S. A. R.

SKiINDUSTRY

ГОРНОЛЫЖНАЯ ИНДУСТРИЯ

профессиональный подход

№ 01 | Февраль 2014

тема номера:

ПОДДЕРЖАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ К МАЛЫМ ГЛК

14

ДИСКУССИЯ ПРИГЛАШЕННЫХ РЕДАКТОРОВ

ЛЕТНЕЕ ДЫХАНИЕ ЗИМНЕГО КУРОРТА

46

ПРОБЛЕМЫ МЕЖСЕЗОНЬЯ НА ГЛК

РАТРАК – РАБОЧАЯ ЛОШАДКА ГОРНОЛЫЖНЫХ СКЛОНОВ

40

5 ОБЪЕКТОВ ГОРНОЛЫЖНОГО КЛАСТЕРА В СОЧИ

26

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

+7 495 649 33 16 info@sportmagazin.net

НАШИ ЖУРНАЛЫ

Sport Build

профессионально
и достоверно
о спортивном
строительстве

Sport магазин

прямой путь
к хорошим
продажам

SKiINDUSTRY ГОРНОЛЫЖНАЯ ИНДУСТРИЯ

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, решающего 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

SKiINDUSTRY ГОРНОЛЫЖНАЯ ИНДУСТРИЯ

№ 01 | 2014

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: info@sportmagazin.net
интернет: www.sportmagazin.net

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

Подписано в печать
21.02.2014

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. Распространяется бесплатно.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-52688 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

Уважаемые читатели, коллеги, партнеры!

Рад сообщить, что определен город, в котором пройдет десятый юбилейный Конгресс по зимним видам спорта. Подробнее об этом вы сможете прочитать в нашем журнале.

Мы начинаем активную подготовку к новому конгрессу, который в десятый раз соберет лучших представителей индустрии зимнего спорта. На конгресс соберутся руководители крупных горнолыжных курортов, ледовых объектов, директора значительных спортивных производств и строительных компаний, высокопоставленные спортивные чиновники, представители спортивных общественных организаций и ведущих туроператоров.

Обязательно состоится вручение авторитетной премии «Лидеры спортивной индустрии» и много других приятных сюрпризов.

Мы ждем на Международном конгрессе индустрии зимних видов спорта всех, кто хочет успешно закрыть зимний сезон и смело смотрит в будущее!

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

06 ДАЙДЖЕСТ МИРОВЫХ СОБЫТИЙ

Весенний фестиваль пройдет в Вилларе

| С 29 марта по 21 апреля на горнолыжном курорте Виллар в Швейцарии пройдет первый весенний фестиваль Ski and Snow Fiesta

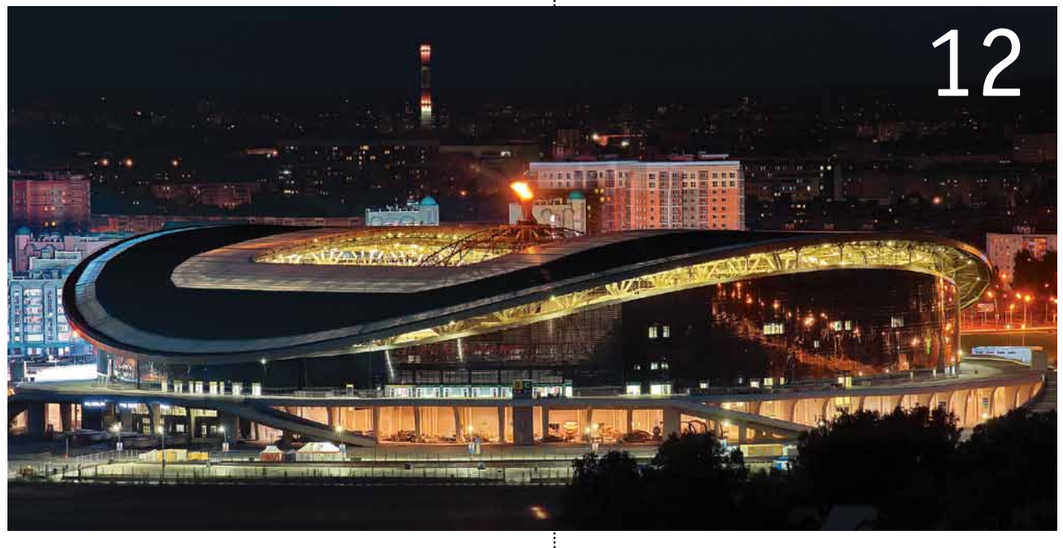
Снегоходный фестиваль состоится в Карелии

