЙСКИЕ ОБЪЕКТЫ СОЧИ 2014

жизнь
после
олимпиады

18

СКРЫТЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
ВАШЕЙ ПРИБЫЛИ



34

5
чудо-
канаток
мира

44

28
КАК ЗАСТАВИТЬ
ГОРНОЛЫЖНИКА
СВЕРНУТЬ В МАГАЗИН
ОДЕЖДЫ НА КУРОРТЕ

СХОД
С ТРАССЫ



«СпортАкадемРеклама» –
это издательский дом, рекламное агентство
и организатор крупных деловых мероприятий



+7 495 649 33 16

✉ info@sportmagazin.net

НАШИ ЖУРНАЛЫ

SportBuild

профессионально
и достоверно
о спортивном
строительстве

Sport
магазин

прямой путь
к хорошим
продажам

SKI ГОРНОЛЫЖНАЯ ИНДУСТРИЯ
INDUSTRY

вся индустрия
зимнего спорта
в ваших руках

НАШ ПОРТАЛ

SPORT.MAGAZIN

sportmagazin.net –
любые закупки
одним кликом

НАШИ МЕРОПРИЯТИЯ:



Деловая программа
форума «Россия –
спортивная держава» –
самого влиятельного
собрания, решавшего
судьбу спорта в нашей
стране

sportforumrussia.ru



Международный конгресс
индустрии зимних видов
спорта, туризма и активного
отдыха – мероприятие с
десятилетней историей,
объединяющее индустрию
зимнего спорта

wintercongress.ru



Форум спортивного
ритейла – все о
спортивных продажах,
все для спортивных
продаж

sd-forum.ru

Учредитель
ООО «СпортАкадемРеклама»
Издатель
ООО «СпортАкадемРеклама»
Генеральный директор
Алексей СТЕПАНОВ
Арт директор
Марина ЛАВРЕНОВА

Адрес редакции:
107023, Москва,
ул. Электрозаводская, д. 24,
ООО «СпортАкадемРеклама»

тел./факс:
+7 495 748 5410
+7 495 411 9113
e-mail: gir@ski-industry.ru
интернет: www.sportmagazin.net

Отдел продаж
+7 495 649 3316
korotkih@sportmagazin.net

Подписано в печать
20.12.2013

Отпечатано в типографии
ООО «ВИВА-СТАР»
107023, г. Москва, ул.
Электрозаводская, д. 20, стр. 3
тел.: (495) 780-67-05,
(495) 780-67-06
(495) 780-67-40

Тираж номера
3 000 экз. Цена свободная.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № FC77-52688 от 1 февраля 2013 г.
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор).

Редакция не несет ответственности за достоверность
информации, опубликованной в рекламных объявлениях.
Перепечатка материалов, опубликованных в журнале
«Горнолыжная индустрия России», допускается только
с письменного разрешения редакции.

СЛОВО ИЗДАТЕЛЯ



портал
оптовых продаж
спортивных
товаров
и услуг



уважаемые читатели, коллеги, партнеры!

Недавно в рамках Форума спортивного ритейла «СпортАкадемРеклама» инициировала и провела круглый стол о физической активности в России. Мы хотели поговорить не о спорте высших достижений, а о знакомой каждому физкультуре, с которой неразрывно связано здоровье человека.

Мы пригласили на это важное собрание специалистов из самых разных сфер, чтобы получить объективную картину. Перед общественностью выступали представители Министерства спорта, Всероссийского объединения учителей физкультуры, руководители благотворительных программ, школьные учителя физкультуры.

Нужно сказать, что краеугольным камнем всей дискуссии стало детство. Именно детей в первую очередь нужно подружить с физкультурой, ведь статистика пугает: ежегодно у нескольких миллионов ребят находят заболевания, связанные с гиподинамией.

Но надежда на изменения в лучшую сторону есть! Потому что, собравшись вместе, мы поняли, что нас, людей, которые хотят вернуть физкультуру и спорт детям, немало. И что у нас есть энтузиазм, есть знания, есть проверенные методы работы. И есть необходимость, с которой нужно считаться; есть социальный заказ, потому что речь идет о здоровье нации.

Призываю всех читателей журнала Ski Industry присоединиться к обмену мнениями о физической активности в нашей стране. Мы ждем ваших предложений, ведь эта тема, несомненно, получит свое продолжение. По-другому быть просто не может.

С наилучшими пожеланиями,
издатель,
генеральный директор компании
«СпортАкадемРеклама»
Алексей Степанов

SportMagazin.net

15



18



26

**06 ДАЙДЖЕСТ МИРОВЫХ СОБЫТИЙ**

Определены самые «русские» курорты в 2013 году

В «Демино» построят склоны для лыжного фристайла

СОБЫТИЯ**10 Московский Лыжный Салон подводит итоги**

| С 25 по 27 октября в Москве в 20-й раз проходила выставка, посвященная всему, что связано с отдыхом и работой в горах, – международный Московский Лыжный Салон

15 Международный конгресс индустрии зимних видов спорта: 10 лет на благо спортивной отрасли России

| Конгресс 2014 года будет особенным, ведь это юбилейное мероприятие – «СпортАкадемРеклама» будет проводить его уже в десятый раз

ТЕМА НОМЕРА**18 Сочи: жизнь после Олимпиады**

| Эффективность сочинского проекта должна доказать не только сама Олимпиада, но и жизнь после нее. Главный вопрос: будет ли в новом Сочи приятно и удобно жить, или же это проект, который создавался исключительно для спортсменов и гостей Олимпийских игр

25 Новейшая интегрированная система управления и трансляции информации real-time на горнолыжных курортах

| Технические решения для Олимпиады

СПОРТ И БИЗНЕС**26 На Балканы с лыжами и без виз**

| О новых туристических маршрутах на Балканах нашему журналу рассказала генеральный директор компании 7 Tour Елена Добровольская



28



34



44



60

28 Сход с трассы

| Как заставить горнолыжника свернуть в магазин одежды на курорте

32 Индивидуальные горнолыжные ботинки или кастомизация по-русски

| Об особенностях изготовления кастомной обуви для горнолыжников нашему журналу рассказал генеральный директор компании BootMaster Сергей Федоров

34 Скрытый потенциал вашей прибыли

| Если в вашем бизнесе стоит вопрос привлечения новых клиентов, стоит обратить внимание на один из скрытых потенциалов – социальные связи ваших сотрудников

ОСНАЩЕНИЕ И ОБОРУДОВАНИЕ**40 Системы электронного доступа для горнолыжных курортов****42 «ГорТехЦентр» и MND Group награждены по итогам года****44 5 чудо-канаток мира**

| Всплеск строительства подвесных дорог пришелся на вторую половину прошлого века, когда резко возросла популярность горнолыжного спорта

52 Готовь сани зимой!

| Почему российским ГЛК необходим эксклюзив?

ИСТОРИЯ УСПЕХА**56 На лыжах под крышей!**

| Бесконечный склон вместо бесконечных переездов

БЕЗОПАСНОСТЬ**60 И вновь о безопасности на ГЛК**

| Ежегодно на снежных трассах Европы гибнут люди, причем, статистика эта выглядит неоптимистично для наших соотечественников

Определены самые «русские» курорты в 2013 году

Самый популярный курорт Италии – Валь-ди-Фасса – впервые вышел на первое место в рейтинге наиболее востребованных среди россиян альпийских зон катания за 2013 год, отодвинув с верхних позиций австрийские Майерхофен и Зельден.

■ Последние были многолетними лидерами ежегодного чарта, составляемого агентством Proalps, периодически менялись местами, но всегда оставались на первых строчках. Валь-ди-Фасса принял почти 17 тысяч туристов из России, а Майерхофен и Зельден – 16,5 и 14,6 тысячи. Четвертое место, как и в прошлом году, занял австрийский Цель-ам-Зее в Зальцбургском крае (12,2 тысячи). На пятое вышел Валь-Гардена (11,6 тысячи), второй по популярности в итальянских Доломитовых Альпах, отмечает Rata-News.

Событием стал и уход из первой пятерки французских курортов, которые раньше занимали более высокие места. Мерибель потерял одну позицию и оказался на шестой строчке (11,2 тысячи), Валь-Торанс поднялся с девятого на седьмое место с приростом в 30% (10,9 тысячи). Рост показал и



www.travel.vesti.ru

На фото:
гondольная канатная дорога самого популярного и востребованного среди россиян итальянского горнолыжного курорта Валь-ди-Фасса

Событием стал и уход из первой пятерки французских курортов, которые раньше занимали более высокие места – Мерибель, Шамони, Куршевель.

Шамони, переместившийся с 11-й на восьмую позицию (10,5 тысячи). Куршевель же, напротив, спустился с седьмой на девятую с тем же результатом, что и годом раньше (9,7 тысячи). Десятое место занял австрийский Ишгль (8,6 тысячи).

Вторую десятку открывает итальянский Мадонна-ди-Кампильо, затем идут французские Лез-Арк и Ле-Менюир, австрийский Бад-Хофгаштайн и итальянская Червания. Швейцарские Санкт-Мориц и Церматт заняли 16-е и 17-е места, приняв почти одинаковое число туристов. Следом расположились французский курорт Валь-д'Изер, баварский Гармиш-Пантенкирхен и французский же Тинь.

По словам заместителя генерального директора компании «Джет Тревел» Максима Приставко, результаты рейтинга доказывают, что спрос на горнолыжном рынке определяют туроператоры. «То, что Италия вышла на первое место, – это привет австрийским отельерам и австрийскому консульству. Они ведут политику, которая делает работу с Австрией вообще неинтересной для туроператоров. Отели ориентируются на частных клиентов, предлагая им бронировать через интернет, не дают комиссий туроператорам или делают их маленькими. В консульстве частникам легче дают визы», – отметил он. Если на направлении нет туроператоров, которые заинтересованы в привлечении туристов. Если туроператор уходит на другое направление, он будет оттягивать с первого рынка туристов и тормозить его, усиливая конкурентов, уверен Приставко.



На фото:
панорама популярного австрийского курорта Майерхофен



На фото:
подъемник горнолыжного курорта Валь-Гардена Доломиты, Италия

В «Демино» построят склоны для лыжного фристайла



www.ffr-ski.ru

Известный центр лыжного спорта «Демино», расположенный в 20 километрах от Рыбинска, ожидает масштабная реконструкция. В ее рамках планируется строительство склонов для лыжной акробатики.

■ Первым этапом реконструкции станет строительство по Федеральной целевой программе «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» биатлонного комплекса, а в дальнейшем «Демино» превратится в центр подготовки сборных команд по различным видам спорта. Напомним, что для Ярославской области фристайл является одним из базовых видов спорта.

«Там смогут тренироваться не только лыжники и биатлонисты, но и мастера шорт-трека, зимнего триатлона и фристайла, – рассказал руководитель агентства по физической культуре и спорту Ярославской области Сергей Карпов пресс-центру Федеральной целевой программы. – Кстати, мы уже определили место, где можно сделать склон для лыжной акробатики. Кроме того, на территории центра появится бассейн и ледовый дворец для шорт-трека».



[photo: www.shutterstock.com](http://photo.shutterstock.com)

Мнение ученых: увлечение горными лыжами и сноубордом делает людей более счастливыми

www.superski.ru

Проведенное научными работниками Университета Республики Корея исследование уровня качества жизни выявило, что катание на горных лыжах и сноубордах положительно влияет на самочувствие и настроение.



■ В целом же исследователи пришли к выводу, что эти виды спорта и отдыха повышают общее качество жизни и хорошо отражаются на здоровье. Ученые опросили несколько сотен респондентов на трех крупных горнолыжных курортах Южной Кореи. Участники оценивали уровень счастья и удовлетворенность, по различным параметрам отмечая свои ощущения и настроение до и после катания.

В среднем участники опроса проводили на склонах 4–4,5 дня, катаясь на горных лыжах или сноубордах, при этом до 90% опрошенных выбиравались в горы до 5 раз за сезон. Ученые, занимавшиеся исследованием, пришли к выводу, что даже одна поездка в сезон дает позитивный эффект.

«Положительные эмоции, которые взрослые получают от зимних видов отдыха, влияют на их уровень счастья, делают их более открытыми, довольными и оптимистично настроенными. В целом же горнолыжный отдых и особенно эмоции, который он приносит, ведет к улучшению здоровья и общего самочувствия».

Свобода зрелищности

www.ngl.ru

Экстрем и зрелищность – понятия неразделимые. И особенно, когда со всех сторон тебя окружают уральские горы – жемчужина России, а на их фоне ввысь со снежных трамплинов взлетают спортсмены в ярких костюмах и горных лыжах, демонстрируя невероятной сложности акробатические номера. Все это называется лыжный слоупстайл (SS).



■ 10-15 декабря 2013 года в Центре активного отдыха «Евразия» в городе Куса Челябинской области Федерацией фристайла России и Национальной горнолыжной лигой были проведены 1 и 2 этапы кубка России по фристайлу в дисциплине слоупстайл. Эти соревнования являлись тренировочными для наших спортсменов перед XXII зимними Олимпийскими играми. На соревнования съехались звезды российского фристайла, среди которых были Антон Голубев (Москва), лишенный возможности участвовать в международных стартах за дисциплинарные нарушения, Александра Ноздрачева (Санкт-Петербург), Денис Некрасов (Сочи) и Дмитрий Макаров (Красноярск).

Лыжный слоупстайл является дисциплиной фристайла, которая с недавнего времени включена в программу зимних Олимпийских игр, чей дебют состоится в Сочи.

Участников кубка России поприветствовал Иван Знаменский, главный технический специалист НГЛ и четырехкратный чемпион России по фристайлу в дисциплине ски-кросс. «Федерация фристайла России и Национальная горнолыжная лига рады видеть всех участников соревнований на новой трассе, построенной специалистами, которые подготавливают трассу к Олимпийским играм в городе Сочи. Мы надеемся, что все спортсмены здесь приобретут драгоценный опыт, и фристайл в дальнейшем с более мощной силой будет развиваться в России», – сказал И. Знаменский.

Безоговорочными победителями стали Антон Голубев (83,20 баллов) и Александра Ноздрачева (22,20 баллов). [О](#)



www.NeDoma.ru

ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЦ И ОТЕЛЕЙ НА ГОРНОЛЫЖНЫХ КУРОРТАХ РОССИИ

Гарантированное
моментальное
бронирование
по цене отеля

Мраткино
Домбай Абзаково
Красная Поляна
Евразия Шерегеш Завьялиха
Банное Приэльбрусье
Аджигардак Солнечная Долина
Кировск

Огромный выбор
горнолыжного жилья
с фотографиями и отзывами!

1000+ предложений, 2000+ отзывов

**Бронируй
ЛЕГКО!**

www.nedoma.ru/dwell/



МОСКОВСКИЙ ЛЫЖНЫЙ САЛОН подводит итоги

С 25 по 27 октября в Москве в 20-й раз проходила единственная в России выставка, посвященная всему, что связано с отдыхом и работой в горах, – международный Московский Лыжный Салон. Салон проходил в Гостином дворе в начале высокого горнолыжного сезона.



→ ВНИМАНИЕ НА ЦИФРЫ!

В 2013 году в выставке участвовало
около **200** экспонентов

из **17** стран.

Из них 33% представляли
строительство горнолыжных
центров, 32% – спорт, 35% – туризм +
горнолыжные комплексы.

На начало проведения выставки было
зарегистрировано более

15 000
посетителей, причисливших себя к
профессионалам индустрии.

Количество «проходов» через рамку в Гостином Дворе составило 132 000, количество розданных пригласительных билетов – 67 000.

Главными посетителями выставки были москвичи – 52%. Другая половина представляла собой пестрый российский конгломерат: Санкт-Петербург – 15%, Московская область – 10%, Владимир, Воронеж, Екатеринбург, Кировск, Псков, Тула, Челябинск – по 2%, другие регионы – 9%. Из них торговлей занимаются – 20%, туризмом – 32% и финансами – 7%. Кроме того, в числе гостей и профессиональных посетителей были экспедиторы (5%) и юристы (3%). Среди них были и те, кто работает на спортивных сооружениях (3%), занимается организацией корпоративных мероприятий (4%) и оказывает инжениринговые услуги (14%). Внимание салону уделили спортсмены (6%) и журналисты (6%).

Среди тех, кто назвал основным своим увлечением спорт, интересовались новыми моделями горных лыж 24%, сноубордами – 18%, средствами радиосвязи и защитой – по 9%, головными уборами, лыжами и сноубордами, очками и рюкзаками и чехлами – по 10%. Были и те, кто присматривался к носкам и горнолыжным аксессуарам – по 11%.

Велась и статистика по туризму. Зимние горнолыжные курорты Франции (16%), России, Швейцарии и Австрии (по 10%),

Болгарии и США (по 8%), Италии, Норвегии, Финляндии и Германии (по 5%), Украины, Швеции, Канады и Испании (по 4%).

ПО ТРАДИЦИИ – ТРИ СЕГМЕНТА

Традиционно выставка состоит из трех сегментов – туристический, спортивный и Ski Build Expo – горнолыжный инжиниринг (снегоуплотнительная техника, снежные пушки, оборудование для канатных дорог).

В последние годы данная зона показывает устойчивый рост – в 2013 году пространство Ski Build Expo было увеличено на 25%. Это не только встречи специалистов и новые контракты, это обширная деловая программа, которая призвана помочь всем, кто интересуется бизнесом в горах, планирует поднять свои курорты на новый уровень развития. В России сейчас насчитывается более 200 горнолыжных центров.

Большее количество представителей регионов, согласно опросам, проведенной командой организаторов, посетило бизнес-зону Ski Build Expo – инжиниринг 2013. Были среди гостей как представители строящихся, так и будущих центров РФ.



Фото 1,2: Стенд ИД «СпортАкадемРеклама», презентующий X Конгресс индустрии зимних видов спорта, туризма и активного отдыха
3, 4: Выставка состоит из трех сегментов – туристический, спортивный и Ski Build Expo – горнолыжный инжиниринг.
Фото 5: Уникальный веревочный «Панда-парк» (Walltopia) – до сих подобные конструкции не устанавливались внутри закрытых помещений.

→ Главными посетителями выставки были москвичи – **52%**

Другая половина представляла собой пестрый российский конгломерат: Санкт-Петербург – 15%

Московская область – **10%**

Владимир, Воронеж, Екатеринбург, Кировск, Псков, Тула, Челябинск – по 2%

другие регионы – **9%**



ДОКАЗАТЕЛЬСТВА СТАТУСА ФОРУМА

Отдельно следует отметить стенды «выставок-партнеров» Ski Build Expo – выставки Interalpin (Инсбрук, Австрия) и Mountain Planet (Гренобль, Франция). Партнерские связи с двумя главными европейскими экспо-проектами индустрии строительства в горах служат дополнительным доказательством международного статуса российского форума Ski Build Expo и его признания западными «коллегами по цеху».

В нем приняли участие как флагманы рынка – курорты «Роза Хутор» и Министерство курортов и туризма Краснодарского края, так и менее известные площадки, число которых растет с каждым годом. Участники совещания, которое вел заместитель руководителя Федерального агентства по туризму Дмитрий Амунц, подняли ряд актуальных тем. В том числе – как привлечь финансовые средства, как избежать ошибок при планировании курорта, какую летнюю и зимнюю активность предложить заинтересованным посетителям. Форум прошел при поддержке Генерального представительства K ssbohrer Gel ndefahrzeug AG в России и Белоруссии.



Фото 5: В зоне туристического сегмента Лыжного Салона
Фото 6, 7: На выставке были широко представлены новые модели горных лыж, сноубордов, средств радиосвязи и защиты, головные уборы, а также горнолыжные аксессуары
Фото 8: Снегоуплотнительная техника



Ну и, конечно, одним из центральных мероприятий салона стал визит знаменитого фрирайдера и альпиниста Гленна Плейка (США), который представил несколько своих фильмов в зоне «Границ» (Ski.ru) и несколько дней неустанно раздавал автографы и фотографировался с поклонниками, поток которых не иссякал. Визит Гленна Плейка в Россию проходил при поддержке компаний Elan, Salewa, Julbo. Генеральный информационный спонсор российский лыжный портал ski.ru. О

12 марта
Церемония награждения
«Золотой Пони
Москва - 2014»
проводит журнал
«Games & Parks Industry»
March 12
International Awarding
Ceremony in amusement
industry «Golden Pony
Moscow-2014»
promoted by
«Games & Parks Industry»

12-14 марта 2014

Москва, ВВЦ, пав. 75



Аттракционы и Развлекательное Оборудование
РАППА ЭКСПО 2014
XVI Международная Выставка



10-14 марта
Деловой
форум
профессионалов
индустрии
развлечений

The 16th International Exhibition
«Amusement Rides and Entertainment Equipment»

March 12-14, 2014

Moscow, VVTs
Pavilion 75

RAAPA EXPO 2014

Business forum
of amusement
industry professionals

March 10-14

Организатор выставки:

Адрес: 129223, Россия, г. Москва,
Проспект Мира, 119, ВВЦ,
стр. 537/3, оф. 37.
+7(495)234 52 42, +7(495)234 52 04
E-mail: raapa@raapa.ru
Website: www.raapa.ru

Генеральный
спонсор:



Генеральный
информационный
спонсор:

КИР



При
поддержке:
IAAPA **TSI** Trade Shows International

СОБЫТИЯ | Конгресс

КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО
СПОРТ АКАДЕМ РЕКЛАМА

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС
ИНДУСТРИИ ЗИМНИХ ВИДОВ СПОРТА:
10 лет на благо спортивной отрасли
России**



Новый год для «СпортАкадемРекламы» – это, прежде всего, начало подготовки нового Международного конгресса по зимним видам спорта, туризму и активному отдыху. Мы ожидаем, что конгресс 2014 года будет особенным, ведь это юбилейное мероприятие – «СпортАкадемРеклама» будет проводить его уже в десятый раз.

Скажем несколько слов об истории конгресса, ведь девять минувших лет имели большое значение для развития индустрии зимних видов спорта.

Первые четыре конгресса проводились по горнолыжной тематике. При этом оргкомитет чувствовал в себе силы расширить конгресс и сделать его объединяющим звеном для всей российской индустрии зимнего спорта.

Так и произошло. С 2011 года конгресс посвящен индустрии всего зимнего спорта. Немного ранее он вошел в состав дело-

вой программы международного форума «Россия – спортивная держава», который проходит при участии Администрации Президента, Правительства России, Министерства спорта, туризма и молодежной политики.

С этого момента все решения конгресса становятся частью резолюции форума, которая учитывается в работе Министерства спорта России.

Конгресс также пользуется поддержкой Союза горнолыжной индустрии России.



Главная задача конгресса, которую он решает ежегодно, это объединение индустрии спорта, решение системных проблем отрасли сообща, пропаганда физкультуры и спорта. Для этого мы привлекаем на конгресс лучших российских и международных специалистов

Главная задача конгресса, которую он решает ежегодно, это объединение индустрии спорта, решение системных проблем отрасли сообща, пропаганда физкультуры и спорта. Для этого мы привлекаем на конгресс лучших российских и международных специалистов.

Конгресс помогает найти общий язык представителям власти, спортивным и общественным организациям, руководителям спортивных и туристических объектов, а также бизнес-структурам. Конгресс – это, прежде всего, коммуникационная площадка для взаимовыгодного сотрудничества. Его цель – наведение мостов между нашими участниками.

Мы счастливы, когда итогом конгресса становятся заключенные контракты. И нам есть что сказать и в этом отношении. Так, на конгрессе в 2013 году в Сочи казахстанский производитель спортивной одежды «КазСПО-Н» с брендом ZIBROO заключил долгосрочный контракт с Лыжным экипировочным центром (Москва) на общую сумму почти 7 миллионов евро.

Конгресс ежегодно проходит в одном из крупных российских городов, традиционно закрывая зимний спортивный и туристический сезон. Среди этих городов – Москва, Санкт-Петербург, Уфа, Магнитогорск, Сочи. В 2013 году

Международный конгресс прошел на уникальном горнолыжном курорте Красная Поляна. Накануне Олимпийских игр в Сочи участники конгресса смогли побывать на олимпийских объектах и познакомиться с техническими новинками.

В скором времени мы выберем новую столицу Конгресса по зимним видам спорта. Сейчас мы рассматриваем заявки нескольких регионов и городов: Кемеровской области, Казани, Красноярска.

У всех претендентов есть свои достоинства. Кемеровская область знаменита горнолыжным курортом Шерегеш. Казань недавно принимала Универсиаду и находится на пике своей спортивной формы. Красноярск традиционно силен в зимних видах спорта и претендует на проведение Универсиады в 2019 году.

Каждый конгресс – это яркая церемония открытия, насыщенное пленарное заседание, торжественное вручение премий. Это круглые столы, мастер-классы, выставки, тест-драйвы техники, экскурсии на спортивные объекты. Вечер каждого



дня участники конгресса посвящают товарищеским спортивным турнирам, пикникам и других развлечениям.

Неотъемлемая часть конгресса – премия «Лидеры спортивной индустрии». Она создана для установления традиции, объединяющей отрасль, и поощрения наиболее активных и заслуженных представителей индустрии зимнего спорта.

СПРАВКА

В 2013 году лауреаты Премии определялись в следующих номинациях:

- «Социальная ответственность»
- «За эффективное управление спортивным объектом»
- «За лучшую организацию спортивных соревнований среди любителей»
- «Самый клиентоориентированный спортивный объект»
- «Лучший спортивный объект для туризма»
- «Лучший горнолыжный курорт России»
- «Лучший склон в городской черте»
- «Лучший спортивный объект для детей»
- «Лучший каток в городской черте»
- «Лучший ледовый дворец России»
- «Лучший поставщик специализированного оборудования»
- «Лучший сноуборд парк»
- «За вклад в развитие индустрии зимних видов спорта, туризма и активного отдыха»

В состав жюри вошли видные деятели индустрии зимних видов спорта, представители власти, спортсмены и руководители спортивных федераций.

Вручение премий широко освещали наши информационные партнеры. Среди них крупные федеральные СМИ: ИТАР-ТАСС, «Интерфакс», REGNUM, телеканал «НТВ плюс».

Мы также гордимся нашими официальными партнерами, в число которых входят Континентальная хоккейная лига, Союз конькобежцев России, Федерация хоккея России.

Каждый год для участия в конгрессе приезжают руководители крупных горнолыжных курортов, ледовых объектов, директора значительных спортивных производств и строительных компаний, высокопоставленные спортивные чиновники, представители спортивных общественных организаций и ведущих туроператоров.

Состав наших участников всегда международный. К нам для обмена опытом прибывают представители из Франции, США, Канады, Италии, Австрии и Германии. Заинтересовано в конгрессе и ближнее зарубежье: Украина и Казахстан.

→ Каждый год для участия в конгрессе приезжают руководители горнолыжных курортов, ледовых объектов, директора спортивных производств и строительных компаний, высокопоставленные спортивные чиновники, представители спортивных общественных организаций и ведущих туроператоров



ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ! МЫ ПРИГЛАШАЕМ ВАС НА ДЕСЯТЫЙ КОНГРЕСС ПО ЗИМНИМ ВИДАМ СПОРТА. НА КОНГРЕССЕ МЫ АНАЛИЗИРУЕМ ПРОБЛЕМЫ ДО ТОГО, КАК ОНИ ВОЗНИКНУТ, И ПОМОГАЕМ ИХ ИЗБЕЖАТЬ. МЫ ИЩЕМ ЛУЧШИХ И ТИРАЖИРУЕМ ИХ ОПЫТ. МЫ ОБЪЕДИНЯЕМ КОМПАНИИ И ОБЪЕКТЫ В ЕДИНОЕ ИНДУСТРИАЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО НА СВОЕМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ.

И, конечно, на конгрессе представлена вся Россия: от Дальнего Востока до ее европейской части, а также Белоруссия.

На наших конгрессах выступали председатель комитета Торгово-промышленной палаты России по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности Юрий Барзыкин, главный архитектор «Олимпстроя» Олег Харченко, вице-министр туризма и спорта Казахстана Бахытжан Шенгелбаев, почетный вице-президент Олимпийского комитета России Владимир Васин, двукратная олимпийская чемпионка по биатлону Анна Богалий, президент Федерации спортивных менеджеров России Сергей Ващенко.

В разное время в конгрессе участвовали Ассоциация предприятий спортивной индустрии, горнолыжный центр «Абзаково», «Горимпекс», «Росинжиниринг», ISD, «Дата-крат», «Автоматизированные системы и управление», ООО «СКИ-ПАС», ЗАО «Амер Спортс», «Санаторий Танай», «Лидер Инжиниринг», спортивно-туристический центр «Нечкино», TehnoAlpin, горнолыжный курорт «Пужалова Гора», «ЮгроМегаСпорт», «Объединение компаний Южного Тироля», Национальная лига инструкторов, «Валтопия», горнолыжный курорт «Игора», горнолыжный центр «Райдер», горнолыжный курорт «Металлург-Магнитогорск», проект «НеДома.ру» и многие другие. Ежегодно конгресс собирает более 200 участников.

В разные годы на конгрессах обсуждали государственно-частное партнерство, организацию зимних спортивных мероприятий, летнюю загрузку горнолыжных курортов, минимизацию затрат горнолыжного комплекса, инфраструктуру современного горнолыжного курорта, развитие профессионального, детского и массового спорта, конкурентоспособность, эксплуатацию и технологическое обеспечение ледовых арен и многое другое. О

Выставка Winter Congress – ключевой сегмент зимнего конгресса. Она предоставляет исключительный формат для взаимодействия участников рынка.

Экспозиция демонстрирует достижения ведущих компаний, работающих в области строительства, проектирования и эксплуатации зимних спортивных объектов, производства и поставки техники, оборудования и инвентаря. Она формируется компаниями, специализирующимися по следующим направлениям:

- Проектно-архитектурные решения.
- Канатные дороги.
- Системы искусственного оснажения трасс.
- Контрольно-пропускные системы.
- Системы автоматизации ГЛЦ и ледовых дворцов.
- Искусственные покрытия для катков.
- Рестораны и кафе на территории спортивных объектов.
- Сервис и прокат для ГЛЦ и катков.
- Детские программы на ГЛЦ.
- Подготовка инструкторов.
- Системы безопасности ГЛЦ.
- Спортивные призы и награды.
- Курорты и объекты Европы. О



СОЧИ:

жизнь после Олимпиады

Текст: Владимир Колосов

То, что Сочи после 2014 года, по сути, перестанет существовать в привычном для многих из нас виде, стало ясно в тот момент, когда Россия выиграла заявку на проведение Олимпийских игр. Не только город, но и весь регион на несколько лет превратился в большую стройку. Тем не менее, эффективность сочинского проекта должна доказать не только сама Олимпиада, но и жизнь после нее. Главный вопрос: будет ли в новом Сочи приятно и удобно жить, или же это проект, который создавался исключительно для спортсменов и гостей Олимпийских игр.

фото: www.flickr.com/Sochi_2014

Мир знает достаточно примеров того, как тот или иной город менялся под Олимпиаду, а потом не знал, что с этим олимпийским наследием делать. Не секрет, что многие олимпийские объекты после окончания Олимпийских игр становятся никому не нужными. Так, например, произошло с большинством олимпийских комплексов в Китае и Греции. В Афинах, где в 2004 году проходили Летние Олимпийские Игры, востребованными впоследствии оказались лишь 6 из 22 олимпийских объектов. Остальные же были заброшены и пополнили список «белых слонов» (кстати, именно после Афин термины «белый слон» и «наследие» прочно вошли в мировой лексикон). Возможен ли подобный сценарий в Сочи, в частности, применительно к построенным горнолыжным трассам?

ВДОХНУТЬ НОВУЮ ЖИЗНЬ

Сочинскому проекту не избежать сравнения с другими городами, принимавшими Олимпийские игры. Конечно, если ограничиться только столицами Зимних Игр, Сочи затмит всех своей амбициозностью и бюджетом. Во многом это обусловлено тем, что у Турина (2006), Ванкувера (2010) и Сочи изначально были разные стартовые позиции. Тот же Ванкувер Олимпиады если и изменила, то несущественно: большинство спортивных объектов лишь реконструировали, а вкладываться в крупные инфраструктурные проекты смысла не было. И хотя соревнования по горным лыжам проводились в 120 километрах от Ванкувера (что напоминает сочинскую ситуацию), к горнолыжным курортам Уистлера уже была проложена современная шестиполосная трасса. Мелкие пробки на мосту через залив Баррард – еще не повод строить новый. По крайней мере, так посчитали организаторы Игр в Ванкувере при составлении олимпийского бюджета.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

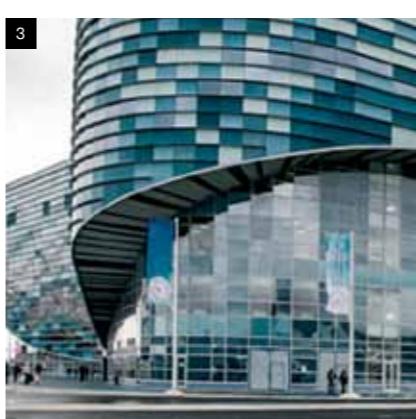
«В построенные олимпийские объекты Сочи нужно вдохнуть в жизнь, – отмечает Председатель Счетной палаты РФ Сергей Степашин. – Спортивные объекты после проведения Олимпиады не должны быть закрыты на замок. Они будут продолжать функционировать. В них должно проводиться много мероприятий, что создаст основу для олимпийского наследия».

По его мнению, объекты должны работать, а не потреблять бюджетные деньги, а сама программа наследия этих объектов должна быть тщательно спланирована. Олимпийский парк является одним из главных объектов Зимней Олимпиады 2014 года в Сочи. На территории Олимпийского парка будут расположены главные спортивные сооружения. Парк представляет собой прибрежный кластер олимпийских объектов, расположенных в Имеретинской низменности на берегу Черного моря. Напомним, что горный кластер олимпийских объектов находится в районе поселка Красная Поляна.

→ Олимпийский Парк должен работать как единый комплекс, поскольку это является единственным условием для достижения самоокупаемости. Спортивные объекты не должны оставаться памятниками нашим амбициям. Наследие является одной из причин, по которой МОК отдал право проведения Игр именно Сочи.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

«Олимпийский Парк должен работать как единый комплекс, поскольку это является единственным условием для достижения самоокупаемости, – считает Президент Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрий Чернышенко. – Спортивные объекты не должны оставаться памятниками нашим амбициям. Одна из причин, по которой МОК отдал право проведения Игр именно Сочи, – наследие. После Олимпиады Сочи станет международным центром спорта и активного отдыха, который сделан по самым высоким стандартам, многие из которых впервые применяются в нашей стране».

Фото: www.funsochi.ru
www.funsochi.ruФото: www.flickr.com/Sochi 2014
www.flickr.com/Sochi 2014

SKiINDUSTRY № 05 | 2013



и электрические сети в Адлерском районе и в Имеретинской низменности – в безвозмездное пользование ОАО «Федеральная сетевая компания ЕЭС». Дополнительные эмиссии акций позволят этим государственным монополиям официально внести олимпийские объекты Сочи в свой уставной капитал.

8 объектов, включая Ледовую арену «Шайба», Олимпийский стадион «Фишт», а также автодорогу от курорта «Альпика-Сервис» до финишной зоны «Розы Хutor» Правительство планирует передать на правах собственности Краснодарскому краю. Оставшиеся 34 объекта станут муниципальной собственностью Сочи. Часть олимпийских объектов будут пере-профилированы либо демонтированы и перевезены в другие регионы страны.

«В течение 6 – 8 месяцев после Олимпиады мы планируем перестроить Олимпийский дворец зимнего спорта «Айсберг» в велотрек. Безусловно, жаль терять этот дворец, он очень красивый, но мы прекрасно понимаем, что столько льда в Имеретинской долине нам не нужно», – отметил на одной из пресс-конференций Министр спорта РФ Виталий Мутко.

Право оперативного управления другими олимпийскими объектами в федеральной собственности получат ГБУ «Центр спортивной подготовки сборных команд России», ФГУП «Южный федеральный центр спортивной подготовки», ГБУ «Всероссийский детский спортивно-оздоровительный центр» и ГБУ «Сочинский национальный парк».

Следует отметить, что у Сочи и до Олимпиады была неплохая судьба, а после нее город станет и житницей, и здравницей для многих россиян. Также существует достаточно устойчивая определенность в том, что судьба заброшенных после Олимпиады афинских «Колизеев» горнолыжные трассы Сочи не постигнет. Начнем с того, что развивать Сочи в качестве горнолыжного курорта начали задолго до того, как город получил право провести у себя Олимпиаду. Глава «Интерроса» Владимир Потанин еще в 2003 году, когда идея проведения Игр в Сочи еще не существовало, стал владельцем компании «Роза Хutor», которая начала строительство одноименного горнолыжного комплекса. Олимпиада лишь вписала этот и другие аналогичные проекты в подходящий исторический и инвестиционный контекст. Логично заметить, что и после Олимпиады сочинские курорты пустовать не будут, особенно если уровень организации Игр сделает им соответствующую рекламу.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ «Судьба горнолыжных трасс и курортов после Олимпийских игр в Сочи не изменится. Они принадлежат частной компании ООО «Роза Хutor», и с ними ничего нового не произойдет. ГЛК после Игр будут функционировать точно так же, как и до них», – считает Генеральный директор петербургского ООО «Ски-Ресорт» Виктор Тимаков.

→ «Роза Хutor» будет активно использоваться, и Федерация фристайла России уже внесла свои предложения в Министерство спорта по этому поводу. Российские спортсмены планируют готовиться именно в Сочи к следующим Олимпийским играм 2018 года, которые пройдут в южнокорейском Пхенчхане.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ «Правительство определило основного получателя денежных средств, который будет содержать за счет бюджета олимпийские объекты. Это – Краснодарский край», – отмечает Вице-президент NAI Becar Вальдемар Вайсс. – Я не уверен в эффективности управления чиновников и сомневаюсь в том, что у них имеется продуманный бизнес плана касаемо того, как будут загружены данные объекты после Олимпиады. В целом же, Сочи представляет собой особую забаву для россиян, которые по каким-либо причинам не могут выехать для катания на лыжах на европейские курорты. Для того чтобы сделать данные курорты действительно привлекательными для массового горнолыжного и зимнего туризма, необходима целостная структура гостеприимства с приемлемым уровнем сервиса. Несмотря на интенсивную рекламу летнего отдыха, Сочи так и не смог достичь уровня Турции и Египта в данной отрасли. Зимние туристы еще более капризны и требовательны к организаторам отдыха. «Газпром» также не является самой креативной и «продвинутой» структурой в России. Пока не будет найдена форма привлечения профессионального бизнеса в управление данной территорией, Сочи будет оставаться местом отдыха для тех, кто не привык или не может по каким-либо причинам выехать в Западную Европу».

ВОЗМОЖНЫЕ СЦЕНАРИИ

В целом, россияне полны оптимизма по поводу будущего олимпийских объектов Сочи. По крайней мере, об этом уже сказано настолько много на самом высоком уровне, что не справиться с проблемой олимпийского наследия властям попросту не дадут. Не стоит забывать и о том, что Сочи все-таки является и будет оставаться достаточно популярным местом отдыха для наших соотечественников в ближайшем будущем. Для этого у города есть все предпосылки.



Фото: Andrey Batalov sochi360.ru



Фото: www.funsochi.ru



3



Фото: www.funsochi.ru



Фото 1: Слоны Роза Хutor ночью

Фото 2: Коттеджный поселок, входящий в состав горной олимпийской деревни

Фото 3: Во время проведения зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи здесь будут жить спортсмены, участвующие в соревнованиях по лыжным гонкам и биатлону

Фото 4: Кабинка канатной дороги комплекса «Роза Хutor»

Фото 5: Канатная дорога спортивно-туристического комплекса «Горная Карусель» в Красной Поляне

Фото 6: Фрирайдер на склонах Красной Поляны

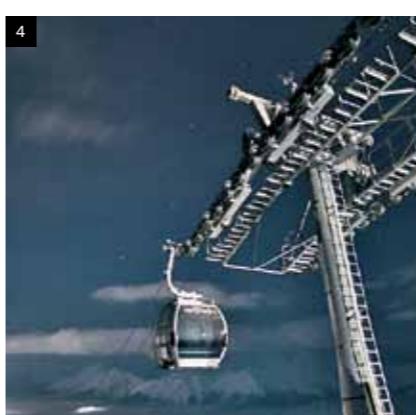


Фото: Andrey Batalov sochi360.ru www.funsochi.ru



4



5

Горнолыжный спорт давно популярен во всем мире, а сочинские горнолыжные трассы, особенно после предолимпийского «тюнинга» и олимпийского «тестинга», вполне устроят любителей этого вида спорта. Возможно, снизятся и цены на проживание в сочинских отелях, поскольку к Олимпиаде их построено достаточно много, и дефицита мест для туристов не предвидится.

Олимпиада должна показать Сочи во всей красе и доказать, что город готов принимать, удивлять и развлекать. В местных проспектах и буклатах достаточно информации о горнолыжных курортах, однако Сочи необходимо выйти на принципиально иной коммуникационный уровень в области международного туризма. Стоит напомнить, что Барселона стала одним из популярнейших курортных городов мира как раз после Олимпиады 1992 года. В Сочи также строятся отели и в целом улучшается инфраструктура горнолыжных курортов. Эксперты Международного олимпийского комитета также подчеркивают комфортабельность Олимпийской деревни в Сочи. В частности, Президент МОК Томас Бах заявил, что во время Игр-2014 в Сочи собирается жить в Олимпийской деревне, а не в пятизвездном отеле, забронированном для функционеров. «В Сочи я заказал себе номер в Олимпийской деревне. Комнаты там в некоторых отношениях даже лучше, чем гостиничные апартаменты. Для атлетов созданы превосходные условия. Качество Олимпийской деревни – на высочайшем уровне», – отметил в интервью немецкой прессе Томас Бах, ставший девятым в истории МОК Президентом в сентябре 2013 года.

Горнолыжный спорт давно популярен во всем мире, а сочинские горнолыжные трассы, особенно после предолимпийского «тюнинга» и олимпийского «тестинга», вполне устроят любителей этого вида отдыха и спорта. Возможно, снизятся и цены на проживание в сочинских отелях, поскольку к Олимпиаде их построено в городе достаточно много, и дефицита мест для туристов не предвидится. Хотя, зная особенности национального бизнеса, все может пойти совершенством по иному сценарию.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ «Миссия Оргкомитета «Сочи 2014» официально заканчивается после Олимпиады, однако нам не безразлично, какая судьба ждет олимпийскую инфраструктуру в дальнейшем. Мы, конечно, следим за дискуссиями и привлекаем различную экспертизу. Мне кажется, что программа наследия в Сочи достаточно продумана», – считает Дмитрий Чернышенко.

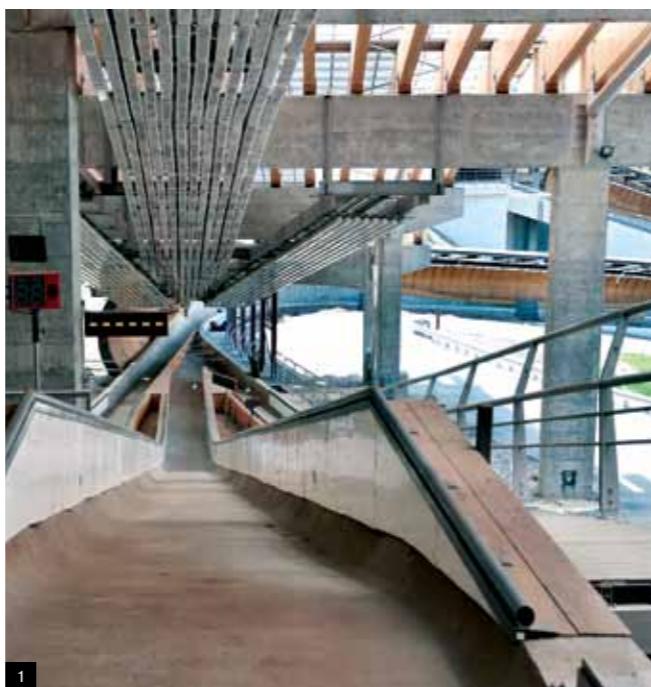


ФОТО: www.shutterstock.com

Фото 1: Центр Санного Спорта «Санки» – санно-бобслейная трасса, расположенная на горнолыжном курорте «Альпика-Сервис»

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ «Я знаю, в каком режиме будет работать Экстрим-парк «Роза Хутор» после Олимпиады», – рассказывает 1-й Вице-президент и исполнительный директор Федерации фристайла России и генеральный директор Ассоциации лыжных видов спорта РФ Сергей Король. – Безусловно, «Роза Хутор» будет активно использоваться, и Федерация фристайла России уже внесла свои предложения в Министерство спорта по этому поводу. Мы будем участвовать в дальнейшей эксплуатации Экстрим-парка, у нашей Федерации есть своя программа. Поскольку там точно такие же климатические условия, как в южнокорейском Пхенчхане, где пройдут следующие после Сочи Олимпийские игры, российские спортсмены планируют готовиться к 2018 году именно в Сочи. Это и называется олимпийским наследием. После Сочи-2014 жизнь там не остановится, это точно. Она и до Олимпиады текла, и после нее будет течь, причем, не менее активно. И по линии государства, и по линии партнеров, схемы финансирования деятельности нашей Федерации будут меняться. Здесь многое зависит от нашей Федерации брать медали: это акробатика, mogul и ски-кросс». О



НОВЕЙШАЯ ИНТЕГРИРОВАННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ И ТРАНСЛЯЦИИ ИНФОРМАЦИИ REAL-TIME НА ГОРНОЛЫЖНЫХ КУРОРТАХ

В рамках подготовки к Олимпийским играм в Сочи 2014 года компания Lumiplan установила на ГЛК «Роза Хутор» в общей сложности 11 аппаратных каскадов, сочетающих в себе светодиодные экраны и карты лыжных склонов, отображающие в режиме реального времени все точки выхода на трассы и подъемники. Эта уникальная система Lumiplan позволяет транслировать единожды введененный контент на любое устройство ГЛК, использующее каналы XML, включая светодиодные экраны, карты склонов, а также мониторы и дисплеи, расположенные вблизи касс и в гостиницах. Транслируемые данные моментально отображаются на веб-сайте ГЛК и на официальном приложении смартфона. Всем этим процессом управляет единый центр программного обеспечения.