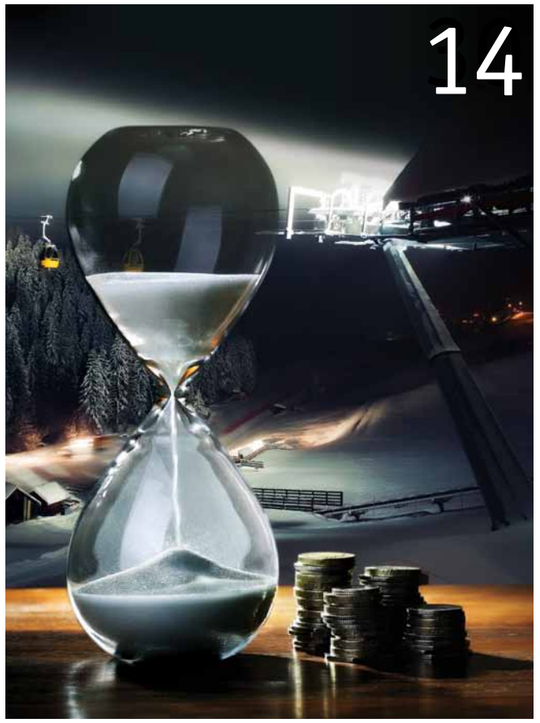
| С 14 по 16 марта в Олонецком районе Республики Карелия пройдет юбилейный, десятый ежегодный фестиваль OpenKarelia-2014

СОБЫТИЯ

12 Десятый юбилейный конгресс индустрии зимних видов спорта состоится в Казани

| Масштабная встреча лидеров индустрии зимнего спорта состоится в Казани – прекрасном городе, который сегодня находится на пике своей спортивной формы. В мае нынешнего года Казань примет лучших представителей зимней спортивной индустрии России и многих стран Европы. Обязательная часть конгресса – премия «Лидеры спортивной индустрии»





40

ТЕМА НОМЕРА: ДИСКУССИЯ ПРИГЛАШЕННЫХ РЕДАКТОРОВ

14 Дмитрий Грабин: «Главные деньги курорта не лежат в кармане клиента»
| Креативный директор Russia Direct Дмитрий Грабин, рассказывает о том, что нужно сделать, чтобы поддерживать интерес к малоразмерному ГЛК и доходность такого объекта на стабильно высоком уровне

22 Григорий Ариевич: «Курорту нужна не аудитория, а поток»
| Свой взгляд на работу малого горнолыжного курорта и взаимоотношения с клиентами и спонсорами, полемизируя с креативными идеями Дмитрия Грабина, изложил создатель московского горнолыжного комплекса «Кант» Григорий Ариевич

ИНФРАСТРУКТУРА

26 5 олимпийских объектов горного кластера
| Для XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в Сочи было сооружено 11 спортивных объектов. Мы рассказываем о 5 объектах горного кластера

36 1814 метров до победы. Центр санного спорта «Санки»
| Именно там проходили соревнования в рамках олимпийской программы по бобслею, скелетону и санному спорту

ОСНАЩЕНИЕ И ОБОРУДОВАНИЕ

35 Коммуникации в режиме реального времени
| Имея более чем 40-летний опыт работы в горнолыжной индустрии, Lumiplan Montagne занимает ведущие позиции на рынке коммуникаций, осуществляемых в режиме реального времени. Компания занимается разработкой решений Digital Signage для горнолыжных курортов

40 Ратрак выбирают финансист и оператор
| Российский рынок ратраков не может похвастаться большим разнообразием. За небольшим исключением, в России работает та же техника, что и в Европе

58

66

46 Летнее дыхание зимнего курорта
| Большую роль в процессе достижения всесезонности играет используемое на ГЛК оборудование

56 Вышла новая версия ПО ATASSplus!
| Горные склоны, идеально покрытые снегом весь зимний сезон, это действительно сложная задача для технического персонала, обслуживающего горнолыжные трассы

58 Горнолыжный склон под крышей. Тренажер PROLESKI ошибок не прощает
| О том, как обычные спортзалы, фитнес-клубы и торгово-развлекательные центры превращаются в бесконечные склоны для круглогодичного катания на настоящих лыжах и сноуборде, рассказывает коммерческий директор ТМ PROLESKI Роман Пастушенко.

64 Зимние развлечения с безопасностью и комфортом. Пассажирские ленточные конвейеры для ГЛК на все времена года
| Операторы горнолыжных курортов закупают универсальное оборудование, которое позволяет привлекать клиентов вне зависимости от сезона

ПРАКТИКУМ

66 Практикум разработки инвестпроектов горнолыжных и горно-туристических комплексов
| Проектирование и строительство горнолыжных (ГЛК) и горно-туристических комплексов (ГТК) без значительных инвестиций практически невозможно

БЕЗОПАСНОСТЬ

74 Как правильно спасти горнолыжника?
| Разница между спасением и катастрофой – в умении сделать правильный выбор

СПОРТ И БИЗНЕС

80 Бронируй легко!
| О своем проекте рассказывает руководитель федерального горнолыжного интернет-портала «НеДома.ру» Владимир Михайлов

В Карелии открылся горнолыжный комплекс «Ялгора»

www.fgssr.ru

Долгожданным событием для всех горнолыжников и сноубордистов Карелии стало открытие в начале февраля горнолыжного центра «Ялгора», который находится недалеко от Петрозаводска.

На фото:
Четырехместный кресельный подъемник спортивно-туристического комплекса «Ялгора»

Немного истории: гору, возвышавшуюся над заливом напротив села Ялгуба, «открыл» для катания в 1959 году петрозаводчанин Виталий Выборнов. Горнолыжная инфраструктура здесь стала появляться еще в 70-х годах, в 90-е комплекс располагал трассами для слалома-гиганта, здесь проводились соревнования республиканского уровня

Новый усовершенствованный, современный проект горнолыжного спортивно-туристического комплекса «Ялгора» появился в 2012 году. Склон «Ялгоры» построен с перепадом высот до 100 м и длиной до 400 м. Для профессионалов – трасса «черная», для уверенных горнолыжников и сноубордистов – «красная», «зеленая» трасса – учебный склон для новичков.

На фото:
после катания на заснеженных склонах посетители «Ялгоры» могут согреться в уютном кафе

фото: www.gubdaily.ru www.yalgora.ru

Кстати, в скором времени здесь предполагается открытие и трассы для беговых лыж протяженностью 2,5 км. В распоряжении центра два подъемника: один – четырехместный кресельный и второй – специальный ленточный для обучения. Пропускная способность центра – 3100 человек в час.

«Сегодня в спортивной жизни Карелии знаменательное событие – мы присутствуем при втором рождении «Ялгоры». Этого события любители зимнего экстрима ждали много лет. Я уверен, что «Ялгора» станет центром зимнего отдыха для жителей Карелии, Северо-Запада России и наших гостей из скандинавских стран. Специалисты из Москвы очень высоко оценили параметры горы. Перепады высот и длина трасс на «Ялгоре» позволяют проводить соревнования не только регионального, но и всероссийского, и международного уровней», – сказал глава Республики Карелия Александр Худилайнен на торжественной церемонии открытия центра.

«Ялгора» – это и социально значимый проект. В нынешнем году здесь будет открыто горнолыжное отделение детско-юношеских спортивных школ Петрозаводска и Прионежья. Тренерский состав для них уже сформирован.

У «Ялгоры» есть и четкое будущее: ее перспективный план развития включает в себя создание лыжного и биатлонного комплексов, сноуборд-парка, комплекса трамплинов и фристайл-центра. В летнее время на территории «Ялгоры» планируется создание базы водных видов спорта, а также условий для занятий парусным спортом.