Программное обеспечение выполнено в режиме «одного окна», когда информационным процессом в режиме real-time управляет всего один человек, транслируя информацию на все принимающие устройства курорта. Это позволяет избежать ошибок и несоответствий, а также экономит значительное количество времени и энергии, являясь при этом надежным источником информации для лыжников и гостей ГЛК.

Компания также предусмотрела трансляцию внешней информации (режим работы подъемников, изменение погодных условий, технические неполадки и т.д.). Эти данные также передаются по всему ГЛК в соответствии с автоматически заданными параметрами, адаптированными к каждой конкретной ситуации.

Компании Lumiplan удалось оптимизировать свою систему, опередив в этой области многих конкурентов. Lumiplan намерена совершенствовать разработанную систему в будущем и готова к сотрудничеству со всеми заинтересованными горнолыжными курортами в сфере информационного обеспечения. ○

Lumiplan Montagne - ZAC du Chateau – Rue de l'Energie - 73540 La Bathie - Франция
montagne@lumiplan.com +33 4 79 31 32 46 www.lumiplan.com

Вниманию операторов ГЛК предлагается современная информационная система для улучшения процесса коммуникации с клиентами, повышения их безопасности, комфорта и лояльности. С этой целью компания Lumiplan разработала для ГЛК специальную систему, обеспечивающую мгновенную трансляцию необходимой информации в режиме реального времени.

ПОВЫШЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРИ ПОГРУЗКЕ В КРЕСЕЛЬНЫЕ ПОДЪЕМНИКИ

Компания Lumiplan недавно вступила в Ассоциацию Французских горнолыжных курортов, где представила новый аппаратный каскад, отображающий информацию на небольших светодиодных экранах размером 96x64 см, которыми предлагаются оснастить все выходы на кресельные подъемники. Видеоряд на табло выдает каждому лыжнику простые и понятные команды для наиболее безопасной посадки в подъемник, например: «Снимите Ваш рюкзак», «Возьмите лыжные палки в одну руку», «Ожидайте, скоро кресло приблизится к Вам» и т.д.



Lumiplan



НА БАЛКАНЫ С лыжами и без виз



Компания 7 Tour является одним из первых российских туроператоров, открывающим для россиян балканский рынок зимнего туризма. В настоящий момент компания предлагает 3 горнолыжных курорта в Боснии и Герцеговине («Яхорина», «Белашница», «Влашич»), 2 ГЛК в Сербии («Копаоник» и «Стара-Планина») и курорт «Маврово», расположенный вблизи одноименного озера в Македонии. О новых туристических маршрутах на Балканах сегодня нашему журналу рассказывает генеральный директор компании 7 Tour Елена Добровольская.

■ Ski Industry: Почему получилось так, что российские туроператоры до сих пор не заинтересовались горнолыжными курортами Боснии и Герцеговины, Македонии и Сербии?

Елена Добровольская: После развала бывшей Югославии эти страны уступали географическим соседям по уровню жизни. Немаловажен и тот факт, что у соседней Хорватии есть море, что позволило этой стране оперативно наладить летний туристический бизнес. В перечисленных выше странах речь идет о горнолыжных курортах, которые до 2006 года не соответствовали критерию европейского качества. Российские любители зимнего отдыха к этому моменту уже освоили Швейцарию, Австрию и другие европейские страны. Наша компания разрабатывает новые маршруты, которые массовому туристику из России пока не известны, несмотря на то, что на многих ГЛК проходили соревнования в рамках Зимних Олимпийских игр 1984 года в Сараево. Прежде всего, новые варианты активного зимнего отдыха на Балканах на 45-50% дешевле западноевропейских при сопоставимом качестве сервиса, там приведены в соответствие с международным уровнем все подъемники и склоны. Отмечу высокий уровень сервиса в отелях и низкие цены. К примеру, отель 5* на курорте Яхорина в Боснии и Герцеговине стоит 900 евро с перелетом на неделю с человека на новогодние праздники, а на обычные даты от 650 до 700 евро. Начиная с 20 декабря 2013 года,

«Авиакомпания Московия» будет осуществлять в Сараево регулярные прямые рейсы из Москвы, 30 минут от аэропорта – и вы на курорте! Немаловажен и тот факт, что для въезда во все вышеперечисленные страны для россиян не требуется никаких виз и ваучеров, что, несомненно, удобно. В этих странах очень дешевый быт, питание, прокат экипировки и оборудования, а единий ски-пасс на ГЛК стоит от 70 до 100 евро на человека в неделю. 20 евро на двоих вполне достаточно для того, чтобы плотно пообедать, выпить вкусного вина или ракии непосредственно на горной трассе или курорте, любуясь красотами местной природы. Если средний тур в Альпы стоит примерно 2 500 евро с человека, то средний тур на Балканы – в пределах 1 300 евро, включая быт и питание, т.е. в 2 раза дешевле. Сейчас балканские ГЛК, главным образом, заполняются местными туристами.

■ SI: Как относится к россиянам местное население этих стран?

ЕД: Народы бывшей Югославии в массе своей очень хорошо говорят по-русски и тепло относятся к нашим соотечественникам. Например, на сербском ГЛК «Копаоник» есть даже обменные пункты под названием «Москва», а в ресторанах – меню на русском языке. Отмечу, что все балканские курорты очень ждут русских. Они прекрасно понимают, что российские туристы на свой отдых тратят значительно больше, чем европейцы. К тому же, наши языки являются родственными, что немаловажно. Можно спокойно обходиться без переводчика. Сербы и македонцы очень любят застолья и праздники, как и мы. Например, специально ради встречи с нашей группой к нам приезжал кинорежиссер Эмир Кустурица, который пригласил нашу следующую группу к себе в гостиницу на Мокру Гору совершенно бесплатно. Город, который он построил, находится недалеко от сербского курорта «Златибор». Это – своеобразный курорт зимнего отдыха, который непосредственно не является горнолыжным, хотя и там есть подъемники и горнолыжные трассы для начинающих и любителей. Не будем забывать и о том, что наши народы родният православная вера. Исключение составляет Босния и Герцеговина, однако и в мусульманских кварталах Сараево я абсолютно не ощутила негативного отношения со стороны местных жителей. И в местных отелях, и в магазинах встречали очень доброжелательно и гостеприимно. Пока туристы из России едут на Балканы поодиночке и хаотично. Мы же хотим сделать эти поездки массовыми и организованными. Отдельно остановлюсь на курортах Боснии и Герцеговины. Внутри этой страны есть Республика Сербская, где живут православные сербы, в отличие от самой Боснии и Герцеговины, населенной преимущественно мусульманами. Курорт «Яхорина» как раз расположен в Республике Сербской. Помню, я общалась с владельцем очень востребованной местной гостиницы, в которой в тот момент не было свободных мест, и спросила его: «Александр, а зачем Вам русские туристы, ведь у Вас и так много отдыхающих?». На что он ответил мне тихо и спокойно: «Мы просто любим русских!».

■ SI: На какие категории любителей зимнего отдыха рассчитаны балканские курорты?

SI: Все предлагаемые курорты рассчитаны для всех групп лыжников: от начинающих до профессионалов. Для каждой категории построены свои трассы различной сложности и высоты. В основном наши соотечественники осуществляют выбор того или иного ГЛК в зависимости от отелей. Например, гостиница Falkensteiner на сербском курорте «Стара-Планина» идеально подходит для семейного отдыха с детьми. В отеле есть специальный детский клуб, где ребенка можно оставить на целый день. Его там накормят, покажут местную природу, помогут собирать шишки. По сути, это – детский сад. Более того, для детей до 10 лет работает бесплатная горнолыжная школа. Я не встречала подобного даже на европейских ГЛК.

■ SI: Как бы Вы расположили все 6 предлагаемых Вашей компанией балканских горнолыжных курортов по условной 5-балльной системе?

ЕД: На первое место по уровню сервиса я бы поставила боснийский ГЛК «Яхорина» и «Копаоник» в Сербии. Твердую «четверку» я бы поставила второму сербскому ГЛК «Стара-Планина», а также курортам «Белашница» и «Влашич» в Боснии и Герцеговине. «Четверку с минусом» можно поставить курорту «Маврово» в Македонии по причине того, что на этом ГЛК инфраструктура развита несколько ниже, отели меньших размеров, а также пока нет прямого авиарейса из Москвы. Но «тройку» я этому ГЛК в любом случае поставить не могу, поскольку там очень дешевые цены – порядка 700 евро на человека в неделю в период новогодних праздников, включая перелет, два банкета, шведский стол и т.д. А люди настолько гостеприимны, что хочется остаться в Маврово надолго, а в будущем опять вернуться туда! **О**



■ БОСНИЯ И ГЕРЦЕГОВИНА

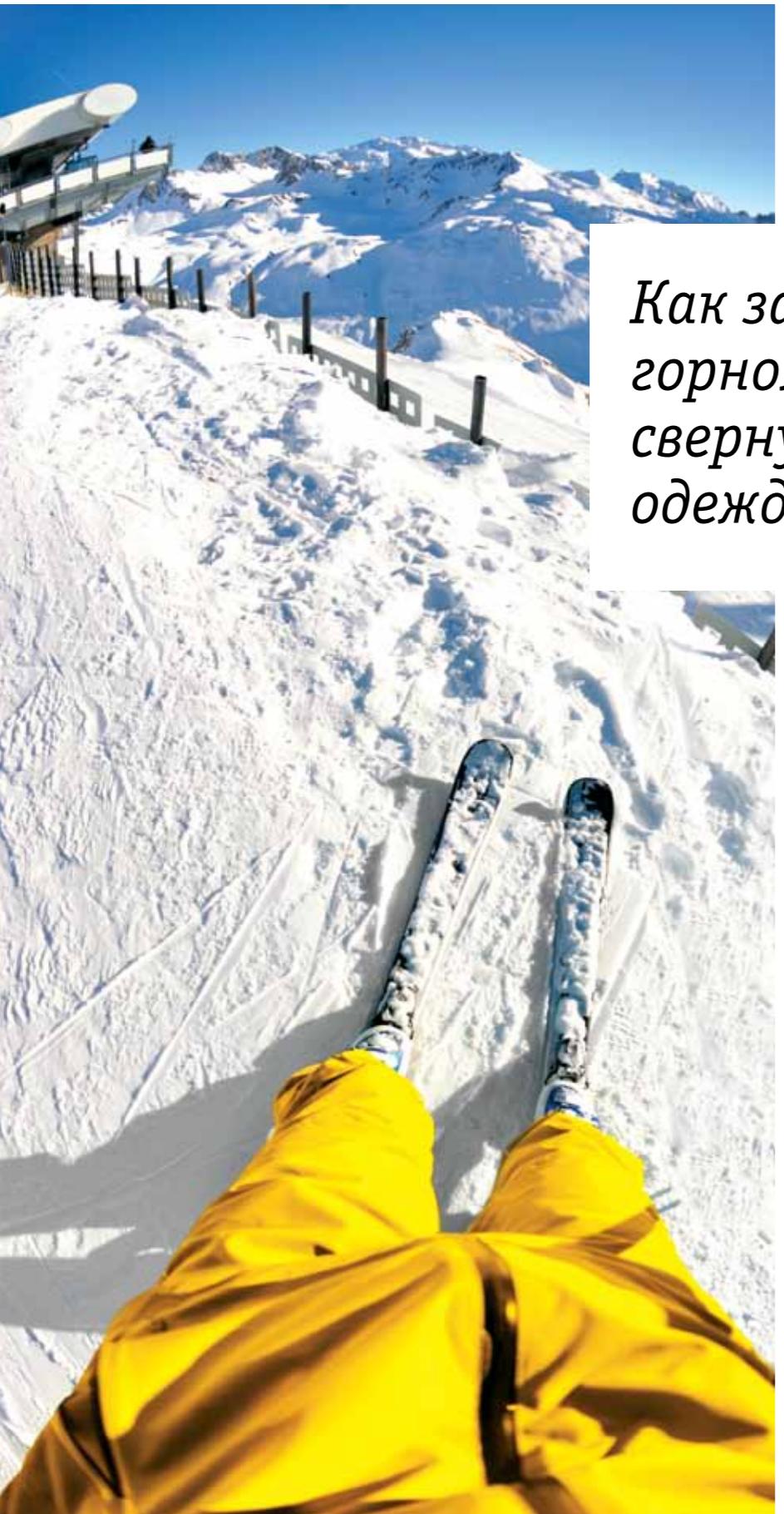
■ МАКЕДОНИЯ

■ СЕРБИЯ

8(495) 987 14 47

info@7-tur.ru

www.balkani-tur.ru



СХОД С ТРАССЫ

Как заставить горнолыжника свернуть в магазин одежды на курорте

Текст: Илья Десятерик

Продажа горнолыжной одежды непосредственно на курорте имеет очевидные преимущества и не менее очевидные трудности. С одной стороны, товар попадает в самый центр целевой аудитории – к тому самому потребителю, которому он предназначен, в том самом месте и в тот самый момент, когда без специальной одежды не обойтись. С другой стороны, очень немногие туристы едут на горнолыжный курорт, не одевшись соответственным образом.

фото: www.shutterstock.com



«Поэтому продавцы одежды на горнолыжных стараются туристов соблазнить, – говорит эксперт отрасли, чемпионка СССР в слаломе, участница Олимпийских игр под флагом Венгрии, проживающая теперь в Австрии Светлана Мельмер, – соблазняют тем, что на курорты привозят самые новые модели всех производителей. Их заказывают еще за год до начала сезона, например, на выставке ISPO, где производители показывают, что именно они разработали к следующему сезону, что еще только собираются выпускать. Соблазняют также довольно точным подбором товара в соответствии с особенностями конкретного ГЛК. Если это гламурный курорт, то и бренды и модели там роскошные, имиджевые. На курортах спортивной направленности представлены, прежде всего, профессиональные модели одежды, заточенные под те или иные нужды спортсменов. Магазины небольших курортов, как правило, предлагают горнолыжную одежду по доступной цене, а их ассортимент рассчитан на семейного потребителя».

Сами операторы курортов редко занимаются организацией торговли, в том числе продажей одежды. Обычно они просто сдают в аренду помещения или даже территорию, на которой владелец магазина развивает свой самостоятельный бизнес. Вместе с тем наличие магазина ГЛК приносит комплексу ощу-

Туристов соблазняют тем, что на курорты привозят самые последние самые новые модели всех производителей. Их заказывают еще за год до начала сезона, например, на выставке ISPO, где производители показывают, что именно они разработали к следующему сезону





прибыль, ведь голым на склон никто не приходит, а вот тех, кто по разным причинам приезжает на гору без снаряжения, немало.

Ключевым показателем, оцениваемым в цифрах, операторы прокатных служб считают максимальное время обслуживания одного клиента. Ведь посетитель будет доволен только в том случае, если его обслужат быстро и ему не придется долго ждать возможности выйти на склон. Такая забота о настроении клиента имеет и прагматическую сторону – меньше время обслуживания – больше пропускная способность пункта проката и оборачиваемость инвентаря.

→ В магазине при пункте проката горнолыжного снаряжения одежда часто не более чем дополнение, и это дополнение должно быть полезным. Турист должен найти здесь, например, элементы одежды, которые часто теряются или выходят из строя



тимую пользу. Шоппинг, как известно, один из видов досуга, а покупка обновок – всегда повод лишний раз прокатиться – сразу же получить впечатления от одежды на практике, на склоне, а не в примерочной.

В общем виде используются два основных подхода к организации продажи одежды на горнолыжном курорте. Один из них состоит в том, что магазин совмещается с пунктом проката инвентаря и экипировки. Такой вариант реализуется в непосредственной близости от склона.

Другой подход – организация шоппинга, как вида досуга посетителей горнолыжного курорта, вне склона.

При любом из подходов первоочередное значение имеет, как ни странно, вовсе не то, что и как продаётся, а где. Расположение магазина имеет решающее значение – надо быть там, где много людей – у подъёмника, у транспортного узла, у гостиницы – полсотни лишних метров отдаления могут погубить все дело. Не поможет даже авторитет бренда крупной торговой сети. Это показал, например, опыт Intersport, которому в 2009 году пришлось отказаться от использования здания на окраине австрийского курортного городка Зельден.

ВЫХОД НА ФРОНТ

Выход горнолыжной одежды в самую гущу целевой аудитории, в точку, где эта одежда применяется, казалось бы, повод развернуть торговлю максимально широко, насколько позволяет территория. Однако европейские коммерсанты, организуя обеспечение туриста всем необходимым для катания, скорее всего, разделят пространство и трудовые усилия персонала в пользу пункта проката. Именно он принесет основную

одежду в таком случае не более чем дополнение, и это дополнение должно быть полезным. То есть турист должен найти здесь то, что необходимо в данный момент, например, элементы одежды, которые часто теряются или выходят из строя. А также одежду, подходящую под различные погодные условия, чтобы горнолыжники, которые, собираясь в поездку, не угадали с подбором вещей для склона, могли исправить положение на месте.

ИЗ ПРОКАТА В МАГАЗИН

Вместе с тем работа пунктов проката, совмещенных с магазинами, зачастую настроена таким образом, чтобы подталкивать посетителей совершать покупки. В странах и регионах с развитыми горнолыжными традициями пункты проката предоставляют в пользование новейшие модели снаряжения и инвентаря различных производителей. Любители катания получают возможность проверить в деле разные варианты экипировки и после серии полноценных «тест-драйвов» выбрать то, что подходит лучше всего. В тот момент, когда выбор будет сделан, и после серии заходов в пункт проката у туристов созреет решение приобрести данное снаряжение – магазин к их услугам. Клиенту трудно устоять перед желанием получить желаемое немедленно, в том же здании.

Тем более это желание поддерживается внимательным отношением, как правило, тех же самых менеджеров, которые помогали подобрать снаряжение в пункте проката и помнят, в чем клиент катался, что ему понравилось, и почему ему это подходит. Понятно, что такой подход может привести гостя к желанию приобрести не только снаряжение, но и что-то из специализированной одежды под конкретное снаряжение.



→ Любители катания получают возможность проверить в деле разные варианты экипировки и после серии полноценных «тест-драйвов» выбрать то, что подходит лучше всего

ПОДЕЛИТЬ МЕСТО И ВОЗДУХ

Специалисты по организации пространства помещений, где проходит обслуживание посетителей горнолыжных комплексов, такие как австриец Герман Талер, считают, что для поддержания этой схемы работы принципиально важно точно спланировать помещения в строении, где располагается пункт проката, совмещенный с магазином. Например, место для сушки прокатного снаряжения необходимо герметично изолировать от помещений, где могут находиться клиенты. Запах спортивной раздевалки не способствует ни желанию провести лишнее время в магазине-прокате, ни решению что-либо там купить, а напротив, сначала подгоняет быстрее взять снаряжение и уйти с ним на склон, потом быстрее сдать прокатный инвентарь и уйти. В целом, помещение для проката, по мнению Талера, должно быть красивым, не создающим ощущения дискомфорта и желания побыстрее покинуть его стены.

Так же важно точно спланировать расположение отделов. Один из набирающих популярность подходов к планировке состоит в том, что делить пространство следует не между различными видами и типами товаров, а между разными группами клиентов, например, возрастными или в зависимости от целей.

Также как на склоне, кому-то важна скорость, крутизна спуска и виражей, а другим – красота вида окружающей природы, людей рядом и себя самого, так и в магазине «спортсменам» нужен один тип организации отдела, а «тусовщикам» и «модникам» лучше обустроить пространство, напоминающее вип-лаунж.



ОЛИМПИЙСКИЙ ЗАБЕГ ПО МАГАЗИНАМ

Открыть магазин одежды, не совмещенный с пунктом проката, решение смелое, требующее бескомпромиссности в подборе товара, оформлении интерьера и организации пространства – ведь стоит задача соблазнить тех, кто уже одет для горнолыжного отдыха, потратить деньги на то, чтобы переодеться. Это должно быть место, где посетитель захочет задержаться и не покажется о проведенном времени, не просто магазин – бутик.

Впрочем, такие магазины редко размещаются «у подъёмника», как пункты проката. Как правило, они располагаются на центральных улицах курортных городов, куда туристы выходят погулять и отдохнуть после часов, проведенных на склоне. Эти улицы – настоящие торговые галереи, где число магазинов, представляющих разнообразные известные бренды, превышает сотню. Разумеется, там продаются товары самого разного назначение. Но концентрация спортивных, магазинов, ориентированных, прежде всего, на горные дисциплины, велика – примерно 30%.

Наиболее развиты подобные торговые территории в альпийских столицах зимних Олимпиад прошлого века: австрийском Инсбруке, швейцарском Санкт-Морице, итальянской Кортине Д'Ампеццо, французском Шамони. Аналогичная модель реализована и на российском курорте «Роза Хутор», который также примет горнолыжные соревнования Олимпиады.

Благоприятные условия для организации торговли, вообще, и горнолыжной одеждой, в частности, формируются в тех горнолыжных регионах, где действует режим беспошлины торговли. Примером таких территорий могут служить Андорра-ла-Велья, швейцарский Замнаун и итальянский Ливиньо и другие. В России эта перспективная модель пока не применяется. О



ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ГОРНОЛЫЖНЫЕ БОТИНКИ

или кастомизация по-русски

Текст: Владимир Колосов



Крупнейшими производителями горнолыжных ботинок на заказ в мире являются американский DaleBoot, австрийский Strolz и немецкий Bogner. В России в настоящий момент представлен лишь один из них – DaleBoot, который в лице компании BootMaster имеет в Москве не только свое представительство, но и производственную линию. Об особенностях изготовления кастомной обуви для горнолыжников нашему журналу сегодня рассказывает генеральный директор компании BootMaster Сергей Федоров.

SI: Сергей, какова история появления Вашего бренда в России?

Сергей Федоров: Компания DaleBoot – американский производитель высококачественных горнолыжных ботинок – основана в 1969 году Мэлом Дэйлбутом. В 2003 году компания вышла на европейский рынок и имеет штаб-квартиру в австрийском Китцбюэле. Официальное открытие представительства фирмы в Москве состоялось 17 ноября 2012 года. Мы заключили с головным офисом в США эксклюзивный дилерский договор по России сроком на 5 лет, а также создали свое производство в Москве. В результате срок изготовления заказа у нас составляет 2-3 дня при цене одной пары – 40 000 рублей или примерно 930 евро. Strolz и Bogner также начали принимать заказы от россиян, однако затем эти заказы отправляются в Европу, поэтому срок их готовности составляет 1-1,5 месяца. Узнаваемость бренда DaleBoot среди россиян постепенно растет. Сегодня примерно 50% наших покупателей приезжают в Москву из российских регионов: это Амурская область, Тында, Норильск, Новосибирск, Кемерово, Барнаул. Среди заказчиков были также представители Средней Азии (Алма-Ата, Ташкент).