ДАЙДЖЕСТ МИРОВЫХ СОБЫТИЙ | инвестиции | строительство | инфраструктура | технологии

В Северной Корее создан первый горнолыжный курорт

www.travel.ru

Первый в Северной Корее горнолыжный курорт был открыт в январе. Центр зимнего отдыха «Масикрён» (Masik Pass) расположен на природном плато у перевала Масик (около 25 км юго-западнее Вонсана), на высоте 1,3 км.

Общая протяженность всех десяти трасс – около 110 км. На территории комплекса разместились восьмиэтажный отель, коттеджи, вертолетная площадка, пункт проката инвентаря, канатная дорога, снежные пушки, имеются машины для уплотнения снега и другие объекты туристической инфраструктуры.

На реализацию амбициозного проекта было направлено около 300 млн долларов. В перспективе власти КНДР рассчитывают превратить ближайший к Масику промышленный и портовый город Вонсан (Wonsan) в морской курорт мирового класса.

фото: www.cts.in.ua www.onekorea.ru

Болгария будет активнее развивать зимние виды туризма

www.travel.ru

В 2013 году в Болгарии побывало 7 млн туристов, что позволило стране заработать свыше 3 млрд евро. Доля туризма в общем объеме национального валового продукта выросла с 12,5 до 13,6%.

По подсчетам министерства экономики Болгарии, в чьем ведении находится туристический сектор страны, в зимнем сезоне 2013/2014 на курортах отдохнет на 8,2% больше туристов. Ведомство поставило цель увеличить количество отдыхающих в 2014 году на 3% по сравнению прошлым годом. Доходы от туризма в этом случае вырастут на 2%.

Для достижения этой задачи Болгария планирует активнее развивать зимние виды отдыха. Согласно результатам исследования мировой ассоциации горнолыжного туризма, у страны есть возможность в пять раз увеличить потенциал в этой сфере.

На фото:
Гондольная канатная дорога на горнолыжном курорте Bansko, Болгария

фото: www.shutterstock.com

Снегоходный фестиваль состоится в Карелии

www.travel.ru

С 14 по 16 марта в Олонецком районе Республики Карелия пройдет юбилейный, десятый ежегодный фестиваль OpenKarelia-2014. Праздник снегоходного спорта соберет более 200 участников из разных регионов России, а также Финляндии и Эстонии.

Обычно фестиваль приурочен к началу сезона активного катания на снегоходах. Но в этом году из-за аномально поздней зимы юбилейный OpenKarelia пришлось перенести на конец снежного периода. Таким образом, он станет финалом снегоходного сезона в России, сообщают организаторы.

Цель фестиваля – развитие снегоходного движения в России и общение любителей этого вида спорта, а для новичков это еще и отличная возможность набраться опыта.

Также фестиваль призван показать возможности активного отдыха в Карелии. Этот регион является настоящим раем для снегоходчиков, благодаря множеству разнообразных трасс, большому количеству снега и живописной природе.