SI: Какие категории покупателей проявляют наибольший интерес к Вашей продукции?

СФ: Прежде всего, это категория катающихся, которым профессиональные инструкторы с первых шагов объясняют необходимость иметь индивидуальную кастомную обувь. Либо это те, кто, перепробовав ботинки нескольких производителей серийной обуви и испытав дискомфорт после пары сезонов катания, в итоге приходят к нам. Основная наша категория – любители горнолыжного спорта с различным уровнем подготовки: от «горнопляжников» до опытных лыжников, которые едут в горы не для того, чтобы ставить рекорды, а для того, чтобы в 9:00 пойти на склон и в 17:00 вернуться в номер. Также растет ниша «больших людей». Например, у нас были заказы на ботинки 48-го и даже 50-го размеров, которые в готовом виде невозможно найти на рынке. Еще одна категория – люди с нестандартными ногами, в основном, горнолыжники после переломов и других травм, которые хотят продолжать активный образ жизни на склонах. Серийных ботинок для людей с подобными травмами попросту не существует. У нашей обуви очень удобный «вход» для ноги, благодаря трехкомпонентному «языку», а крепления при этом защелкиваются внутрь. В этом заключается одно из главных технических

СПОРТ И БИЗНЕС | Производство кастомной горнолыжной обуви

преимуществ. В целом же, процесс индивидуального изготовления включает три компонента: изготовление внешнего жесткого пластикового ботинка (мыльницы) по форме ноги, формовка внутреннего сапожка (валенка) по форме ноги и изготовление стельки по форме стопы.

SI: Каковы другие технические особенности ботинок Вашего производства?

СФ: Во-первых, ботинок сделан из первичного натурального пластика. Это не переработанный recycling, из которого делают серийные ботинки, которые при бутфитинге рвутся либо трескаются на морозе. Первичный же пластик имеет совершенно другие химические цепочки, что позволяет нам растягивать его до 20 мм в длину и до 15 мм в ширину. Пара наших ботинок весит 3,9 кг, что примерно на 1 кг легче аналогичной обуви массового производства. Внутрь «башмака» мы вставляем «валенок» канадской фирмы Intuition. Он запекается точно по ноге человека и принимает ее форму. Далее, внутрь ботинка вставляется цельная пластиковая стелька, которая позволяет регулировать установку лыжника внутри «башмака», его наклоны «вперед – назад», а также убирает косолапость. Большинство не подозревает о том, что левая и правая нога имеют разные размеры. Но горнолыжный ботинок должен «сидеть» на ноге плотно и комфортно. Людям с нестандартными ногами невозможно найти оптимальный вариант в серийной продаже. Мы же легко справляемся с любыми ситуациями.

SI: Почему Вашу основную категорию покупателей составляют любители, а не профессионалы?

СФ: Хотя DaleBoot считается обувью для любителей, суще-



Фото 1: Внутренний сапог Intuition



Фото 2: Модель ST

ствуют и исключения. Например, многие фрирайдеры, включая известную в мире горнолыжницу – россиянку Анну Ханкевич, катаются в нашей обуви. Успели ее оценить и инструкторы в Красной Поляне. И, пожалуй, самое главное: Олимпийская сборная Германии по фристайлу будет на Олимпиаде в Сочи выступать именно в снаряжении DaleBoot.

SI: А что касается Олимпийской сборной России?

СФ: К сожалению, до нашей сборной по фристайлу «достучаться» не удалось. Со многими российскими спортивными федерациями довольно сложно общаться. Возможно, здесь нам необходимо больше внимания уделять информированности спортивных чиновников и спортсменов. Сегодня в российском обществе в целом нет достаточного уровня осведомленности о том, что подобная услуга уже два года существует на отечественном рынке. О

**Катайтесь с комфортом
в ботинках**

DaleBoot

**Индивидуальное
изготовление
за 2 дня!**

www.probootmaster.com
тел. +7 (985) 7736920

Boot
Master

реклама



Текст: Виктор Козлов,
директор консалтинговой
компании «Extreme Marketing»

СКРЫТЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВАШЕЙ ПРИБЫЛИ



Если в вашем бизнесе стоит вопрос привлечения новых клиентов, то обратите внимание на один из больших скрытых потенциалов – социальные связи ваших сотрудников и их возможности к коммуникации.

Сейчас нередко можно увидеть ситуацию, когда у одного вашего сотрудника, может быть база друзей «вконтакте» на порядок больше, чем вся ваша клиентская база. И она может быть вашей целевой аудиторией.

А если в вашей организации работают десятки людей, то общее число их друзей в социальных сетях может исчисляться десятками тысяч.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ – ПО ПОЛНОЙ ПРОГРАММЕ

К вопросу о целевых аудиториях, в экстрем-тематике очень часто друзья работников являются и клиентами. К примеру, у инструкторов по сноуборду и горным лыжам (и других сотрудников), скорее всего, найдутся друзья, которые могут стать вашими клиентами.

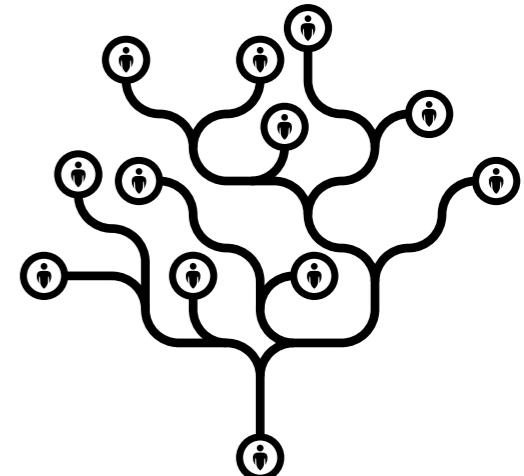
Сейчас то время, когда вы не должны ограничиваться усилиями одного маркетолога для привлечения клиентов. Стоит раскрывать маркетинговый потенциал своей организации по полной программе.

Для реализации скрытого потенциала в виде баз ваших сотрудников, вы можете делать разовые акции. Фотосессии, видеопроекты и др. Куда будут вовлечены ваши сотрудники, и им захочется поделиться информацией о событии в социальных сетях (например, брендированными фото вашего горнолыжного центра). Вы можете договориться с сотрудниками, дав им дополнительную премию за то, что они делают репосты материалов (копии публикаций на своих страницах), которые готовят ваши маркетологи на постоянной основе.

КАЖДЫЙ РАБОТНИК – ПАРТНЕР

Вы можете создать условия, когда сотруднику будет выгодно приводить клиентов, и он будет задействовать не только свои базы, но и все возможные варианты, которые в его силах (базы друзей, родственников, личные связи со СМИ, проработку новых клиентов).

→ Для реализации скрытого потенциала в виде баз ваших сотрудников, вы можете делать разовые акции – фотосессии, видеопроекты, куда будут вовлечены ваши сотрудники. Им непременно захочется поделиться информацией о событии в социальных сетях (например, брендированными фото вашего горнолыжного центра).



Для этого нужно прорешить линию, на которой учтены следующие точки:

1. Человек отвечает за проект, который связан с продажами продукта (от небольшой акции, посвященной рекламе одного продукта, до масштабной рекламной кампании). Или может повлиять на продажи.
2. Вы устанавливаете ключевые показатели, которыми измеряете эффективность. Это может быть количество продаж,

количество клиентов, которые пришли в вашу базу, подписались на страницу в социальной сети.

3. Сотрудник замотивирован на процент от результата и имеет небольшую окладную часть. Либо, если это не прямые обязанности человека, он видит, что может заработать на этом дополнительные деньги, посвятив пару часов своего свободного времени.
4. Вы делитесь прибылью, исходя из вклада работника в процесс привлечения клиентов.



→ Если вы продаете через Интернет, то ваши сотрудники могут давать партнерскую ссылку на конкретный продукт, расположенный на сайте, и получать процент от его продаж. Причем уже есть партнерские программы, которые делают это автоматизированно.

По сути, эта модель, где вы делаете работника своего бизнеса не просто частью механизма (хотя это также важно). Вы даете возможность стать каждому работнику вашим партнером, который влияет на результат и может получить свой процент от него. Одна из явных схем реализации может быть в Интернете, когда у вас стоит задача набрать клиентскую базу.

Каждый сотрудник получает уникальную партнерскую ссылку, которую может размещать в социальных сетях, отправить по e-mail друзьям и др. К примеру, это ссылка на ваш frontend – бесплатный видеоурок сноубординга.

А вы в итоге видите, сколько человек пришло в вашу базу и благодаря усилию каких работников (через чьи партнерские ссылки).

Если вы продаете через Интернет, то ваши сотрудники могут давать партнерскую ссылку на конкретный продукт, расположенный на сайте, и получать процент от его продаж. Причем уже есть партнерские программы, которые делают это автоматизировано.

Важно лишь начать использовать эти программы и провести для сотрудников небольшое обучение, на котором расскажете о возможностях дополнительного вклада и дадите инструменты.

Зима постепенно охватывает различные уголки России и СНГ. Встраивайте эти принципы по максимуму в свой реальный бизнес уже в данном сезоне. Особенно в продажу через сайт различных сертификатов на ваши услуги. О

смарт-турникет AX500
Системы AXESS для горнолыжных курортов



Системы «Axess» разрабатываются с использованием проверенных на практике ультрасовременных технологий, предлагающих интегрированные решения для систем ски-пассов, проката и парковки. Везде, где возможно, компания опирается на промышленные стандарты и использует стандартизированные

интеграционные интерфейсы, то есть системы бухгалтерского учета и системы управления или системы хранения. Дополнительные модули доступны для продажи через Интернет (B2B и B2C) и продажи через автоматы по продаже билетов.

реклама



СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОСТУПА ДЛЯ ГОРНОЛЫЖНЫХ КУРОРТОВ

Начиная с 1999 года, австрийская компания «Axess» начала предлагать компоненты систем электронного доступа для горнолыжных курортов и парков отдыха в России и странах СНГ. С тех пор продажи ведутся через сеть партнеров, которые внедряют продукцию компании (билетные принтеры, турникеты, считыватели штрих-кодов и RFID-билетов) в свои собственные решения.

В связи с многочисленными запросами, компания «Axess» решила укрепить свои позиции в России, предлагая полностью интегрированные системы. И началом послужило внедрение полностью интегрированной системы продажи билетов, контроля доступа, проката и парковки в рамках проекта «Альпика-Сервис» в городе Сочи.

Компетенции компании выходят далеко за рамки поставки компонентов аппаратного обеспечения. В 1998 году международная команда специалистов и высококвалифицированных профессионалов с более чем десятилетним опытом в

разработке и маркетинге систем продажи билетов для компании «Skidata» основали компанию «Axess».

За 15 лет с момента основания австрийская компания завоевала на международном рынке отличную репутацию поставщика надежных и интегрированных решений для систем продажи билетов и контроля доступа. По всему миру она имеет места производства, сбыта и поддержки аппаратного и программного обеспечения, а также владеет всеми необходимыми знаниями и ресурсами для того, чтобы реализовывать перспективные системные решения, и стала международным

ОБОРУДОВАНИЕ | Системы электронного доступа

лидером на рынке внедрения систем Ski Pass.

Система Axess Ski Pass Systems – результат тесного сотрудничества экспертов компании с представителями ведущих горнолыжных курортов. Крупнейший реализованный компанией проект – DOLOMOTI SUPERSKI – система, охватывающая деятельность 138 компаний и состоящая из более чем 300 кассовых и 1550 терминалов контроля доступа. Система обрабатывает более 4 млн билетов и 150 млн проездов в зимний сезон. Все данные передаются в центр обработки данных в он-лайн режиме с высокой частотой.

Это интегрированная информационная система с современной архитектурой. Все кассовые терминалы и терминалы доступа работают автономно и обмениваются данными о совершенных транзакциях с центром обработки данных в он-лайн режиме. Такая архитектура системы предотвращает возможность полного прекращения работы и гарантирует высочайшую надежность.



Центр обработки данных позволяет управлять параметрами эксплуатации, данными о продажах и доступе, распределять и предоставлять данные для интернет-магазинов и CRM программ (систем управления взаимоотношениями с клиентами), а также работать из любой точки мира, используя стандартные возможности веб-браузера. Все продажи автоматически передаются в центр обработки данных в режиме он-лайн. Функция Smart Gates (умного доступа) обеспечивает возможность контроля доступа с сигнализацией и визуализацией удостоверений на внутреннем или внешнем экране. Система предоставляет все современные функции обеспечения безопасности.

Для обмена данными между центром обработки данных и клиентами в системе используется набор сетевых протоколов TCP/IP. Мощный интерфейс SOAP (простой протокол доступа к объектам) доступен для внедрения и использования системы сторонними приложениями и интернет-магазинами. Дополнительные модули доступны для продажи через Интернет (B2B и B2C) и продажи через автоматы по продаже билетов. Безде, где возможно, компания опирается на промышленные стандарты и использует стандартизованные интеграционные интерфейсы, то есть системы бухгалтерского учета и системы управления или системы хранения.

Система точек продаж AXESS отвечает всем требованиям эффективной, современной системы точек продаж. Ее программы основаны на многолетнем опыте в сфере продажи билетов одновременно всех снегогенераторов

Основным руководящим принципом компании является предложение Заказчику самых лучших технических и коммерческих решений и воплощение в жизнь их потребностей после тщательного анализа с использованием знаний и опыта наших экспертов. Результатом этого являются максимальная гибкость по отношению к пожеланиям Заказчика и минимальные затраты при эксплуатации систем на горнолыжных курортах. Системы «Axess» разрабатываются с использованием проверенных на практике ультрасовременных технологий, предлагающих интегрированные решения для систем ски-пассов, проката и парковки.

Очевидно, что ориентированные на Заказчика и будущее программные решения, такие как: продажа билетов через интернет (B2C), продажа ски-пассов в гостиницах (B2C), членские программы, программы «direct-to-lift» («сразу к подъемнику») и многие другие, являются международными и многократно применяемыми функциями в системах «Axess».

Международными клиентами «Axess» являются известные горнолыжные курорты, такие как: «Dolomiti Superski» в Италии, «St. Moritz» в Швейцарии, «Ski Arlberg» в Австрии, «Compagnie des Alps» во Франции, «Skistar» в Швеции, Норвегии и многие другие, которые полагаются на надежность и компетентность компании. О



«ГОРТЕХЦЕНТР» И MND GROUP НАГРАЖДЕНЫ ПО ИТОГАМ ГОДА

Российская компания «ГорТехЦентр» вот уже несколько лет является официальным представителем MND Group на территории России (Montagne and Neige Development Group) – ведущего французского производителя оборудования для обеспечения безопасности на горнолыжных склонах и оборудования для горнолыжных комплексов (снегогенераторов SUFAG/ARECO/SNOWSTAR, канатных дорог, ленточных подъемников LST, противолавинных систем).

Помимо России, MND Group представлена на рынках 48 стран мира, оказывая профессиональные услуги на рынке горнолыжной индустрии в области разработки и обустройства горных зон отдыха, подъездных дорог и других составляющих горнолыжной инфраструктуры.

23 октября 2013 года MND Group успешно разместила свои акции на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE), где компания получила специальный приз за лучшее IPO года, в результате которого MND Group заработала 21,2 млн евро. Цена размещения акций в 4 раза превзошла стартовую, а акционерами компании стали крупнейшие инвесторы, представляющие практически все регионы мира. Торговый оборот MND Group в 2012/2013 финансовом году составил 58 млн евро, 65% из которых приходится на зарубежные страны.

«Полученная нами на NYSE высокая награда является результатом упорного труда наших партнеров, – рассказывает учредитель, президент и генеральный директор MND Group Ксавье Галло-Лавале. – Благодаря успешному размещению акций, компания удалось осуществить крупнейшую сделку по приобретению Snownet Group, и теперь мы являемся второй по величине компанией на мировом рынке горнолыжной индустрии».

→ Оборудование MND Group проверено временем и многократно использовалось при проведении чемпионатов Мира и Европы и Олимпийских игр под эгидой FIS в различных регионах мира



Оборудование MND Group проверено временем и многократно использовалось при проведении чемпионатов Мира и Европы и Олимпийских игр под эгидой FIS в различных регионах мира, включая Италию, Испанию, Францию, Болгарию, Австрию, Швецию, Канаду и Россию. Вся продукция MND Group сертифицирована и соответствует европейским стандартам ISO 9001:2000 и ISO 14001:2004. Ассортимент продукции составляет более 3 000 наименований.

Созданная в 2004 году MND Group сегодня объединяет 9 компаний, предлагающих инновационные решения по обустройству горнолыжных трасс и городского канатного транспорта.

■ «Имея большой промышленный опыт в строительстве канатных горных дорог и обладая инновационной и защищенной технологией, MND Group разработала уникальное решение канатного городского транспорта – CABLINE. Данный способ передвижения прекрасно вписывается в транспортную инфраструктуру крупных городов, пригородных зон и аэропортов», – резюмирует Ксавье Галло-Лавале.

Помимо поставки оборудования производства MND Group, специалисты компании «ГорТехЦентр» осуществляют проектирование и монтаж систем искусственного оснажения SUFAG/ARECO/SNOWSTAR, снегоуплотняющих машин Prinoth, Pisten Bully, а также буксировочных, канатных и ленточных подъемников LST. «ГорТехЦентр» в 2013 году также получил свой приз – на IX Международном конгрессе по зимним видам спорта в Сочи компания победила в номинации «Лидеры спортивной индустрии», за что и получила восьмигранную стелу из оптического стекла, увенчанную логотипом Конгресса.

→ Созданная в 2004 году MND Group сегодня объединяет 9 компаний, предлагающих инновационные решения по обустройству горнолыжных трасс и городского канатного транспорта



■ «Очень приятно, что заслуги нашего предприятия отмечены такой значимой наградой. Мы работаем уже 15 лет, и наша победа – это возможность подвести приятный промежуточный итог, после которого легче развиваться дальше!», – отметил генеральный директор «ГорТехЦентра» Михаил Паел. ○



ОДИН ПАРТНЕР – МНОГО РЕШЕНИЙ

e-mail: gtc@gtcenter.ru
www.gtcenter.ru

127591, Москва, Дмитровское шоссе 100, кор. 2

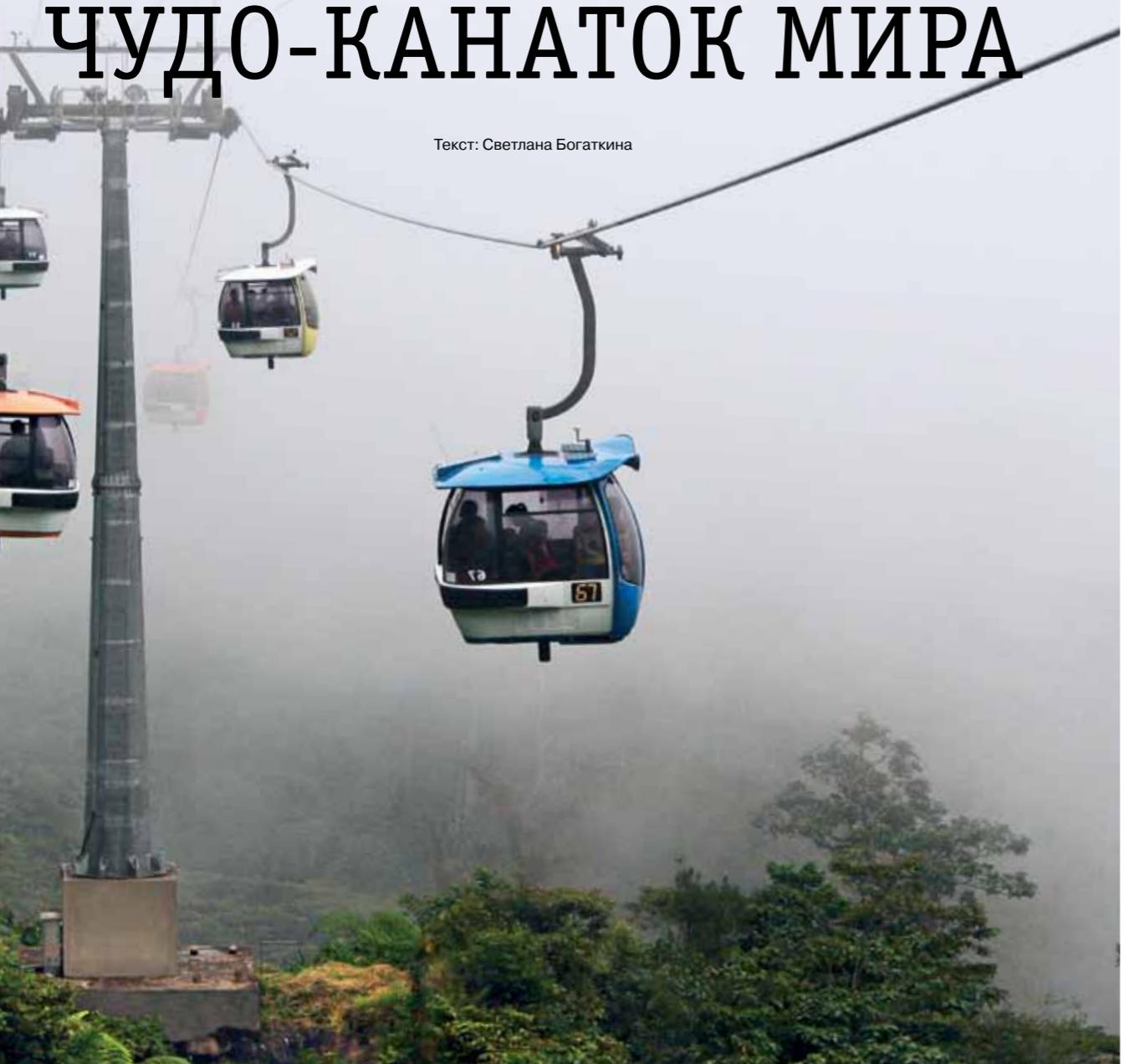
+7 (499) 480 90 23

- Системы искусственного оснажения ARECO, SUFAG, SnowStar (MND Group)
- Ратраки новые и б/у с гарантией завода: Prinoth, PistenBully, Bombardier
- Запчасти, сервис
- Сети безопасности, маты, тюбинги FIS
- Кресельные канатные дороги, бугельные канатные дороги, ленточные подъемники

5

ЧУДО-КАНАТОК МИРА

Текст: Светлана Богаткина



Канатные дороги... Даже само сочетание этих двух слов впечатляет. На этот раз свой материал мы решили посвятить самым необычным канаткам мира.

photo: www.shutterstock.com

Канатная дорога **Гентинг** считается самой быстрой в мире. Город, в честь которого она была названа, располагается на высоте 2000 м. Это настоящий рай для любителей развлечений. Не случайно его называют Лас Вегасом Малайзии. В Гентинге находится 20 фешенебельных отелей, несколько парков с аттракционами, полей для гольфа, концертных залов, торговых комплексов, кинотеатр, музей, а также единственное легальное в стране казино. Всю эту империю воз-

двиг китайский бизнесмен малайзийского происхождения Лим Гох Тонг.