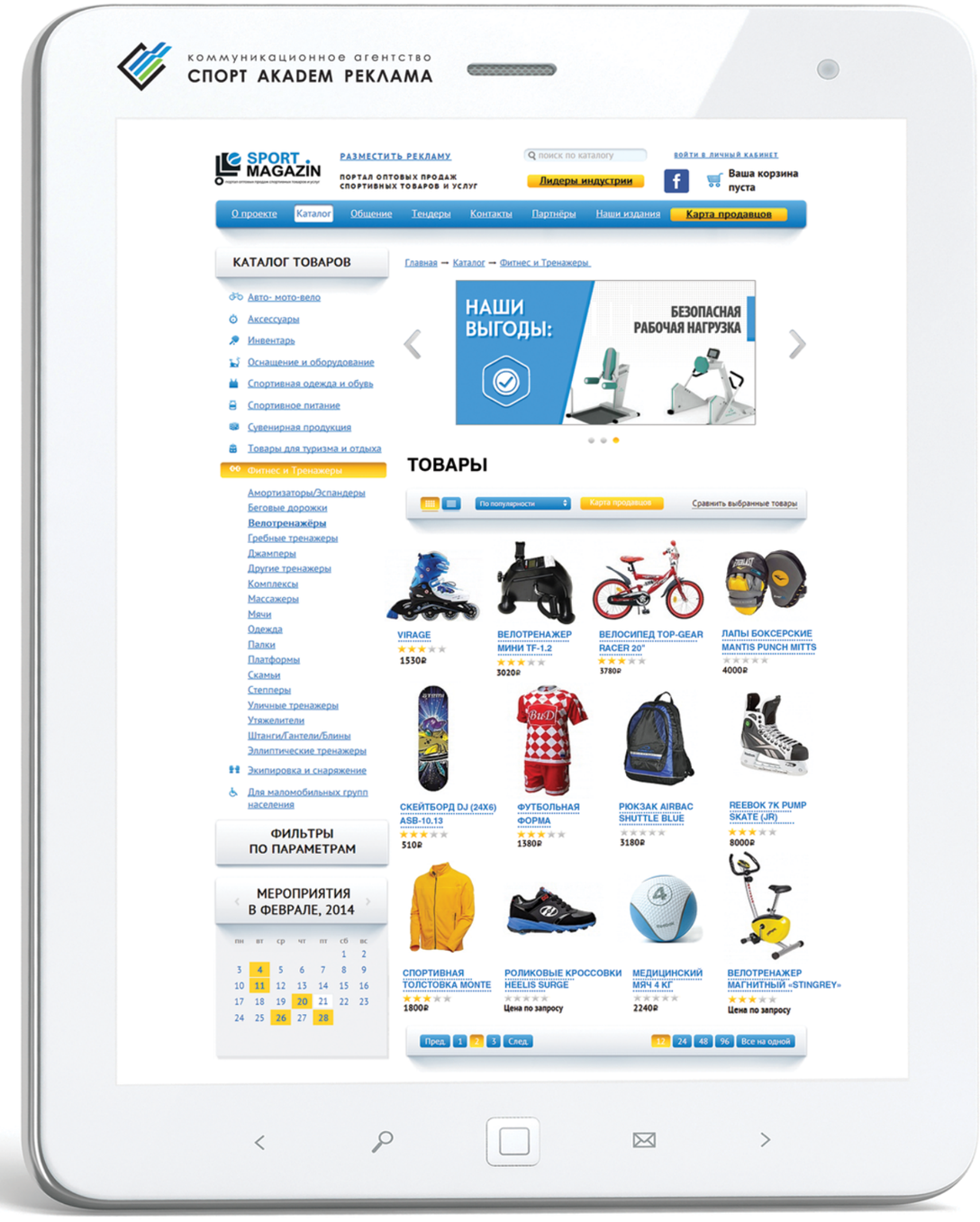
Помимо по-настоящему спортивных гоночных мероприятий, фестиваль предоставляет всем желающим возможность принять участие в соревнованиях любительского уровня или совершить путешествие на снегоходах.

OpenKarelia привлекает не только участников, но и многочисленных зрителей. Для них здесь подготовлены развлекательные мероприятия и экскурсии. В заключительный день OpenKarelia-2014 пройдет большой праздник с бесплатным катанием всех желающих на снегоходах.

фото: www.shutterstock.com www.ticrk.ru

ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

sportmagazin.net



ВЕДУЩИЙ ПОРТАЛ ОПТОВЫХ ПОКУПОК И ПРОДАЖ СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Лыжные курорты Испании обещают идеальные условия для катания

www.votpusk.ru

В середине февраля общая протяженность доступных для катания трасс на испанских горнолыжных курортах составила 1 157 км, и это самый лучший показатель за весь сезон.

На фото:
1. Горнолыжный курорт Формигаль – в долине Балье де Тена находится в центре Пиренеев в 470 км на северо-восток от Мадрида

2. Вершины гор Сьерра Невада даже летом покрыты снегом, но сезон катания обычно длится с конца ноября до начала апреля

3. Горнолыжный курорт Маселья – один из самых живописных курортов в Каталанских Пиренеях, где 80% спусков проходят через лес

Согласно докладу туристической ассоциации Atudem, лидером стал курорт Формигаль (Уэска), где для катаний доступны 130 км трасс, а толщина снега составляет 2,7 м. За ним следуют Бакейра-Берет (Лерида) с показателями 120 км и 3,05 м и Сьерра-Невада (96 км, 2 м).