Одной из главных достопримечательностей Гентинга является сверхскоростная канатная дорога. Она открылась 21 февраля 1997 года. Кабинки перемещаются со скоростью 6 м/с. Таким образом, путь в 3380 м от нижней станции в поселке Куала Бубу Бару до самого города преодолевается всего за 11 минут. Путь проходит над джунглями.



Фото 1: Путь канатной дороги Гентинг проходит над джунглями

Фото 2: Станция самой быстрой в мире канатки

Фото 2: Кабинка перемещается со скоростью 6 м/с



Известно, что первая канатная дорога в современной ее интерпретации была запущена в Швейцарии в 1866 году: она доставляла туристов на смотровую площадку. Поистине грандиозный всплеск строительства подвесных дорог пришелся на вторую половину прошлого века, когда резко возросла популярность горнолыжного спорта. В России такой транспорт появился в 1871 году. С помощью него через заболоченную местность перевозился лес. Сегодня в мире немало канатных дорог, мы же расскажем о пяти самых знаменитых.

САМАЯ СКОРОСТНАЯ. В МАЛАЙЗИИ



Фото 1: Долина Гульмарга

Фото 2: Общая длина канатной дороги Гульмарг – 5 км

Фото 3: Вертолет может доставить лыжников в горы

→ До открытия самой высокогорной в мире канатной дороги Гульмарг горнолыжники были вынуждены подниматься в горы на вертолетах, что значительно увеличивало стоимость катания на лыжах



САМАЯ ВЫСОКОГОРНАЯ. В ИНДИИ

Канатная дорога **Гульмарг** выделяется своим супервысоким расположением. Долина Гульмарга раскинулась в Гималаях – на площади 3 кв. км, на высоте 2730 м над уровнем моря. С 2005 года здесь функционирует самая высокогорная в мире канатная дорога.

Знаменитая канатка гондолного типа с 6-местной кабиной имеет две секции. Первая из них, открытая весной 1998 года, позволяет подняться с высоты 2700 м (станция

Гульмарг) до высоты 3100 м (станция Кондгори). Благодаря второй секции, запущенной в 2006 году, можно было достичь отметки в 4114 м (станция Афарват). А вот до открытия такого средства передвижения горнолыжники были вынуждены подниматься в горы на вертолетах. Что значительно увеличивало стоимость катания на лыжах.

Общая длина канатной дороги Гульмарг – 5 км. Она способна перевозить в час до 600 человек.



photo: www.andrei-stolar.ru



Фото 1: Станция кресельного подъемника

Фото 2, 3: Для того, чтобы прокатиться на этой канатке достаточно лишь надеть шлем и пристегнуться ремнями безопасности



→ Прокатиться по такой чудо-дороге можно только в летнее время. Это может сделать практически каждый. Возраст пассажира – старше 9 лет, рост должен превышать 130 см, а вес варьироваться от 30 до 125 кг



САМАЯ ЭКСТРЕМАЛЬНАЯ. В ШВЕЙЦАРИИ

Канатная дорога **Sternensauser**, функционирующая на швейцарском курорте Хох-Ибрг, считается одной из самых страшных. Кабинки отсутствуют. Для того чтобы воспользоваться, достаточно лишь надеть шлем и пристегнуться ремнями безопасности.

Канатка устроена необычным образом: пассажиры приводятся в движение под тяжестью собственного тела. Она представляет собой один единственный трос, натянутый

над землей на 75-метровой высоте между несколькими платформами.

Sternensauser – это еще и самая длинная из подобных дорог в мире. Маршрут начинается от верхней станции кресельного подъемника, откуда дорога спускается в долину. В ходе спуска пассажир разгоняется до скорости в 90 км/час, что дает иллюзию свободного падения. Считается, что тут можно получить порцию адреналина не меньше, чем при падении с парашютом.



Фото 1: Подняться на знаменитую Ай-Петринскую яйлу проще всего по канатной дороге

Фото 2: Вместительная кабина канатной дороги Мисхор

otdylk.ru.crimea.ua

photo: www.shutterstock.com



САМЫЙ ДЛИННЫЙ БЕЗОПОРНЫЙ ПРОЛЕТ. В УКРАИНЕ

Канатная дорога **Мисхор** (Ай-Петри) уникальна. Горное плато на южном берегу Крыма именуется яйлою. Подняться на знаменитую Ай-Петринскую яйлу проще всего по канатной дороге – на это потребуется всего 15 минут. Канатка пользуется спросом как у туристов, так и у местных жителей. Ведь зимой это самый оптимальный и быстрый путь, чтобы подняться на заснеженную вершину и покататься на лыжах и санках.

Подвесная дорога строилась долгих 20 лет. Ее запуск состоялся в 1987 году, а через год на ней было открыто общее посещение. Сегодня в Украине около 15 подобных подвесных дорог, большая часть их разместилась в Крыму. Но Мисхор считается из них самой удивительной: между средней и верхней станциями находится самый длинный в Европе безопорный пролет. На протяжении всей 2-километровой дистанции нет ни одной промежуточной вышки.



photo: www.shutterstock.com



photo: www.forum.awd.ru

Фото 1: Теперь к средневековому монастырю Татеву можно подняться по канатной дороге

Фото 2, 3: Опоры и станция самой длинной в мире канатки



САМАЯ ДЛИННАЯ. В АРМЕНИИ

Татевская канатная дорога – официальное название «Крылья Татева» – находится в Армении. Год строительства – 2010-й. Это пассажирская канатная дорога двойного реверсивного действия, вошедшая в Книгу рекордов Гиннеса, как самая длинная в мире. Она протянулась над ущельем Воротан на 5,7 км, соединяя две деревни: Алидзор (неподалеку от ереванской трассы) и Татев, вблизи монастыря. Наибольшая высота над ущельем составляет 320 м.

Две кабинки, вмещающие по 25 пассажиров, движутся со скоростью 37 км/час, преодолевая расстояние менее чем за

12 минут. Они поддерживаются 6 суперпрочными тросами. Основной привод дороги – два электродвигателя: основной и резервный. Также конструкция снабжена дизельным двигателем, который подключается в случае прекращения подачи электроэнергии. Работоспособность канатной дороги обеспечивается даже при ветре силой до 70 м/сек.

Одноименная подвесная дорога стала одним из этапов программы возрождения Татева, средневекового монастыря IX века. До ее открытия до Татева можно было добраться только по крутым серпантину.

Поднявшись - не останавливайся!

ООО «РИ Урал»
Россия, г. Екатеринбург
т.ел./факс: (343) 246 43 80
e-mail: pupyshev.66@mail.ru

ООО «Альп Проект»
Россия, г. Дмитров
т.ел./факс: (496) 224 16 22
e-mail: alppro@mail.ru

ООО «СНОУПРОМ-СЕРВИС»
Россия, г. Самара,
т.ел. (846) 224 02 54
e-mail: mail@snowprom-service.com

www.snowprom.ru
СНОУПРОМ
группа компаний

ПОКОРЯЙТЕ ВЕРШИНЫ С ГРУППОЙ КОМПАНИЙ «СНОУПРОМ»

Горнолыжный спорт невероятно популярен во всем мире. Ежегодно миллионы спортсменов посещают международные и региональные соревнования, показывая невероятную силу духа и становясь эталоном для подрастающего поколения.

Количество побед напрямую зависит от качества построенных трасс, грамотной и своевременной сервисной работы по обслуживанию горнолыжных комплексов. Так же без внимания не остается активно разрастающаяся сфера туристических и спортивно-оздоровительных сооружений. В эксплуатацию вводятся подвесные пассажирские канатные дороги, позволяющие в полной мере насладиться красотой ландшафта и без пробок спокойно перемещаться из одного пункта в другой.

Группа компаний «СНОУПРОМ»

Группа компаний «СНОУПРОМ» (состоит из компаний: ООО «Альп Проект», ООО «РИ-Урал» и ООО «СНОУПРОМ-СЕРВИС») вот уже 10 лет занимается успешным проектированием, созданием и эксплуатацией спортивно-развлекательных и туристических комплексов, начиная с идеи их создания и заканчивая оптимизацией финансовых потоков работающих курортов и обучением персонала заказчика. В списке выполненных работ компания фигурирует: проектирование Олимпийского фристайл центра и сноуборд парка в г. Сочи, проектирование ГК «Ведучи» (Чеченская Республика), строительство Федерального центра по зимним видам спорта в г. Чайковский, Федерального спортивного центра «Аист» в г. Нижний Тагил, Федерального тренировочного центра в п. Токсово Ленинградской области и многих других объектов, построенные в России и странах СНГ. Компания сотрудничает с такими мировыми производителями канатных дорог, как Bartholet Maschinenbau (BMF), Leitner, POMA, Tatralift, Doppelmayr. В состав компаний «СНОУПРОМ» входят высококлассные специалисты, имеющие многолетний, в том числе международный, опыт работ в монтаже и сервисном обслуживании КД, проходили стажировки у ведущих мировых компаний – производителей КД. В повседневной работе используются качественные материалы и оборудование лучших мировых брендов. Благодаря применению прогрессивных методов 3D-моделирования, проектирование объектов происходит быстро и максимально реалистично.



Ипатов Леонид Леонидович директор ООО «Альп Проект»

Компания ООО «Альп Проект» занимается разработкой проектной документации, уникальных концепций всесезонных спортивных и развлекательных комплексов горнолыжной специализации, а также активным проектированием предлагаемых концептуальных решений и технологическим сопровождением с поставкой необходимого оборудования. Разрабатываемая проектная документация проходит обязательную государственную экспертизу.



Пупышев Александр Викторович директор ООО «РИ Урал»

Специализация компании ООО «РИ-Урал» заключается в комплектации и строительстве «под ключ» спортивных горнолыжных комплексов различной степени сложности. Объектов, на которых ведутся или уже выполнены работы по строительству и монтажу КД с участием ООО «РИ-Урал», большое количество. Компания принимает активное участие в процессе подготовки горнолыжных трасс к Олимпийским играм в Сочи в 2014 году.



Василевский Алексей Николаевич директор ООО «Сноупром -сервис»

Основным видом деятельности компании ООО «СНОУПРОМ-СЕРВИС» является разноплановое строительство, эксплуатация, диагностика и сервисное обслуживание канатных дорог ведущих мировых производителей с возможностью поставки большого ассортимента запасных частей и комплектующих. Целесообразность строительства современной, комфортной и экологически чистой транспортной магистрали невозможно переоценить. К списку преимуществ канатных дорог также можно отнести независимость от наземного транспорта, отсутствие стресса из-за постоянных пробок и, конечно же, возможность созерцания прекрасных природных ландшафтов.



ОБОРУДОВАНИЕ | Саночные трассы

Wiegand являются саночными трассами и уникальные конструкции скоростного спуска, которые уже получили признание во всем мире. География строительства этих трасс не зависит от государственных границ. Их можно встретить в Италии, Австрии, США, Китае, Швейцарии, Вьетнаме и других регионах мира. Пройдя путь длиной в 40 лет, фирма стала признанным мировым лидером на рынке данной категории продукции.

РОССИЙСКИМ ГЛК НЕОБХОДИМ ЭКСКЛЮЗИВ

Продолжающийся рост популярности горнолыжного спорта в России привел к массовому росту числа горнолыжных комплексов. Тратятся колоссальные средства. Однако ситуация на большинстве российских горнолыжных курортов пока далека от совершенства. Многие ГЛК работают на пределе возможного, и, к сожалению, их при всем желании трудно причислить к категории эксклюзивных. Согласно мировой статистике, летние виды отдыха по популярности значительно превосходят зимние. Летний отдых, как правило, продолжается дольше, является более массовым и в меньшей степени зависит от энтузиастов.

В 2013 году я несколько раз приезжал в Россию, посетил ряд выставок и горнолыжных курортов в Сибирском Федеральном округе. По приглашению президента НП САПИР Романа Романова я принимал участие в рабочей встрече профессионалов индустрии развлечений на Алтае. В рамках программы мы посетили Свободные Экономические Зоны.

Российский туризм является одним из самых стабильных рынков, который из года в год набирает обороты. Развитие внутреннего туризма даже в условиях кризиса требует создания

→ Концепция бизнеса Wiegand несколько отличается от общепринятого формата, практикуемого большинством немецких компаний, планирующих экспансию своего бизнеса в другие страны. В частности, Wiegand не ищет посредников в России и странах СНГ. Фирма работает непосредственно с заказчиками

большего количества мест активного отдыха. Тем не менее, мои наблюдения показали, что в действительности понятие «активный отдых» у россиян больше ассоциируется с охотой, рыбальной и шашлыком. В универсальном понимании этого термина активный отдых – это, прежде всего, возможность всей семьей интересно провести имеющееся свободное время.

Статистические данные также подтверждают тот факт, что туристических агентств становится все больше и больше. И здесь есть определенный парадокс, который заключается в том, что количество туристов, организующих свой отдых через турфирмы, с каждым годом уменьшается, а количество неорганизованных туристов, наоборот, растет. Люди все чаще напрямую и без посредников организуют себе отдых в полюбившихся местах. Также растет число тех, кто предпочитает многодневные поездки на автомобилях. И здесь решающее

ГОТОВЬ САНИ ЗИМОЙ!

Почему российским ГЛК необходим эксклюзив?

История развития немецкой фирмы Josef Wiegand GmbH из маленького городка Rasdorf исчисляется десятилетиями. Вырасти из фирмы, эксплуатирующей с 1963 года горнолыжный склон, до мирового лидера по производству саночных трасс помогло не только везение, но и упорный труд, помноженный на традиционное немецкое стремление к лидерству и успеху.

Текст: Василий Проскуряков

Как известно, горнолыжный бизнес характеризуется сезонностью. Прибыль, полученная в зимние месяцы от эксплуатации лыжных склонов, летом тратится на содержание персонала и самих склонов. Как результат, работающие на рынке компании нередко испытывают дефицит средств на развитие и проблемы с выплатой налоговых платежей государству. Для Wiegand переломным стал 1975 год, когда на ее лыжном склоне была построена первая саночная трасса Тобогган. Данное событие послужило началом нового этапа в дальнейшем развитии и становлении компании, а главная концепция заключалась в переходе на круглогодичное использование горнолыжных трасс.

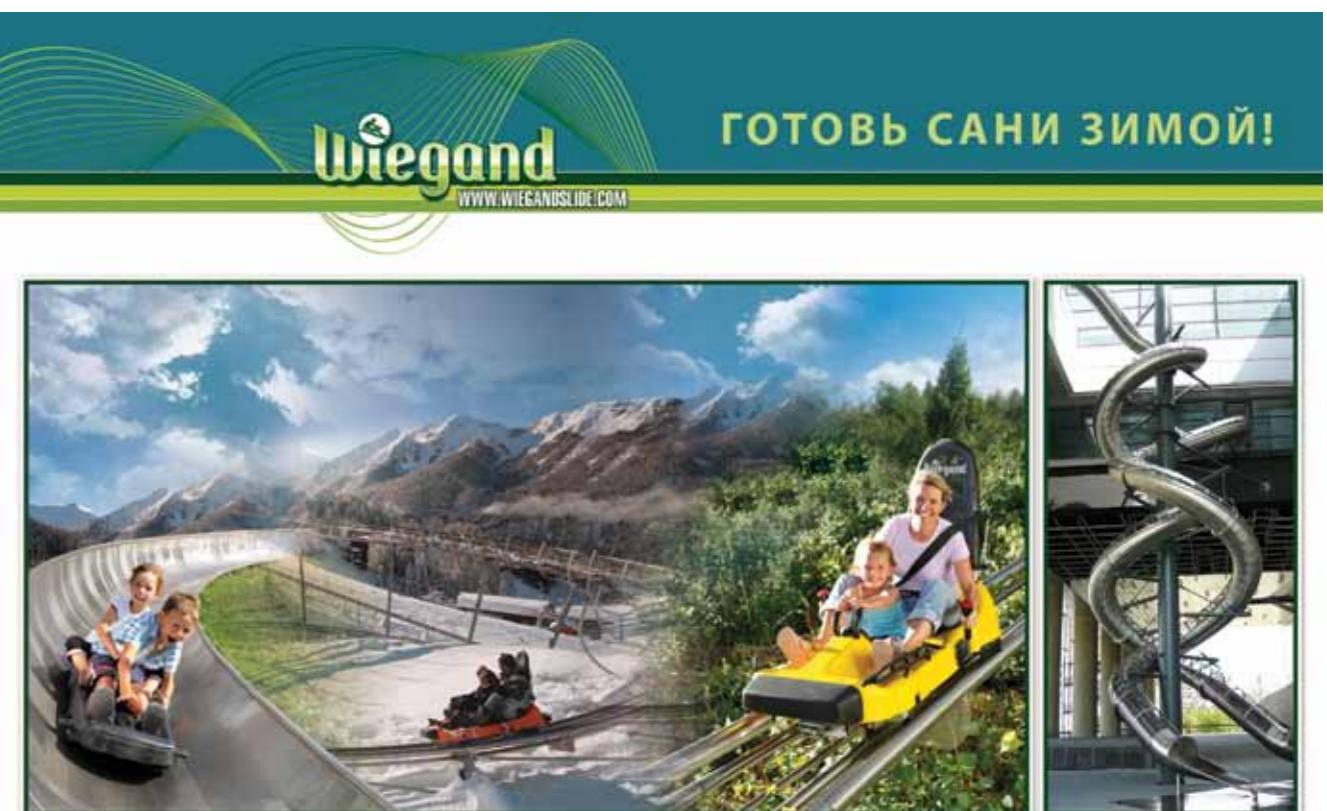
В 1997 году был разработан и построен новый вариант саночных трасс под названием Alpine Coaster. Эти трассы по своим характеристикам не имеют аналогов, поскольку могут эксплуатироваться круглый год и в любую погоду. Позиции Wiegand на рынке были изначально устойчивы, что объяснялось тем, что компания являлась и является не только произ-

водителем, но и эксплуатирующей организацией большого числа построенных саночных трасс различных модификаций и подъемников на горнолыжных склонах.

ГЕОГРАФИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА – ВЕСЬ МИР

Типичный набор проблем ГЛК профессиональным участникам рынка известен не понаслышке. При этом каждая фирма находит свои уникальные пути решения задач на основании накопленного опыта. Концепция бизнеса Wiegand несколько отличается от общепринятого формата, практикуемого большинством немецких компаний, планирующих экспансию своего бизнеса в другие страны. В частности, Wiegand не ищет

посредников в России и странах СНГ. Фирма работает непосредственно с заказчиками. Проектирование, производство комплектующих и монтаж оборудования эксперты компании осуществляют собственными силами, предоставляя гарантии качества, будучи уверенными в надежности оборудования и высоком уровне выполняемых работ. Визитной карточкой



Josef Wiegand GmbH & Co.KG
Landstrasse 12 - 14
36169 Rasdorf GERMANY

реклама
Tel.: 0049-6651-9800
Fax: 0049-6651-379
Email: info@wiegandslide.de

Василий Проскуряков
Tel.: +491774477250
E-Mail: waspros@web.de

→ Визитной картой Wiegand являются саночные трассы и уникальные конструкции скоростного спуска, которые уже получили признание во всем мире. География строительства этих трасс не зависит от государственных границ. Их можно встретить в Италии, Австрии, США, Китае, Швейцарии, Вьетнаме и других странах



значение в выборе места отдыха непосредственно зависит от «изюминки», которая привлекает к себе тех, кто готов за это заплатить. Наличие саночных трасс способно разнообразить досуг посетителей ГЛК или парка, привлечь дополнительных клиентов, продлить время пребывания отдыхающих и, в конечном итоге, увеличить прибыльность курорта. Отсутствие саночных трасс на большинстве курортов России лишает их этой самой «изюминки» и дополнительной привлекательности. И здесь 40-летний опыт Wiegand может пригодиться в полной мере.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

По желанию заказчика компания готова разработать индивидуальный проект, провести все необходимые согласования, а затем в течение 6 месяцев с момента изготовления проекта-предложения осуществить монтаж трассы с вводом ее в эксплуатацию. Для разработки проекта нашей компании необходима топографическая карта местности с отметками высот. На карте указывается точка старта или границы участка, в пределах которого необходимо разработать трассу. Идеальным считается уклон с перепадом высот 6-8 метров на 100 метров спуска. При большем перепаде высот трасса потребует большего количества поворотов и виражей, но и это вполне приемлемо. Если же горка или склон имеют маленький уклон, то трасса получится более прямой, но и в этом случае проектировщик попытается предусмотреть различные виражи, так как это делает трассу более привлекательной.



Фото 1: Alpine Coaster – самый востребованный аттракцион всех возрастных групп
Фото 2: Инновационная транспортная система Wie-Li на службе у прыгунов с трамплина

Если же на спуске будут встречаться отдельные деревья, особенно больших размеров, то трассу можно скорректировать на месте во время привязки к местности. Трассы длиной от 800 до 1 000 метров считаются наиболее оптимальными. Как правило, трассу обслуживает один человек. Расходы на ремонт, техническое обслуживание и электроэнергию не столь существенны. В целом же, трассы рассчитаны на длительное использование без ремонта и технического обслуживания.

«ВИ-ЛИ» И ДРУГИЕ ТРАНСПОРТНЫЕ СИСТЕМЫ

Работая над повышением комфорта и надежности существующих проектов, Wiegand создает новые. Одной из новинок стала инновационная транспортная система под названием «Ви-Ли». Ее особенность заключается в том, что система работает круглый год. Зимой она служит для транспортировки пассажиров с лыжами, сноубордами и санками. Летом же данная система может использоваться как развлекательный аттракцион, а также для транспортировки велосипедистов либо людей с ограниченными возможностями. Система «Ви-Ли» также находит свое применение при подъеме прыгунов с трамплина. Ее отличие от других заключается в том, что посадка и высадка в 4-местные и 6-местные кабины производится при их полной остановке.

Если же на местности нет склонов или они имеют незначительную высоту, в арсенале Wiegand имеются не только саночные трассы и подъемники. Аттракционы «Ви-Хекс», «Ви-Флайер», «Бобкарт» и сухие горки рассчитаны на все возрастные группы. В зависимости от места расположения, окупаемость проектов Wiegand составляет от 2 до 5 лет. Компания заинтересована в максимальном экономическом эффекте от инвестиций в проекты, и мы также рассчитываем на благодарность и признательность со стороны наших клиентов.

Для Wiegand крайне важна экологическая совместимость нашего оборудования с окружающей природой. Трассы Wiegand не требуют фундамента и не наносят ущерба почве. Не подверженные коррозии конструкции из нержавеющей стали будут служить многие годы, не выделяя вредных веществ, загрязняющих атмосферу и грунтовые воды. Вся команда Wiegand готова прийти вам на помощь, и вы можете быть уверены в нашей порядочности и эффективности сотрудничества. О

EAAPA

13-14 ФЕВРАЛЯ, 2014 МОСКВА, КВЦ СОКОЛЬНИКИ

7-Я ЕВРАЗИЙСКАЯ ВЫСТАВКА АТТРАКЦИОНОВ, ПАРКОВОГО И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Организатор: ООО "Смайл-Экспо"
тел. 7 (495) 212-11-28
client@smile-expo.com
www.eaapa.ru

Музей

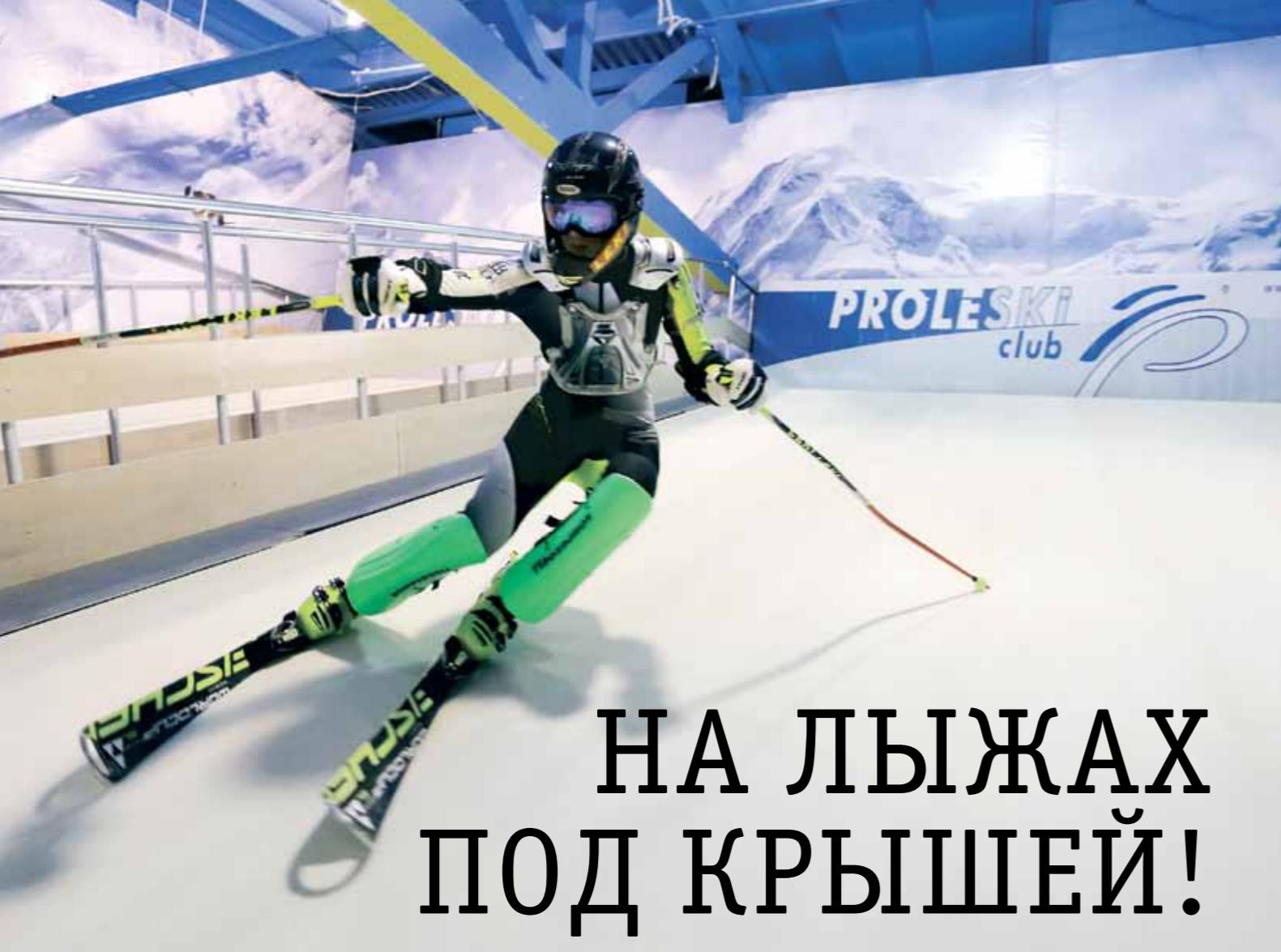
Парки

Аквапарки

Развлекательные центры

Спортивные развлечения

Аттракционы



НА ЛЫЖАХ ПОД КРЫШЕЙ!

Бесконечный склон вместо бесконечных переездов

Если гора не идет к Магомету, то Магомет ищет другую гору. Принцип действий, описанных известной пословицей, определяет жизнь большинства любителей и профессионалов горных видов спорта и отдыха, живущих вне горных районов. Современный бизнес, в том числе и в сфере услуг, напротив, стремится в любых условиях приблизить сбыт к потребителю, доставляя клиенту желаемое в подходящее ему время и место. В спорт эта тенденция проникла уже довольно давно, и никого не удивляет футбол на искусственном газоне под крышей, а тем более каток или бассейн.

ИСТОРИЯ УСПЕХА | Горнолыжные тренажеры

Поход от горы к Магомету пока не принял столь массового характера, как строительство крытых катков и футбольных манежей. В Москве уже не раз проводились соревнования по некоторым дисциплинам сноуборда и горных лыж. С этой целью строили искусственные горы громадных размеров. Организаторы объясняли это необходимостью возведения рукотворных склонов вместо естественных именно стремлением приблизиться к зрительской аудитории мегаполиса.

Впрочем, эффективные сооружения привлекают внимание горожан к горным лыжам и сноуборду лишь по большим праздникам. Параллельно с этим существуют и искусственные горы ежедневного пользования. Они значительно меньше по размерам, и их можно разместить под крышей любого здания. Например, компания PROLESKI, проектируя свою линейку тренажеров, учитывала используемые современные типовые строительные решения. Габаритная ширина выпускаемых этой фир-

мой искусственных склонов составляет 5 600 мм и вполне вписывается в строительные стандарты помещений с межосевым шагом колонн 6 000 мм. Нижние габариты (630 мм до нижней площадки) максимально уменьшены, тренажеры максимально «прижаты» к полу. Все это позволяет установить оборудование практически в любом желаемом месте с учетом стандартных высот потолков. Распределение нагрузки веса тренажера позволяет расположить его на любом этаже современных зданий. Совмещение проектирования и производства оборудования дает компании возможность вписать тренажеры практически в любое помещение.



Существуют искусственные горы ежедневного использования. Они значительно меньше размерами, и их можно разместить под крышей, практически, любого здания

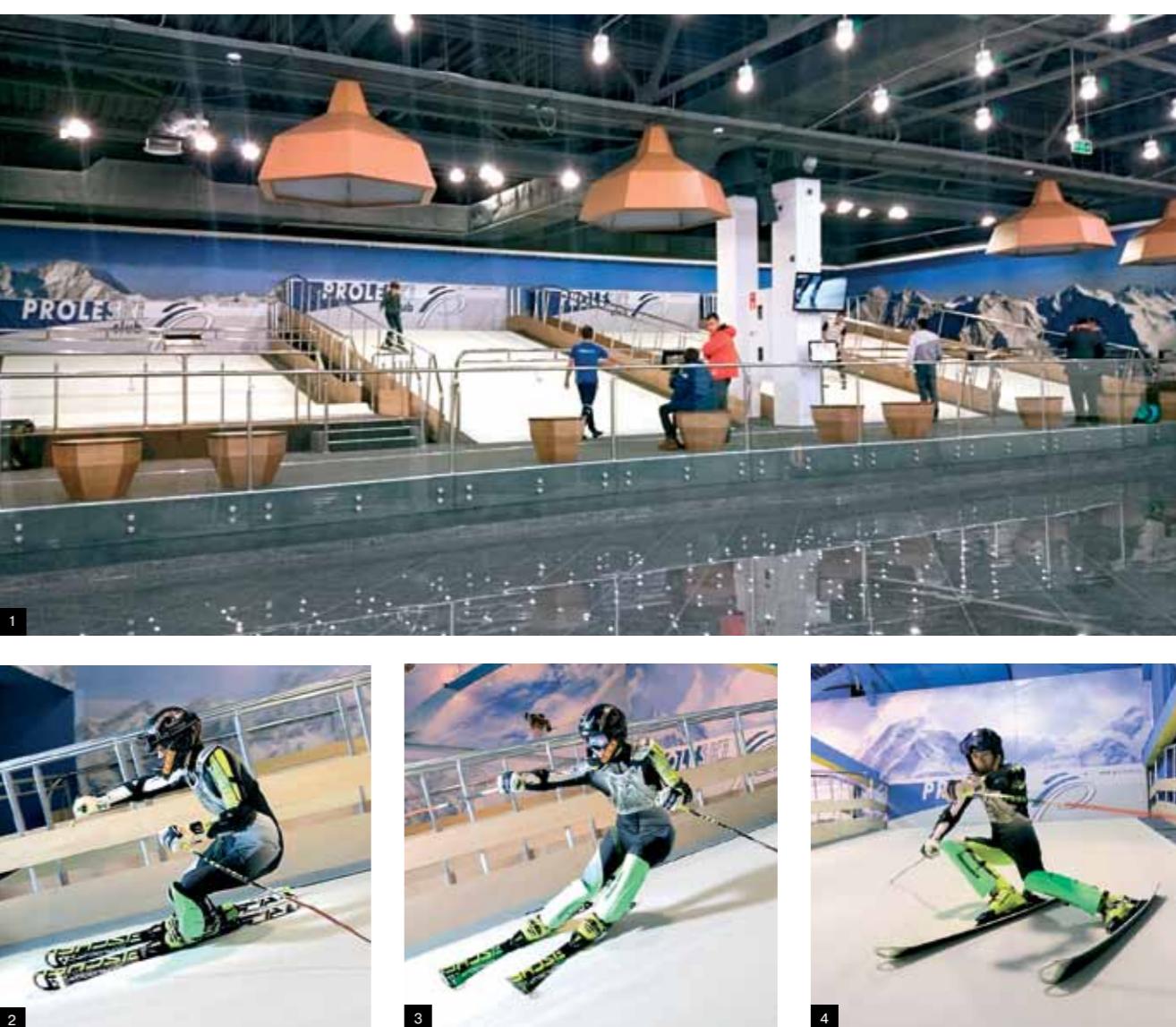


Фото 1: Габариты тренажеров компании PROLESKI позволяют установить их практически в любом желаемом месте с учетом стандартных высот потолков

Фото 2, 3, 4: Данные тренажеры дают возможность выполнять весь комплекс занятий, проводимых обычно на естественных склонах



2



3



4

Горнолыжные тренажеры уже активно применяются в профессиональном спорте при подготовке атлетов. «Я бы никогда не стал трехкратным чемпионом мира, если бы не проводил все свое время на вращающихся платформах для лыж, – говорит трехкратный чемпион мира Боб Говард. – Я на 100% уверен, что именно это помогает разрабатывать мышцы и совершенствовать технику эффективнее, чем на открытых горнолыжных спусках. Я не смог бы добиться этих успехов без той мышечной энергии, которую наработал на горнолыжных тренажерах».

В ряде стран работа на искусственных склонах уже более 10 лет включена в тренировочные планы олимпийских сборных. Тренажеры PROLESKI установлены в Олимпийской деревне в Сочи для тестирования лыж новой коллекции Salomon и Atomic на модели Pro3, а также для тренировок и разминки участников Олимпиады-2014.

Фото 1: Совмещение проектирования и производства оборудования дает компании PROLESKI возможность вписывать тренажеры практически в любое помещение
Фото 2, 3, 4: Тренажер является лучшим местом, где дети и начинающие взрослые могут обучаться основам техники катания на сноуборде и горных лыжах

Данные тренажеры дают возможность выполнять весь комплекс занятий, проводимых обычно на естественных склонах, включая следующие компоненты:

- демонстрация инструктором и отработка участником современных упражнений;
- обучение целинному катанию;
- обучение коротким резанным поворотам (обучение спуску по особо крутым и узким склонам);
- анализ и исправление ошибок;
- совершенствование основных элементов горнолыжного спорта;
- элементы спортивной езды (прохождение трассы слалома, карвингового слалома и т.д.);
- обучение элементам карвинга (резаный параллельный поворот);
- time-training (тренировочные заезды на время).



ИСТОРИЯ УСПЕХА | Горнолыжные тренажеры

Специалисты отмечают, что отдельным преимуществом является более пристальный контроль тренера над тем, что делает его подопечный, и практически безграничное разнообразие условий, воссоздаваемых в переделах одного тренировочного комплекса. «Тренажер нормализует правильное положение корпуса тела, позволяет параллельно выставлять ноги и голени по канту, смещать тело внутрь поворота, отрабатывать угол закантовки обеих лыж, а также создавать давление в линии падения склона. И это еще не предел! Пожалуй, во многом, возможности тренажера зависят от первоначальных возможностей самого спортсмена», – отмечает Дмитрий Старковский, тренер по мотулу и ньюскому, старший преподаватель кафедры лыжного спорта Национального Государственного Университета им. П.Ф. Лесгата.

Спортсмены отмечают уникальность искусственного склона, на котором заметна любая неточность в выполнении тех или иных элементов. «Снег иногда прощает ошибки, PROLESKI – никогда!» – объясняет член сборной Украины по горнолыжному спорту Ольга Козачук, которая неслучайно упомянула именно этого производителя.

Особенностью модельного ряда компании является не только его широта – 6 моделей, различающихся по числу одновременно катающихся (1 – 3 человека), назначению – катанию на лыжероллерах или горных лыжах и сноуборде, а также степени свободы. И это даже не особенность, а уникальная черта PROLESKI. Именно эта компания разработала и в 2012 году запатентовала тренажер с двумя степенями свободы PROLESKI PRO 3D, где платформа может наклоняться вверх-вниз и вправо-влево. В 2013 году компания приступила к серийному производству этой модели. Оригинальное техническое решение здесь совмещено с многофункциональным программным комплексом, который в различной комплектации включает в себя:

- эргоспирометрическую систему, которая автоматически меняет нагрузку под оптимальные для спортсмена и тренировочных целей режимы, реагируя на пульс, давление и выход углекислого газа;
- систему программирования трасс с возможностью прописывания маршрутов любой сложности, в том числе олимпийских маршрутов;
- систему регистрации, отображения и анализа статистических данных всех параметров и режимов работы тренажера и датчиков, установленных на тренирующемся спортсмене.

Уникальность вышеописанных тренажеров заключается в том, что они адаптируются под индивидуальные нужды каждого конкретного занимающегося спортсмена. Будь то начинающий, любитель или профессионал. «В одном фланконе» умещаются аттракцион для развлечений, способ активно отдохнуть, учебный полигон и инструмент тонкой доводки профессиональных навыков спортсмена высокого класса. Синий, красный и черный склоны можно создать в одной точке. И все это не зависит от сезона, погоды и вероятности опасности с кем-то столкнуться или выплыть с трассы, без затрат на переезды и проживание! Круглогодичный режим работы при клиентской базе, не ограниченный уровнем квалификации и транспортно-логистическими сложностями, в сумме с экзотичностью создают возможность построения отдельного направления бизнеса в сфере спортивных услуг на основе горнолыжных тренажеров.



Спортсмены отмечают уникальность искусственного склона, на котором заметна любая неточность в выполнении тех или иных элементов. «Снег иногда прощает ошибки, PROLESKI – никогда!»

Здесь каждый решает свои задачи: спортсмены высокого класса оттачивают мастерство и поддерживают форму в межсезонье. По мнению Ники Борисенко, чемпионки России по слалому, поставленной задаче отвечают следующие особенности искусственных склонов: регулируемая скорость, система безопасности тренировок, а также схожее со снегом покрытие. Тренажер вовлекает в работу все нужные группы мышц.

Именно тренажер является лучшим местом, где дети и начинающие взрослые могут обучаться основам техники катания. Даже те, кто хочет просто сбросить вес, получат желаемое.

«Если нужно сбросить вес, то обязательно необходима кардионагрузка, которую на горнолыжном тренажере можно получить сполна. Интенсивная 10-минутная нагрузка обеспечивает высокий уровень координации работы мышц, находящихся в состоянии усталости», – утверждает тренер по горнолыжному спорту Елена Ивахненко.

Новый уникальный продукт на рынке фитнес-услуг PROLESKI предлагает совместно с международной консалтинговой компанией TRIARH International, Corp. франчайзинговый пакет горнолыжных клубов TM PROLESKI CLUB. Данный пакет содержит:

- испытанную в рыночных условиях бизнес-модель, основанную на использовании защищенного патентами изобретения;
- создание клуба «под ключ» с консультационной поддержкой на всех этапах развития;
- методический комплект для проведения торговых, рекламных и маркетинговых программ, подбора и обучения персонала, а также тренировки клиентов;
- фирменные стандарты идентификации бизнес-процессов;
- гарантинное и послегарантинное обслуживание оборудования;
- собственную систему автоматизации бизнеса, компьютерный комплекс и программное обеспечение;
- защиту партнеров путем ограничения продаж оборудования на их региональных рынках.

Необходимый для франчайзинга опыт получен на основе работы пяти клубов, которые компания самостоятельно создала и эксплуатирует. Только в течение 2013 года были открыты комплексы в Екатеринбурге, Краснодаре, Киеве, Саратове и Херсоне. О



И ВНОВЬ О БЕЗОПАСНОСТИ НА ГЛК

Текст: Владимир Колосов



фото: www.shutterstock.com

В январе 2013 года снегоход с российскими туристами разбился на крутом склоне горнолыжного курорта «Альпе Чермиз» в Доломитовых Альпах на севере Италии, что предсказуемо вызвало мощный резонанс в мировых СМИ. Трагедия произошла на высоте 2 000 м после того, как российский водитель снегохода потерял управление, а сам снегоход упал со 100-метровой высоты. Погибшие в этой катастрофе находились в Италии по путевкам, приобретенным у российского туроператора. Официальная версия случившегося сформулирована так: «Неосторожный спуск в ночное время по неосвещенной трассе с нарушением норм пассажирских перевозок».

Ровно через месяц после итальянской трагедии еще шестеро россиян (из них 5 детей) пострадали при поломке кресельного подъемника на горнолыжном курорте в Шотландии в местечке Лехт графства Абердиншир. Правда, причиной данной ситуации послужила техническая неисправность: у подъемника слетел трос. Тем не менее, тот факт, что уровень травматизма на горнолыжных курортах по-прежнему высок, заставляет лишний раз задуматься о проблемах соблюдения безопасности на склонах.

СНЕЖНЫЙ ДИСНЕЙЛЕНД ПРОТИВ РУССКОГО МЕНТАЛИТЕТА
Горнолыжные курорты в Европе и в самой России с недавних времен превратились в настоящие зимние парки развлечений. Между тем, развлекательный бизнес, как и любой другой, изначально ориентирован на максимизацию прибыли. Этим

Горнолыжные трассы во все времена считались экстремальными. Однако проблема безопасности в горах в последние годы выросла до угрожающих масштабов. Число поклонников экстремального зимнего отдыха среди россиян стремительно растет, однако, отправляясь в горы, многие любители острых ощущений напрочь забывают о безопасности. Ежегодно на снежных трассах Европы гибнут люди, причем, статистика эта выглядит неоптимистично для наших соотечественников.

объясняется растущее количество баров и ресторанов, расположенных на многочисленных горных вершинах, и ассортимент напитков в этих увеселительных заведениях далеко не ограничивается кофе и апельсиновым соком. Для многих любителей горного отдыха спорт является лишь поводом для веселого времяпрепровождения за «рюмкой чая» на горной вершине, после чего отдохнувшие туристы встают на лыжи и начинают спуск. В отличие от автопробега, от них никто не требует дуть в алкотестер. И хотя определенный свод правил и ограничений на горнолыжном склоне все же существует в виде упрашающих знаков на наиболее опасных участках, любителей эти знаки игнорировать по-прежнему немало.

«Увы, российский менталитет заключается именно в том, чтобы нарушать правила, – отмечают в «Сети магазинов горящих путевок». – Для того чтобы заставить наших соотечественников не лезть в воду в запрещенных для купания зонах, не влезать на электрические столбы или же снижать скорость катания на опасных участках горнолыжных трасс, лучше всего вообще не ставить никаких упрашающих знаков. В этом случае они ведут себя более осторожно. Парадокс «загадочной русской души» заключается именно в том, что любое видимое ограничение вызывает у наших соотечественников необратимое желание все сделать с точностью дооборот. Как показывает практика, в подавляющем большинстве трагических происшествий с участием наших туристов виноваты они сами».

Наиболее отчаянные горнолыжники и сноубордисты, не рассчитав свои возможности и не сопоставив их с особенностями той или иной трассы, нередко выезжают за ее пределы, что приводит к трагедии. По словам другого туроператора, многие наши соотечественники продолжают устанавливать «личные рекорды» скоростного горнолыжного спуска даже в случаях, когда местные европейские метеорологи в категорической форме запрещают не только спускаться со склонов, но и вообще подниматься в горы.

По версии представителей Альпийской службы горных спасателей, главной причиной январтской трагедии с участием российских туристов является именно безответственность и грубейшее нарушение существующих норм. А именно, туристы взяли напрокат снегоход с прицепом и отправились после трапезы в свою последнюю ночную прогулку по неосвещенной трассе, использование которой в столь поздний час (22:00) на данном ГЛК категорически запрещено. По словам Альберто Пакера, президента автономной провинции Тренто, где и произошла трагедия, механические средства передвижения по горнолыжным трассам, согласно местному законодательству, во внеурочное время могут использовать исключительно сотрудники спасательных служб.

Итальянцы вообще не понимают, как на этой «черной» трассе оказался маленький снегоход: двигаться там разрешено лишь тяжелым гусеничным грейдерам, и то со страховкой. Помимо того, что российские туристы не имели права использовать снегоход, и, даже оставив в стороне версию о том, что водитель снегохода мог быть нетрезв, возникает резонный вопрос: как ему могло прийти в голову ночью в темноте совершить развлекательную экскурсию и спускаться со склона, посадив людей в багажную тележку?

КАК УСТАНОВИТЬ КОНТРОЛЬ?

Владельцам и операторам горнолыжных курортов необходимо многократно усилить меры по обеспечению круглосуточного контроля на своих объектах с тем, чтобы даже самая непредсказуемая идея того или иного любителя горного адреналина не



могла материализоваться технически. Прежде всего, необходимо ограничить доступ к снегоходам и другим транспортным средствам для передвижения по горнолыжным склонам в определенное время суток и при неблагоприятных метеорологических условиях всем, кроме специализированных служб ГЛК. Вероятно, настало необходимость ввести определенное лицензирование на право использования снегоходов в качестве транспортного средства для перевозки людей. Более того, выдавать их туристам необходимо не только под залог удостоверяющих личность документов, но и с использованием банальной процедуры «фейс-контроля». Возможно, произшедший в Италии случай с россиянами заставит участников рынка горных развлечений пересмотреть «статус-кво» и внести



МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ Олег Сиротин, владелец уральского курорта «Солнечная долина», президент национального парка спорта и туризма «Тургояк»:

– Главная забота курорта, помимо обеспечения безопасной работы всей техники, обеспечивающей его функционирования, – предупреждать столкновения. Для этого должны правильно работать инструкторы, нужно

четко разделять клиентов курорта по степени подготовленности. Слабых, пока они не станут более подготовленными, следует держать в специальных «резервациях». Нужно пропагандировать использование шлемов и иного защитного снаряжения. К сожалению, не все курорты относятся к этому серьезно и не все клиенты подходят к безопасности, как к чему-то важному. Многие, напротив, гордятся и хвалятся своими травмами и происшествиями, взахлеб рассказывая о том, где и куда они улетели, сколько оборотов сделали, во что врезались, а другие их с восторгом слушают. Радует, что практически везде научились делать ограждения и указатели опасных мест на трассах спуска. Обучение было простым – несколько судебных дел, в которых люди, получившие травмы, взыскали с курортов серьезные суммы, доказав, что место инцидента не было оборудовано никакими средствами предупреждения несчастных случаев.