В каталонских Пиренеях в Маселье протяженность доступных участков склонов составляет 74 км, а толщина снежного покрова – 1,45 м. В Ла-Молине эти цифры равны 61 км и 1,3 м, на курорте Бои-Тауль – 40.5 км и 2,05 м, в Порт-Айне – 25 км и 2,1 м, в Эспоте – 24 км и 2 м, в Вальтере – 10 км и 1,1 м, а в Таваскане – 5 км и 2,7 м.

На арагонском курорте Серлер отдыхающих ждут 78 км трасс и снежный покров толщиной 2,55 м, в Канданчу – 50 км трасс и 3 м снега, в Астуне – 40 км и 2,4 м, в Пантикосе – 36 км и 2,5 м, в Хаваламбре – 15 км и 1,2 м, а в Вальделинаресе – 9 км и 1,4 м.

В Кантабрийских горах на курорте Сан-Исидро будут доступны 27 км трасс, а толщина снежного покрова достигнет 2,1 м. В Альто-Кампоо (Кантабрия) эти показатели составят 27 км и 90 см, в Мансанеде (Оренсе) – 15,5 км и 1,2 м, в Вальгранде-Пахаресе (Астурия) – 14 км и 2 м, в Фуэнтес-ле-Инвьерно (Астурия) – 9 км и 2 м, а в Леитарьегосе (Леон) – 6 км и 1,7 м.

Что касается прочих регионов страны, то на курорте Ла-Коватилья в Саламанке откроются 27 км трасс, а снежный покров достигнет толщины в 2,9 м. На станции Вальдески в Мадриде будут работать 22 км трасс, а толщина снежного покрова составит 1,4 м.

В Вальдескарае (Риоха) откроются 14 км трасс, покрытых метровым слоем снега, в Ла-Пинилье (Севилья) лыжников ждут 12 км трасс и 1,25 м снега, а в Навасерраде (Мадрид) – 4 км и 2 м соответственно.

фото: www.shutterstock.com www.www.cybevasion.fr

X ЮБИЛЕЙНЫЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНГРЕСС ИНДУСТРИИ ЗИМНИХ ВИДОВ СПОРТА, ТУРИЗМА И АКТИВНОГО ОТДЫХА

Казань
2014 г.

Официальный оператор

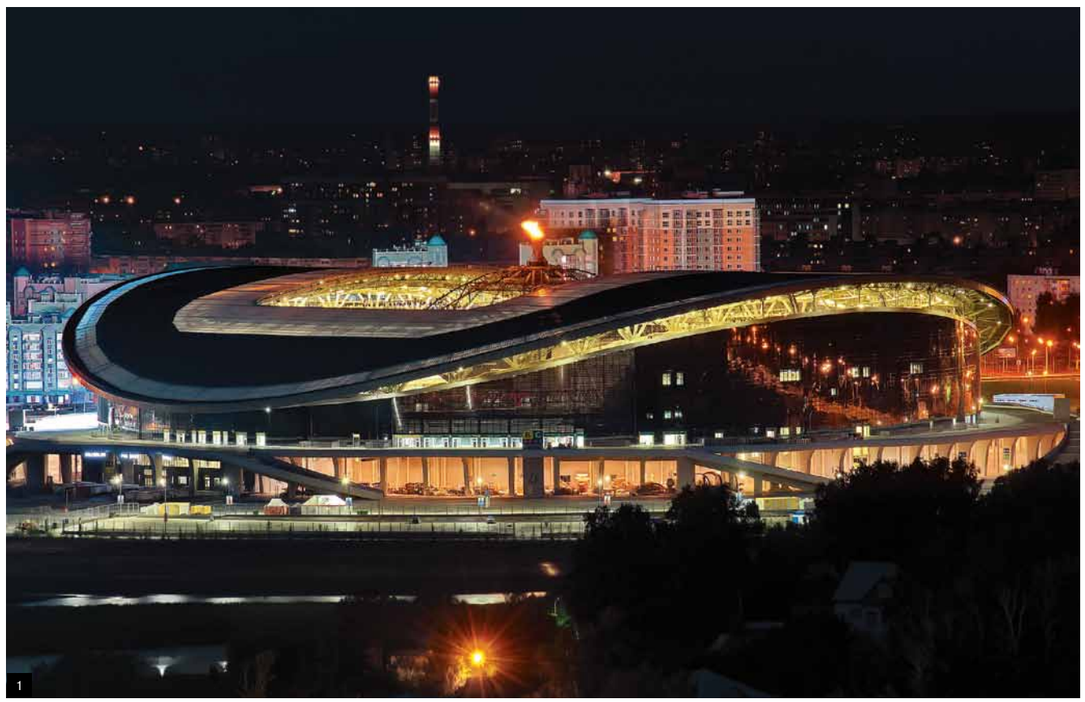
коммуникационное агентство
СПОРТ АКАДЕМ РЕКЛАМА