соответствующие изменения в сложившийся регламент. Как отмечается в итальянской газете *Corriere della Sera*, «даже прирученные, освоенные веками, доступные всем желающим, превращенные в веселый и беззаботный Диснейленд горы периодически напоминают о себе страшными и жестокими происшествиями, уроки из которых все мы должны своевременно извлекать».

ЭКОНОМИЯ ЦЕНОЮ В ЖИЗНЬ

Первым шагом на пути к безопасности является медицинская страховка. Многие россияне по-прежнему полагаются на «авось», предпочитая экономить на страховой сумме в надежде на то, что с ними ничего не случится. Но горы не прощают халатности и безответственности. Пострадавшие и, увы, погибшие в Италии туристы были застрахованы в компании «Альфа – Страхование» на сумму 30 000 евро каждый. Это минимальный размер страховой суммы, установленной Европейским законодательством. Общий тренд заключается в том, что российские туристы в подавляющем большинстве не оплачивают страховку выше указанной минимальной суммы. Иными словами, экономят на ней. Со своей стороны, туроператоры зачастую идут на поводу у туристов и делают все возможное для того, чтобы удешевить общую стоимость путевки.

«Въезжающим за границу россиянам обычно предлагается несколько видов страхования, – рассказывает Наталья Попова, менеджер по страхованию Центра страховых и финансовых консультаций «НАДО». – Однако 99% россиян выбирают минимальный размер страховки. Но как только происходит серьезный страховой случай, этой суммы часто не хватает. Возьмем, к примеру, разбившихся на снегоходе в Италии. Они должны были выбрать не минимальную страховку в 30 000 евро, а, как минимум, страховку с коэффициентом «2», включающую специфические виды страхования в горах при катании на лыжах и сноубордах. Но, как всегда, сэкономили. Лицо я всегда заставляю страхующихся туристов читать памятку, которая содержит перечень всех страховых случаев и контакты соответствующей асистансской компании, куда можно обратиться, например, при возникновении острых заболеваний или переломах конечностей во время отдыха. Мы в качестве страхового брокера работаем с компанией «Югория». Так вот, особое внимание я обращаю на пункт 17 «Расходы, возмещаемые страховщиком» и пункт 18 «Расходы, не возмещаемые страховщиком». Люди должны ясно представлять себе размер страховой защиты и знать, что попадает под категорию «страховой случай», а что – нет».

Конечно, не факт, что, купив более дорогую страховку, россияне бы воздерживались от авантюрных действий, но где-то в



Новички должны усвоить простое правило: выходить нужно только на трассы подходящей категории сложности. Так называемые «черные» трассы – это вообще удел профессионалов



подсознании они хотя бы знали перечень специфических рисков, которые существуют в условиях экстремального отдыха. Другой не менее важный момент заключается в том, что наши соотечественники экономят не только на страховании, но и непосредственно «на местности». По словам Натальи Поповой, российские туристы чаще других пользуются услугами несертифицированных гидов, водителей и отельеров. «Подойдет местный гид к тому же немцу и предложит свои услуги на 30% дешевле официальных. Чаще всего слушать его никто не станет. А вот наши за каких-то 10 скономленных евро готовы ехать куда угодно и с кем угодно! А при этом человек может быть впервые за руль снегохода садится, а сама техника не прошла техосмотр. Нас же ничего этого не интересует, главное – сэкономить», – заключает Наталья Попова. Кстати, именно это, возможно, и послужило главной причиной трагедии в Альпах. Как обычно, понадеялись на «своих» да «наших»...

ИНОГДА «СВОИХ» НЕ БРОСАЮТ

По оценкам, прирост количества россиян, выезжающих на горнолыжные курорты зарубежья, составляет около 10% в год. Однако некоторые наши соотечественники порой слиш-

ком переоценивают свои возможности и, в частности, возможности своего организма в том или ином возрасте. Так, сотрудница российской страховой компании «Ингосстрах» рассказала нашему журналу о случае, который произошел с одним из российских туристов несколько лет тому назад. «Клиент, как обычно, застраховался у нас перед поездкой в Европу на минимальную сумму в 30 000 евро. Группа поехала кататься на ГЛК в Альпы, и там у 62-летнего мужчины случился сердечный приступ. Благо, местная спасательная служба сработала оперативно и вовремя отвезла его в клинику. Но еще больше нашему туристику повезло в том, что на этом же курорте в это же время катался на лыжах один из ведущих в мире кардиохирургов, который сделал нашему пациенту сложнейшую операцию по шунтированию сердца в местной клинике». В результате все сложилось для него благополучно, однако все могло быть иначе. Людям за 60 стоит изначально задуматься о целесообразности поездки на ГЛК и подумать о своем здоровье, прежде чем выбирать активную модель отдыха с соответствующим уровнем нагрузок в условиях высокогорья.

УМЕТЬ ПАДАТЬ ВАЖНЕЕ, ЧЕМ НАУЧИТЬСЯ КАТАТЬСЯ

Не стоит безответственно подходить и к правилам поведения на склонах. Соблюдение элементарных норм техники безопасности во многих случаях способно предотвратить возможность получения травмы, а иногда и спасает саму жизнь. Новички должны усвоить простое правило: выходить нужно только на трассы подходящей категории сложности. Если вы только начинаете осваивать горные лыжи, для вас подойдут простые, пологие спуски. Так называемые «черные» трассы – это вообще удел профессионалов. Выбрав подходящий для себя рельеф, необходимо учсть и ряд других факторов, в том числе качество снежного покрова и количество людей на трассе. Инструкторы всегда обращают внимание на то, что катающимся на лыжах и сноубордах необходимо держать дистанцию, не сближаясь с другими горнолыжниками и сноубордистами. Так можно уменьшить вероятность столкновения. Вести себя на трассе также следует адекватно. Например, не стоит останавливаться на склоне, а в случае падения нужно стараться не создавать помех для других лыжников.

«Программа обучения на нашем курорте создана для того, чтобы можно было быстро, эффективно и красиво научиться кататься на горных лыжах и сноуборде, – считает руководитель школы инструкторов ГЛК «Солнечная долина» Станислав Ураков. – Есть три составляющих успеха: методика, инструктор и желание научиться. Всего лишь за несколько уроков лыжи становятся послушными и смиренными, а сноуборд не пытается выпрыгнуть за трассу».

Еще до того, как начинать осваивать технику катания на горных лыжах, следует научиться технике правильного падения. Умение правильно группироваться при падении помогает избежать серьезных травм, а без падений в горах не обойтись даже опытным горнолыжникам. Ни для кого не секрет, что горнолыжный спорт относится к категории наиболее травмоопасных.

Что касается самих снегоходов, то и здесь существует ряд правил, обязательных для исполнения водителями. В частности, по словам Ивана Малыгина, инструктора по безопасности базы отдыха «Лука Ульяна» на Селигере, управлять снегоходом не так безопасно, как это считают некоторые любители зимнего отдыха. «Конечно, снегоходом управлять проще, чем машиной или мотоциклом, но концентрация внимания при этом должна быть запредельной. В частности, на снегоходе



МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ **Александр Козловский,** генеральный директор компании «СКАДО» (Самарские канатные дороги):

– Инциденты с любителями катания в горах могут случаться не только на трассе спуска, но и на подходе к ней, например на подъеме. Причем это касается не только кресельных и гondольных канатных дорог, которые давно эксплуатируются по правилам,

предусмотренным для объектов повышенной опасности, но и бусковочных канатных дорог. Отношение к последним пока не всегда такое же внимательное, хотя они уже больше десяти лет предмет контроля со стороны Ростехнадзора. И на самом деле бусковочные канатные дороги требуют, возможно, даже большего внимания и, соответственно, серьезной квалификации при эксплуатации и обслуживании. Дело в том, что они, во-первых, работают на более высоких скоростях, во-вторых, чаще подвергаются так называемым нерасчетным нагрузкам.

Это происходит, когда неопытные или недостаточно дисциплинированные пользователи раскачиваются канат вплоть до его стаскивания или опрокидывания буксировочного устройства. Да есть такие люди, которые делают это почти специально, начиная выполнять какие-то трюки, еще не доехав до точки старта, – прямо во время подъема. Поскольку и канат, и бусковочные устройства – предметы довольно тяжелые, их падения могут приводить к серьезным травмам. Случай такие на различных российских курортах были.

Если вести речь о малоопытных лыжниках, то им нужен подробный инструктаж и помочь как при посадке на подъемник, так и при покидании его. Противодействовать лихачам сложнее. Тут могла бы помочь автоматика.

В деле автоматического поддержания безопасной работы подъемников ежегодно появляется что-то новое. Целесообразно оснащать их ловителями каната, не допускающими травмирования пассажиров. Уже есть канатные дороги, оснащенные системой контроля положения каната, которая при превышении определенного порогового значения вызывает замедление подъемника или его полную остановку. На кресельных подъемниках, куда без сопровождения взрослых нельзя сажать детей младше 10 лет, разработаны фиксаторы против соскальзивания с кресла, существуют специальные устройства для подбора скоростей, системы контроля закрытия дверей для гondольных канатных дорог. Многое из этого можно установить даже на старые подъемники, хотя, конечно, не всякая техника, работающая на российских курортах, совместима с современными устройствами поддержания безопасности. Однако главная причина того, что система обеспечения безопасной эксплуатации в нашей стране почти не развивается, в том, что абсолютное большинство курортов концентрируются на том, чтобы выполнить существующие требования и не более того.

всегда нужно идти со скоростью, которая позволяет остановиться в пределах вашего обзора дороги. Необходимо по возможности избегать езды в темное время суток. Также не следует развивать высокую скорость рядом с другими снегоходами, машинами, людьми, деревьями и животными. Скорость не является главным мерилом удовольствия. Это – здравый смысл, и это – закон!». О



English Version

Ski Resorts Need More Safety

Text:
Vladimir Kolosov



Ski always means extreme. Even professional skiers often have problems with security in the mountains. In recent years, we can see many accidents, and Russians are among the world's leaders in that. Every time, going to the mountains, many trouble seekers completely forget about safety. The statistics is far from being optimistic.

In January 2013, a snowmobile with Russian tourists crashed in Alpe Cermis, Italy, where six tourists died. The tragedy occurred at an altitude of 2,000 meters after a Russian driver lost control of the snowmobile that fell down from the 100-meter height. The official version of event was "a careless drive at night and violation of the existing local safety regulations."

One month later, another tourist group from Russia had a problem with a chair lift at a ski resort in Scotland, Aberdeenshire. However, that time the accident happened because of some technical problems with cables. Nevertheless, the growing number of accidents at ski resorts makes tourists think more carefully about safety on the slopes.

SNOW DISNEYLAND VS. RUSSIAN MENTALITY

Ski resorts in Europe and in Russia now look like real snow parks, whose entertainment business initially focuses on maximizing profits. There are dozens of bars, restaurants, and cafes located right in the mountings, where skiers can order a

couple of drinks to have a little rest before the try skiing again. The list of drinks contains not only coffee and juice, so some of them often ski in a strange way, just to have more fun. The rules for skiers are not strict compared to car drivers who must have alcohol testers. Although there are some rules and regulations, tourists keep ignoring them. More over, some of them go to the mountings at night when it is hard to control warning signs located in the most risky slopes and turns.

→ Owners and operators of ski resorts need to undertake all possible measures to control their facilities in order to stop even the most unpredictable ideas of mountain skiers.

"The Russian mentality is to break the rules, notes a representative of a famous Russian tourist company. – All we have to do is to take the Russian mentality for granted. The same things happen in the summer as well, as many tourists go swimming in the stormy weather despite any warning signs. Probably, the best way is not to locate those signs at all – in this case, our tourists behave more cautiously. The paradox of the mysterious Russian soul is a very important factor for operators to consider in order to avoid tragedies. However, the tourists should blame only themselves for constant breaking the rules. Another problem concerns the choice of this or that ski slope. Some ski slopes are initially designed for professionals, some – for children, etc. The operators should follow the rules by separating different types of skiers who come to their ski resorts."

According to another tourist operator, many skiers want to set personal records even if European meteorologists prohibit going up into the mountings. Downhill skiing is a classic illustration of that. According to the Alpine mountain rescue service, in most cases tragedies with Russian tourists happen because they violate the existing rules. According to Alberto Packer, President of the Trento Province, only rescue service cars have the right to patrol the slopes after 10 pm, while the Russians who died there last January were using a regular luggage cart and, more over, they were travelling at night via a so-called 'black route' with no lighting.

CONTROL AND INSURANCE

Owners and operators of ski resorts need to undertake all possible measures to control their facilities in order to stop even the most unpredictable ideas of mountain skiers. First, they need to control access to snowmobiles and other vehicles at night. Many European resorts have all necessary licenses to do that, but a number of this kind of licenses should increase. A face control procedure is also necessary to use in some particular cases. "A ski resort is not a Disneyland. This dramatic case with the Russians is a good lesson for all of us," Corriere della Sera writes.

The first step to safety is medical insurance. Many Russians still prefer to save on insurance, most of them hoping that nothing should happen to them in Europe. However, the mountains never forgive negligence and irresponsibility. Those who died in Italy were insured by the Alpha-Insurance company for 30,000 Euros each. This is the minimum amount of insurance, established by the European legislation. The general trend is that Russian tourists do not pay above the specified minimum amount. On the other hand, many local tourist operators do everything possible to reduce the total cost of the proposed tourist package to attract more visitors.

"The Russians traveling abroad usually have several types of insurance, says Natalya Popova, Manager of the MUST Insurance Center. – The cheapest one cannot cover all medical expenses if a serious accident happens. I always make the tourists read the memo, which contains a list of all insurance cases. Especially, I try to draw their attention to pp. 17 and 18, where all reimbursable expenses are listed. This memo differs depending on a country."

Even the most expensive insurance documents cannot guarantee a good behavior of tourists and prevent them from adventures. The main goal is to inform them about possible risks, including financial risks in case something goes wrong with them. According to Natalya Popova, another typical Russian feature is to buy local services directly on site. Many of them use services of uncertified guides, unqualified drivers, or hoteliers. Typically, they save about 30% of the official prices, but often they find themselves in trouble.

→ The first step to safety is medical insurance. Many Russians still prefer to save on insurance, most of them hoping that nothing should happen to them in Europe. However, the mountains never forgive negligence and irresponsibility. Those who died in Italy were insured by the Alpha-Insurance company for 30,000 Euros each. This is the minimum amount of insurance, established by the European legislation.

A total number of Russians traveling abroad to ski increases by 10% annually. This is good, but the question is how they ski. Not all of them are professionals but each wants to be a hero. A typical set of safety standards in many cases helps avoid injuries, or even save lives. Those who just started skiing should learn a simple rule: not all the slopes are appropriate to do the first steps. The best way is to take some lessons and to start skiing with an instructor. O



Hidden Potential of Your Profit



Text:
Victor Kozlov,
CEO, Extreme
Marketing
Consulting
Company

If your business model is not focused on attracting new clients, you should pay attention to other potential drivers to generate profit – social networks of your employees, as well as other communication channels.

Some bosses realize that employees use Facebook and other social networks where they communicate with potential clients that are not in your company's client database. These people can become your target audience one day. Given that your company employs dozens of people, the total number of potential clients can reach thousands.

MARKETING POTENTIAL IN FULL STRENGTH

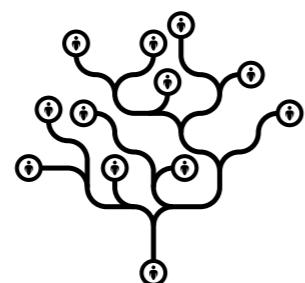
The target audience means potential clients. For example, snowboard instructors and other employees should definitely have friends that are your potential clients. Nowadays, top managers should not rely upon one or two marketing professionals to attract new clients. Every suitable instrument can be used to achieve the set goal.

First, managers must translate this idea to employees. Each of them should realize personal responsibility for revenue generating schemes (namely, new clients and revenue sources). In reality, each employee has direct or indirect impact on the company's financial performance.

I know some managers in Russia who let every employee use the aerodynamic tubes that the company produces. Due to this approach, each of them is personally involved in the process that is his company's core business. This means that he or she would tell friends how fantastic the flight in the tube is.

This is a real marketing tool! Even those responsible for cleaning have access to the aerodynamic tubes. This methodology helps each employee understand the needs and concerns of the company's clients, attracting more and more people to try those flights by using the existing social networks.

In order to realize the hidden potential of the staff, top managers often use one-time actions, such as photo sessions and videos for every staff member to participate. Many of them will definitely share the photo and video materials with



Nowadays, top managers should not rely upon one or two marketing professionals to attract new clients. Every suitable instrument can be used to achieve the set goal. First, managers must translate this idea to employees.

→ In order to realize the hidden potential of the staff, top managers often use one-time actions, such as photo sessions and videos for every staff member to participate. Many of them will definitely share the photo and video materials with their friends in social networks. The marketing tool in this particular case is that all social networks' users will see the brand and logo of the ski resort you manage and operate.



their friends in social networks. The marketing tool in this particular case is that all social networks' users will see the brand and logo of the ski resort you manage and operate.

In some cases, managers pay additional money to their staff if they agree to repost materials and copy them on their home pages of social networks. The marketing people are usually the first to do that on a daily basis.

EACH EMPLOYEE IS A PARTNER

You can create new opportunities for your staff to attract new clients to the company if each new contact is paid for. In this case, employees will actively attract clients by using their databases and social networks, as well as friends, relatives, and mass media.

This approach is based on the following key points:

1. An employee is responsible for his personal project that is directly linked to revenue generation and sales starting from a single advertisement campaign to promote a new product up to larger-scale promotion campaigns;
2. Start using KPIs and KPI Watchlists to measure the efficiency of your staff performance. The KPIs typically include sales volumes, a total number of existing and new clients added to the company's database or those who subscribed to your social network's home page.
3. Managers should motivate the staff to be financially responsible (bonuses) based on results of working performance. If an employee's job responsibilities are not directly connected with the company's financial performance, then he or she gets bonuses for any ideas that can generate profit for the company, dedicating some working hours to these types of activity.
4. The simplest scheme is to specify exact percentage of the company's profit to pay the employee who attracted a particular number of new clients.

In fact, the described models make any employee the team member or, in other words, a part of the whole mechanism of the company's business. This is extremely important, because each employee de facto becomes your partner and is personally responsible for the results that your company achieves. This has a direct impact on employees' personal earnings.

When you plan to increase the existing client base of the ski resort you manage, the Internet offers many opportunities to do that. Each employee has own unique links to share with other staff members, to send via e-mail or to post using his social networks. A good example is a frontend video of a snowboard lesson that you can post on your home page.

As a result, you see how many people were added to your database, and which of your employees was the most active in this process.

→ If you sell your products and services via the Internet, your employees can send links to concrete partners and get paid for that (typically, a percentage of the transaction volume). There are software products that can automatically calculate the agreed sums to pay.



If you sell your products and services via the Internet, your employees can send links to concrete partners and get paid for that (typically, a percentage of the transaction volume). There are software products that can automatically calculate the agreed sums to pay. The most important thing is to train your staff to use the software and other instruments.

The winter is coming to all Russia's and CIS regions. It is high time you started realizing the modern schemes to improve your business performance in this season. ◉

Leaving the Route

Make skiers buy clothing at resorts!



It is hard to sell ski clothing in the resort. On the other hand, it is a good thing if you manage to do that, given that your product is exactly in the center of your target audience and is exactly the clothing they need. The key problem is that almost every skier goes to a ski resort with his own clothes, so typically he does not plan to buy anything there.



Text:
Ilya Desyaterik

So "That is why sellers of ski clothes do their best to seduce potential clients, says Svetlana Melmer, the USSR champion in slalom, who also participated in the Olympic Games as a citizen of Hungary, and know she lives in Austria. – The methodology is quite simple, as the sellers bring to ski resorts only new modern clothes of the world's best manufacturers. They usually order those clothes before they are available on sale officially. The ISPO exhibition is a good example. The sellers go there before the ski season starts and order the latest fashion clothes directly from the producers. Another temptation for buyers is a unique product that is directly linked to this or that ski resort and its image. The same about luxury things. On the other hand, there are many sellers offering significant discounts and affordable prices for all family members."

In general, operators of ski resorts try to avoid any sales, and focus on their core business. However, some of them lease space or a part of the territory where owners of the stores do their business independently. Availability of clothing stores is a good

marketing instrument to promote ski resorts. Many skiers like shopping, because it is always a challenge to try on new clothes as soon as you purchase it.

According to experts, there are two main approaches to sell clothing right in the ski resorts. One of them is to combine a clothing store with a room where other ski equipment is available for hire. This option can be used closer to the slopes. Another approach is to promote the shopping business as a form of entertainment available for every customer. The both approaches can be successful and generate more profits. This is psychology:

→ The methodology is simple: the sellers bring to ski resorts only new modern clothes of the world's best manufacturers. They usually order those clothes before they are available on sale officially.



The tourists often go shopping after they get things for hire and realize that not all of them are available for rent. This is a typical situation to make the visitors purchase clothing in ski resorts. In some cases, they start buying things after they try out everything that is available for hire.

people do not care what they buy, but they do care where they buy things. Location is everything! The sellers should also pay attention to the doors, elevators, stairs, and transport in order to make their potential buyers feel comfortable. If a store is located just 50 or 100 meters away from a slope or a hotel, this can ruin the whole business.

A good example to show the importance of location is Intersport, which had to close its store located on the outskirts of Soelden resort in Austria in 2009.

EXIT TO THE FRONT

On the one hand, it seems quite logical to sell ski clothing in the place where your target audience is. However, not so many European ski resort operators do that. The most common method is to locate the clothing stores where the customers get other ski-related equipment for hire. After all, nobody wants to ski naked or to be on the slopes without skis. The key indicator of success is a growing number of visitors that depends on operators, climate, location, prices, and services. The visitors feel great satisfaction when they are served quickly in every part of a ski resort, including ski clothing stores. Nowadays, customers are very pragmatic and demanding. The tourists want to have everything they need in one place. They often go shopping if the weather changes, while they are not equipped with the right closing.

GOING SHOPPING

The tourists often go shopping after they get things for hire and realize that not all of them are available for rent. This is a typical situation to make the visitors purchase clothing in ski resorts. In some cases, they start buying things after they try out everything that is available for hire. They pick up various models to test how well they fit, and then purchase the best of them. When the choice is made, the sellers feel happy. They see which brands and models are the most popular, and order these types of clothing from their manufacturers.

If the ski resort personnel offering equipment for hire shares the same space with those who sell clothing, they often work hand in hand to promote each other. This common business equally depends on success of the both parties. Many tourists get equipment for hire and then they want to buy some additional special things to fit it. This is how the both parties located in the same building can succeed.

SHARING SPACE AND AIR

The Austrian ski resort operators were the first to realize the importance of common location of rental equipment services and clothing stores. "This scheme works perfectly, says German Thaler, Austria. – We should accurately plan the space in the building where the both businesses operate. For example, a



place for drying equipment should be hermetically isolated from the premises where other people sell clothing for skiers. Locker rooms should not be located close to the store as well, because of an unpleasant smell. In this case, the customers would not have any desire to spend too much time in the store."



The people are not the same in terms of their income and preferences. Their attitude to sports also differs. For example, there are professional skiers, amateurs, partygoers, children with families, etc.



According to Mr. Thaler, different types of closing and goods should not be on sale next to each other. It concerns potential buyers of different ages and occupation. The same about the audience on the slopes. The people are not the same in terms of their income and preferences. Their attitude to sports also differs. For example, there are professional skiers, amateurs, partygoers, children with families, etc. Each group should have its space to ski.

The most commercially developed European ski resorts are Innsbruck (Austria), St. Moritz (Switzerland), Cortina d'Ampezzo (Italy), and Chamonix (France). A similar model is used in Russia's Roza Khutor resort, which will host the Olympic ski competitions. O

SOCHI: Life After The Olympics



Text:
Vladimir Kolosov

After 2014, Sochi will not be the same city as we used to see before. It became clear the day Russia won the right to host the Olympic Games. Not only the city, but also the whole region for several years turned into a big construction site. Only the Olympics will prove the efficiency of every constructed and renovated facility in Sochi. What is in the future for these venues? Legacy is the key question today.

There are many stories about the cities hosting the Olympics, whose sports venues were left idle and worthless after the event. At least, this happened to China and Greece. Only 6 of 22 Olympic facilities are now operational in Athens, where the 2004 Summer Olympic Games were held. Other venues are now called the white elephants. Is Sochi in danger to get its own white elephants, especially with regard to ski resorts and slopes?

BREATHING NEW LIFE

Sochi has a project that seems to be the most ambitious in terms of its budget. However, we should not forget that Turin (2006) and Vancouver (2010) originally had different starting positions before the Olympics. After the Games, Vancouver remained basically unchanged, because the majority of sports facilities were just remodeled and reconstructed while the city's infrastructure in general did not need huge investments.

■ "The Olympic facilities in Sochi need to breathe a new life – says Sergei Stepashin, Chairman of the Audit Chamber of Russia. – I believe that these venues will keep functioning after the Games. There will be many events to fully preserve the Olympic legacy in the city."

According to Sergei Stepashin, the legacy program in Sochi has been developed for a number of years to come. The Olym-

pic Park and Krasnaya Polyana are the main Olympic clusters of Sochi where most of the facilities are located. "Sochi's Olympic Park should operate as a single center during the Olympics and later on, says Dmitry Chernyshenko, President of Sochi 2014 LOC. According to him, the LOC has developed a legacy program to achieve financial sustainability of the Park after the Olympic Games are over. – The sports facilities should not symbolize monuments to our ambitions in the future. After the Olympics, Sochi will become an international center for sports and recreation for the first time in its history, Chernyshenko believes.

→ Sochi has a project that seems to be the most ambitious in terms of its budget. However, we should not forget that Turin (2006) and Vancouver (2010) originally had different starting positions before the Olympics. After the Games, Vancouver remained basically unchanged, because the majority of sports facilities were just remodeled and reconstructed while the city's infrastructure in general did not need huge investments.

→ Historically, Sochi was a place for those Russians who cannot afford or just do not want to go to European resorts for skiing. If we plan to develop the resorts in Sochi and to make them attractive for mass skiing and winter tourism, we should first develop a local hospitality business.

EVERYTHING IS UNDER CONTROL

In December 2013, the Russian government published an official document to determine future owners and operators of 47 Olympic venues. Of them, 21 facilities will become partially or fully state-owned. After transferring to federal property, most of the ski and biathlon tracks are to be managed by Gazprom and the Federal Grid Company of UES. These state monopolies plan to issue additional shares needed to become the new owners officially.

■ "Within 6 - 8 months after the Olympics, we plan to change the Iceberg Olympic Winter Sports Palace into a cycle track. It is a pity to lose this beautiful palace, but we understand that we do not need that much ice in Imereti Valley, says Vitaly Mutko, Russia's Minister for Sport.

■ "The future of ski slopes and resorts in Sochi after the Olympic Games will not change. They belong to a private company Roza Khutor, so nothing new will happen to them. The local ski resorts after the Games will operate the same way as before, comments Victor Timakov, CEO of St. Petersburg-based Ski Resort Company.

Sochi started developing as Russia's top ski resort long before the city won the right to host the Olympics. Vladimir Potanin, Head of Interros bought Roza Khutor in 2003 when nobody knew about the future Olympic plans. The good news only accelerated the tempo of construction and generated more investment to proceed with the ski resorts development. From this standpoint, there is no risk to have any white elephants in Roza Khutor resorts in the future, given that the Olympics will only promote them internationally.

■ "I am sure that the Roza Khutor Extreme Park will be in demand after 2014, believes Sergei Korol, First Vice President and CEO of the Freestyle Federation of Russia. – Our athletes will be based in Sochi practicing before the next Olympics to be held in Pyeongchang in 2018. The climate and sports facilities that Russian freestylers need are nearly the same in both Sochi and Pyeongchang. In plainer words, the Freestyle Federation of Russia will add a legacy to Sochi," Sergei Korol says.

ANY SCENARIO POSSIBLE

■ There are skeptical opinions as well. "The government has identified the future owners of the Olympic venues in order to control the invested funds, argues Waldemar Weiss, Vice President of NAI Becar. – I am not sure that state officials are effective managers in general. Probably, they do not even have any business plan to be responsible for the legacy of the said facilities to keep them operational and profit making. Historically, Sochi was a place for those Russians who cannot afford or just do not want to go to European resorts for skiing. If we plan to develop the resorts in Sochi and to make them attractive for mass skiing and winter tourism, we should first develop a local hospitality business. Despite intensive advertising campaigns, Sochi is far behind of summer resorts in Turkey or Egypt. Winter tourists are even more capricious and demanding. As we know, Gazprom is not the most creative structure to manage and operate sports facilities. The Russian government should bring to Sochi teams of professional property and facility managers if they are serious about legacy issues, Waldemar Weiss concludes.

→ In December 2013, the Russian government published an official document to determine future owners and operators of 47 Olympic venues. Of them, 21 facilities will become partially or fully state-owned. After transferring to federal property, most of the ski and biathlon tracks are to be managed by Gazprom and the Federal Grid Company of UES. These state monopolies plan to issue additional shares needed to become the new owners officially.

Many Russians are optimistic about the future of the Olympic facilities in Sochi. At least, the country leaders keep talking about legacy, so they are doomed to succeed in that. The local brochures say the city was initially designed to amaze and entertain people. However, the information about the local ski resorts is not enough. The city should promote its ski resorts internationally to attract new groups of tourists. After the 1992 Olympics, Barcelona has managed to become one of the most popular resorts in the world. Sochi needs to follow the same path. Sochi's ski slopes after their pre-Olympic 'tuning' and Olympic 'testing' should fully satisfy winter sports fans and tourists. O



SKIING UNDER THE ROOF

Own slope instead of endless journeys



If the mountain will not come to Muhammad, then Muhammad must go to the mountain. This proverb defines how people can live without the mountains around. Both, professional and amateur skiers use businesses that serve them at the right time and place. The trend has been existing for years, as we can see football or swimming under the roof. What about skiing?

Skiing under the roof is not the same as playing football. Moscow hosted a number of Alpine skiing and snowboarding tournaments, so the city has artificial mountains of various sizes. The reason is simple: the organizers always want to bring the mountains closer to the audience. However, those facilities can attract the attention to ski and snowboard competitions only on major holidays. There are artificial hills for everyday use as well. Typically, they are quite small and can be placed under the roof of any fitness club. For example, the PROLESKI company designs its own ski trainers based on modern solutions. The artificial ski slopes of this company are 5,600 mm wide and have 6,000 mm space to install between the columns. This allows installing the equipment in any desired location with standard ceiling height.

Professional skiers use the ski trainers as well. World free style ski champion Mr. Bob Howard said: "You can quote me that I would never have been a 3 time World Champion if it hadn't been for the revolving ski deck. I am 100% sure it developed muscle and technique you are unable to develop even on snow. This does not mean anything to anyone else but I am sure that the ski training I have done on the deck every fall since 1974 has given me the opportunity to perform and ski at my highest level for my age."

In some countries, professional skiers and freestylers of national Olympic teams practice on artificial slopes for about ten years. PROLESKI simulators are installed in the Olympic Village in Sochi for ski testing of Salomon and Atomic ski models.

These ski trainers allow you to perform the following:

- Exercises that an instructor demonstrates;
- Analysis and correction of errors;
- Improvement of the basic elements of skiing;
- Carving;
- Training short turns (particularly for narrow slopes);
- Slalom;
- Time-training.

Experts note that the ski trainers help coaches control their athletes in any conditions. "The simulator normalizes the correct body position, feet, and lower legs. However, simulators' characteristics depend on original capabilities of an athlete," comments Dmitry Starkovsky, coach of mogul, senior lecturer at the National Ski State University.

Athletes, in turn, say the artificial slope is a unique place to control the most complicated elements. "The snow sometimes forgives your mistakes, but PROLESKI – never!" explains Olga Kozachuk, a Ukrainian skier.

As of today, the company produces 6 models, depending on how many people use the artificial slopes (typically, 1-3 athletes). In 2012, the company has developed and patented a simulator – PROLESKI PRO 3D, where the platform can move up and down and side to side. O

INTERNATIONAL CONGRESS OF WINTER SPORTS INDUSTRY: *Ten Years Serving Russia*



Every new year for SportAkademReklama starts with a new International Congress of Winter Sports Industry, Tourism, and Active Recreation. We expect that the Congress in 2014 will be very special because it is No. 10, the jubilee celebrations. The past nine Congresses symbolized historic events for the domestic winter sports industry. Each of them was very important for the sports market players.

Before 2011, the Congresses focused on the ski industry exclusively. After that, the organizers expanded its format, making the Congress international. More over, the audience included all winter sports representatives. The event itself became a part of the business program of the Russia – Sports State International Forum, where top executives of the industry, the President Administration, the Government of Russia, and the Ministry for Sports actively participated.

The main goal of each Congress is to solve all sports-related problems in the country, as well as to promote physical activity and active way of life. Many international experts come to Russia each year to take part in the Congress.

The annual event helps find a common language that Russia's top authorities, sports and social organizations, managers of sports facilities, and businesspersons need to succeed. It is a unique communication platform to reach mutually beneficial solutions. We are happy to see a number of business contracts signed there. A good example is the Congress that took place last year in Sochi, when KazSPO-N, a Kazakhstan-based sportswear manufacturer branded ZIBROO signed a long-term contract with a Moscow-based ski equipment center for a total of 7 million Euros.

The Congress is held annually in one of the major Russian cities that actively develop winter sports and tourism: Moscow,

St. Petersburg, Ufa, Magnitogorsk, and Sochi... In 2013, the International Congress came to the Krasnaya Polyana ski resort where the 2014 Olympics will be held. The Congress members visited many Olympic venues and negotiated with their designers and operators.

A new city to host the Congress in 2014 is still to be selected, but the short list of those cities includes Kemerovo, Kazan, and Krasnoyarsk. All of them deserve the right to organize the event. The Kemerovo region is famous for its Sheregesh ski resort. Kazan recently hosted the Universiade and is fully prepared to host the Congress to share its experience. Krasnoyarsk is traditionally strong in winter sports. This city wants to host the Universiade in 2019.

Each congress typically has an opening ceremony, plenary sessions, roundtables, workshops, exhibitions, master classes, and the awards ceremony. The guests always visit local sports venues. Each year, the Congress organizers publish the Sports Industry Leaders book to help promote the best companies on the market.

REFERENCE

Last year, the awards were given according to the following categories:

- Social Responsibility
- Efficient sports facility management
- The best organization of sports competitions
- The best client-oriented sports facility
- The best sports facility for tourism
- The best ski resort in Russia
- The best slope in the city
- The best sports facility for children
- The best skating rink in the city
- The best Russian Ice Palace
- The best supplier of special equipment
- The best snowboard park

The jury consisted of leading winter sports officials, athletes, and top managers of sports federations. Our media partners were ITAR-TASS, Interfax, Regnum, and NTV Plus TV Channel. The official partners were the Continental Hockey League, the Russian Skating Union, and the Russian Hockey Federation.

More and more international visitors come to the Congress as guests (France, USA, Canada, Italy, Austria, Germany, and CIS countries). Last year, the list of guest speakers included Yury Barzykin, Chairman of Russia's Chamber of Commerce, Oleg Kharchenko, Chief Architect of Olympstroy, Bahytzhan Shengelbaev, Vice Minister of Tourism and Sports of Kazakhstan, Vladimir Vasin, Vice President of the Russian Olympic Committee, and others.

The list of companies was as follows: Abzakovo Ski Resort, Gorimpex, Rosengineering, ISD, Data-Crate, Amer sports, Tanai Health Resort, Nechkino Sports and Tourist Center, TehnoAlpin, Puzhalova Gora Ski Resort, YugraMegaSport, South Tyrol, Valtopiya, Igora Ski Resort, Rider Ski Center, Metallurg-Magnitogorsk Ski Resort, NeDoma.ru, and many others. Each Congress attracts approximately 200 participants.

Business programs of the Congress focus on public-private partnership issues, the organization of winter sports events, ski resorts, infrastructure, property and facility management, sports for children, etc.

The Winter Congress Exhibition is a very important event that each Congress has.

The exhibition promotes new products of leading construction companies and designers, sports facility managers and operators, as well as manufacturing companies engaged in:

- Design and architecture
- Cableways
- Snowmaking systems
- Crowd control and other automation systems.
- Catering
- Skating rinks
- Security



Dear all! We are glad to invite you to participate in the Tenth Congress of Winter Sports. We welcome you to the event where you will have a possibility to establish new business contacts, to analyze problems before they occur, and help avoid them. We are happy to meet the business community, executives, and sports facility managers in a single meeting point and in a single information field.

The X Congress will definitely have a number of surprises. Our guests will make a very informative and useful business program to discuss all winter sports-related issues. We are sure that the event will fully meet your expectations. The Congress as a meeting point will help you find new partners and introduce yourself to the world of winter sports and the whole sports industry. The Congress is a good opportunity to promote your business, sports facilities, equipment, and technologies. O

SportAkademReklama is the official operator of the Congress.



The Most 'Russian' Resorts of 2013

travel.vesti.ru

In 2013, Val di Fassa ski resort in Italia become the most popular among Russians, pushing from the top positions the Austrian Mayrhofen and Soelden that Russian tourists attended most of all previously.

■ According to a research of Proalps agency, last year, Val di Fassa hosted 17,000 tourists from Russia, followed by Mayrhofen (16,500) and Soelden (14,600). The Austrian Zell am See (12,200 Russian tourists) was No. 4, same as last year. Val Gardena (11,600) – No. 5.

Rata-News experts note that all French ski resorts were out of the top-5 list in 2013, although they were present there for years. Meribel was No. 6, (11,200); Val Thorens has risen from the 9th to the 10th position with a gain of 30% (10,900). Chamomix also moved up from the 11th to the 8th position (10,500); Courchevel, in contrast, was down from the 7th to the 9th position with the same result as in the previous year (9,700). The Austrian Ischgl (8,600) was No. 10 in 2013.



*Photo:
The most popular among Russians the Val di Fassa ski resort gondola cableway, Italy*



Rata-News experts note that all French ski resorts were out of the top-5 list in 2013, although they were present there for years.



*Photo:
The panoramic view of the Mayrhofen ski resort in Austria*

The Italian Madonna di Campiglio, French Les Arcs and Les Menuires, the Austrian Bad Hofgastein, Italian Cervinia, Swiss St. Moritz, Zermatt, Bavarian Garmisch-Partenkirchen, and the French Val d'Isere and Tignes were in the second ten list, all having nearly the same number of tourists coming from Russia.

According to Maxim Pristavko, Deputy CEO of Jet Travel, the rating results prove that ski resort operators now determine the market demand. "Italy is now at the top because of Austrian hoteliers and the Austrian Consulate, who spoil the reputation of the country in the eyes of tourist operators. The hotel operators in Austria focus on private customers, offering them hotel rooms to book via the Internet. The most Austrians do not pay any commission to operators, while the Consulate makes the visa application procedure simpler for private tourists, unlike tourist operators," Maxim Pristavko comments. According to him, operators are more interested in attracting tourists to the markets where it is easier for them to operate. O

Freestyle Slopes to Build in Diomino



ffr-ski.ru

The Diomino ski center located 20 km away from Rybinsk expects large-scale reconstruction.

■ According to plan, a number of ski slopes for acrobatics will be built there in the framework of the Federal Program of development of physical culture and sports in the Russian Federation in 2006-2015. The existing biathlon facilities in Diomino will become a training center for Russia's national teams in the future. In general, freestyle is one of the most popular sports in the Yaroslavl region.

"The new center will host not only skiers and biathletes, but also masters of short-track, winter triathlon, and freestyle," says Sergey Karpov, Head of Federal Agency for Physical Culture and Sports of the Yaroslavl region. According to him, the project developers have already identified locations of the new slopes for ski acrobatics. The center will also have its own swimming pool and an ice palace for short-track. ○



Scientists believe that skiing and snowboarding make people happier

superski.ru

A group of scientists at the University of the Republic of Korea analyzed the quality of human life. According to their study, skiing and snowboarding have a positive impact on human health and mood.



■ The scientists say that these sports improve the quality of life. They have interviewed several hundred respondents in 3 major ski resorts of South Korea. The respondents compared different degrees of happiness and satisfaction, according to various parameters. The research showed that the people feel much better after skiing and snowboarding.

On average, each respondent spent 4 days on the slopes skiing and snowboarding. More than 90% of the respondents said they go to the mountains at least 5 times per season. The scientists came to the conclusion that even one trip to the mountains per the season gives a positive effect.

"Positive emotions that people get from winter sports make them happier, good-natured, optimistic, and more open to communicate. In general, skiing means good emotions and a better health." ○



74



72



70



68

79 NEWS

| investments | construction | infrastructure | technologies

77 INTERNATIONAL CONGRESS OF WINTER SPORTS INDUSTRY: Ten Years Serving Russia

| Every new year for SportAkademReklama starts with a new International Congress of Winter Sports Industry, Tourism, and Active Recreation. We expect that the Congress in 2014 will be very special because it is No. 10, the jubilee celebrations.

76 SKIING UNDER THE ROOF Own slop instead of endless journeys

74 SOCHI: Life After The Olympics

| After 2014, Sochi will not be the same city as we used to see before. It became clear the day Russia won the right to host the Olympic Games. Not only the city, but also the whole region for several years turned into a big construction site. Only the Olympics will prove the efficiency of every constructed and renovated facility in Sochi. What is in the future for these venues? Legacy is the key question today.

72 LEAVING THE ROUTE Make skiers buy clothing at resorts!

| It is hard to sell ski clothing in the resort. The key problem is that almost every skier goes to a ski resort with his own clothes, so typically he does not plan to buy anything there.

70 HIDDEN POTENTIAL OF YOUR PROFIT

| If your business model is not focused on attracting new clients, you should pay attention to other potential drivers to generate profit – social networks of your employees, as well as other communication channels.

68 SKI RESORTS NEED MORE SAFETY

| Ski always means extreme. Even professional skiers often have problems with security in the mountains. In recent years, we can see many accidents, and Russians are among the world's leaders in that.



Messe München
International

Connecting Global Competence

№ 05 | 2013

Established by
SportAkademReklama LLC
Publisher
SportAkademReklama LLC
CEO
Alexei STEPANOV
Art Director
Marina LAVRENOVA

Editors' Office:
24, Elektrozavodskaya St.
SportAkademReklama LLC
Moscow, 107023

Tel. /Fax:
+7 495 748 5410
+7 495 411 9113
e-mail: gir@ski-industry.ru
www.sportmagazin.net

Business Development
+7 495 649 3316
korotkih@sportmagazin.net

Authorized for Printing
20.12.2013

Printed at
"VIVA - STAR" LLC
b.20/3, Elektrozavodskaya Str., Moscow,
Russia, 107023
Tel.: (495) 780-67-05,
(495) 780-67-06
(495) 780-67-40

Circulation
3,000 copies. Free price.

Certificate of the mass media registration
PI No. FS77-52688 of February 1, 2013
Issued by the Federal Service for Supervision of Communications,
Information, Technology and Mass Media (Roskomnadzor)

The Editorial team shall not be responsible for the accuracy of information published in advertisements. Any reprint of the published materials in the SKI Industry journal is allowed only with written permission of the Editorial team.

EDITOR'S WORD



Dear readers, colleagues, and partners!

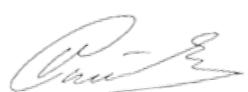
Recently, SportAkademReklama initiated and conducted a roundtable as part of the Sport Retail Forum. The event was dedicated to physical activity in Russia. The speakers were discussing such issues as mass sports and physical culture and health in general.

We invited experts representing different spheres of the physical culture to take part in this important event, including the Ministry for Sports, the Russian Union of Physical Education, managers of charity programs, and schoolteachers of physical training.

Children were in the spotlight of the roundtable, and each speaker was talking about children's physical culture and sports. The current statistics is frightening: every year, millions of children have diseases associated with physical inactivity. However, there is always a hope to change the situation for the better if we all start solving the problem together. Many people want to bring children to the mass sport. They are full of enthusiasm, and they have knowledge and methodology to do that. There are many things to be done, because we are talking about a social order that concerns the health of the nation.

I would like to invite all SKI Industry readers to take part in the discussion of physical activity in this country. We welcome your suggestions, because this topic will always be in focus.

Best regards,
Alexei Stepanov,
Publisher and CEO of SportAkademReklama



ADRENALINE MEETS BUSINESS.



BE A PART OF THE ACTION SPORTS COMMUNITY.
JANUARY 26-29, 2014 AT ISPO MUNICH.

Go all out—in sports and in business: come visit ISPO MUNICH. Discover a variety of Action Sports trends and gain valuable contacts to the international sports business. In addition, you will benefit from the special platforms for the Action Sports Community, such as the ISPO Action Sports Summit. All this and much more up close and personal at ISPO MUNICH and 365 days per year at ispo.com
SPORTS. BUSINESS. CONNECTED.

ISPO.COM

 **ISPO** MUNICH

ISPO information center Russia / tel. +7 906 052 80 80 / ruslan@ispo.com

SKINDUSTRY

ГОРНОЛЫЖНАЯ ИНДУСТРИЯ

Professional approach & solutions

№ 05 | December 2013

Headline:

OLYMPIC VENUES OF SOCHI 2014

LIFE AFTER THE
OLYMPICS

74

HIDDEN POTENTIAL OF
YOUR PROFIT

70



SKI
RESORTS
NEED
MORE
SAFETY

68

LEAVING
THE ROUTE

MAKE SKIERS
BUY CLOTHING
AT RESORTS!

72