Справки об участии – по телефону и электронной почте:

+7 495 640 88 50
+7 495 411 91 13

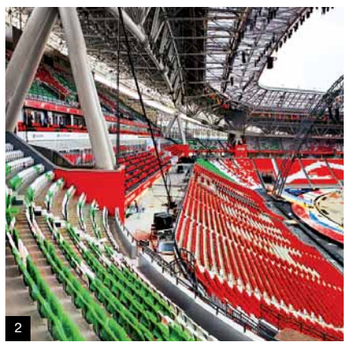
event@s-f-r.ru
saa@s-f-r.ru

коммуникационное агентство
СПОРТ АКАДЕМ РЕКЛАМА



ДЕСЯТЫЙ ЮБИЛЕЙНЫЙ КОНГРЕСС

ИНДУСТРИИ ЗИМНИХ ВИДОВ СПОРТА СОСТОИТСЯ В КАЗАНИ



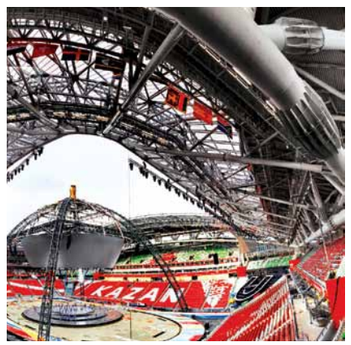


Фото: www.s125.ru

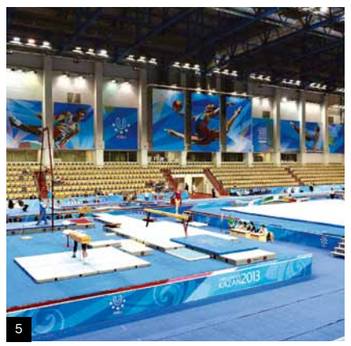
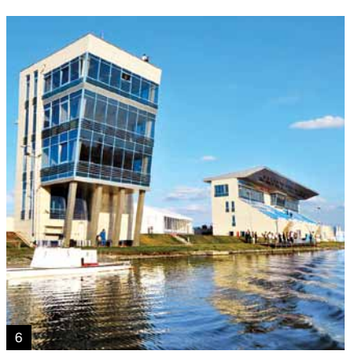


Фото 1, 2: **Стадион «Казань-Арена» – жемчужина Универсиады. Универсально-футбольный стадион на 45 тысяч мест**

Фото 3: **Центр бокса и настольного тенниса включает универсальный спортивный зал и 2 спортивных зала для тренировок**

Фото 4, 5: **Центр гимнастики – один из крупнейших спортивных комплексов в России**

Фото 6: **Центр гребных видов спорта**



Оргкомитет взыскательно подошел к выбору столицы юбилейного конгресса. Мы искренне рады, что эта масштабная встреча лидеров индустрии зимнего спорта состоится в Казани – прекрасном городе, который сегодня находится на пике своей спортивной формы.

Еще совсем недавно внимание всей страны было приковано к Казани, когда она принимала Универсиаду. Мы надеемся, что Международный конгресс индустрии зимних видов спорта, туризма и активного отдыха, мероприятие с десятилетней историей, также привлечет большое внимание спортивной общественности. Казань и Конгресс по зимним видам спорта располагают всем для такого успеха.

Сегодня на высоком уровне уже достигнуты все необходимые соглашения, а значит в мае нынешнего года Казань примет лучших представителей зимней спортивной индустрии России и многих стран Европы. Все решения конгресса могут стать историческими для индустрии спорта, поскольку конгресс входит в состав деловой программы международного форума «Россия – спортивная держава», который проходит при участии Администрации Президента, Правительства России, Министерства спорта, туризма и молодежной политики.

Главные задачи конгресса, которые он успешно решает, это объединение индустрии спорта, построение стратегии для развития отрасли, пропаганда физкультуры и спорта. Именно поэтому ежегодно на конгресс съезжаются лучшие российские и международные специалисты.

Конгресс связывает участников с представителями власти, спортивными и общественными организациями, руководителями спортивных и туристических объектов. Взаимовыгодное сотрудничество для всех участников отрасли – вот наша цель.

Каждый конгресс – это незабываемая церемония открытия, насыщенная деловая программа, 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.

Обязательная часть конгресса – премия «Лидеры спортивной индустрии». Премия объединяет отрасль и поощряет наиболее активных и заслуженных представителей индустрии зимнего спорта.

Для обмена опытом на конгресс прибывают представители из ближнего зарубежья, а также специалисты из Франции, США, Канады, Италии, Австрии и Германии.

Мы ждем вас на конгрессе, потому что это редкая возможность собраться всем вместе, чтобы самим решать судьбу отрасли. Вместе сделаем больше! ○

ДМИТРИЙ ГРАБИН:

«*Главные деньги курорта не лежат в кармане клиента*

Текст: Илья Десятерик

Большинство горнолыжных курортов России – это комплексы небольшого размера, использующие невысокие склоны, обладающие ограниченным набором трасс относительно небольшой протяженности. Часто такие объекты являются местом, где происходит знакомство человека с горными лыжами и сноубордом, как с видом спорта и отдыха, а также местом, где жители относительно крупных городов проводят выходные дни.
Приглашенный редактор первого в этом году выпуска Ski Industry, креативный директор Russia Direct Дмитрий Грабин рассказывает о том, что нужно сделать, чтобы поддерживать интерес к малоразмерному ГЛК и доходность такого объекта на стабильно высоком уровне.

Размер горнолыжного комплекса и его потенциальной аудитории в существенной мере диктует его целевую аудиторию. Если курорт маленький по размеру, то невелика и его пропускная способность по сравнению с мастодонтами индустрии. Из этого следует, что у него есть три возможности, три принципа, которые можно положить в основу его бизнес-модели: принцип локальности – работа на клиентов обитающих поблизости, принцип избирательности – удовлетворение нужд определенной социальной группы клиентов, принцип уникальности – работа на основе особенности, свойственной, хотя бы в пределах данного горного региона исключительно данному комплексу.

Принцип локальности я проиллюстрирую примером из сферы туристического бизнеса. Была семейная фирма, настолько семейная, что и офис ее находился, в их квартире на первом этаже обычной многоэтажки. Суть их взгляда на бизнес состояла в том, что они работали с соседями, – решили, что их сил хватит для того, чтобы обслуживать нужды ближайших 5 многоэтажных домов, это примерно тысяча семей. И они стали целенаправленно строить знание среди намеченной ЦА (хотелось получить ассоциацию с магазином или аптекой, которая находится в твоем доме). Идея сработала, люди рады, когда за решением какой-то задачи не надо далеко ходить и все вопросы можно выяснить по-соседски.

Использовать принцип уникальности довольно сложно, поскольку в современном мире все очень быстро тиражируется. Приведу пример одного подмосковного аэроклуба, который позиционирует себя на рынке регулярным установлением рекордов в различных парашютных дисциплинах. Платформа их бренда: «У нас ставят рекорды».

Уникальности можно добиться, компилируя разные свойства, но это не должно быть множеством дополнений, это должно быть нечто, создающее основной момент привлекательности курорта, нечто, объединяющее людей по какому-то выбранному создателями ГЛК признаку.

> *«Если курорт маленький по размеру, то невелика и его пропускная способность по сравнению с мастодонтами индустрии. Из этого следует, что в основу его бизнес-модели можно положить три принципа: принцип локальности, принцип избирательности или принцип уникальности*

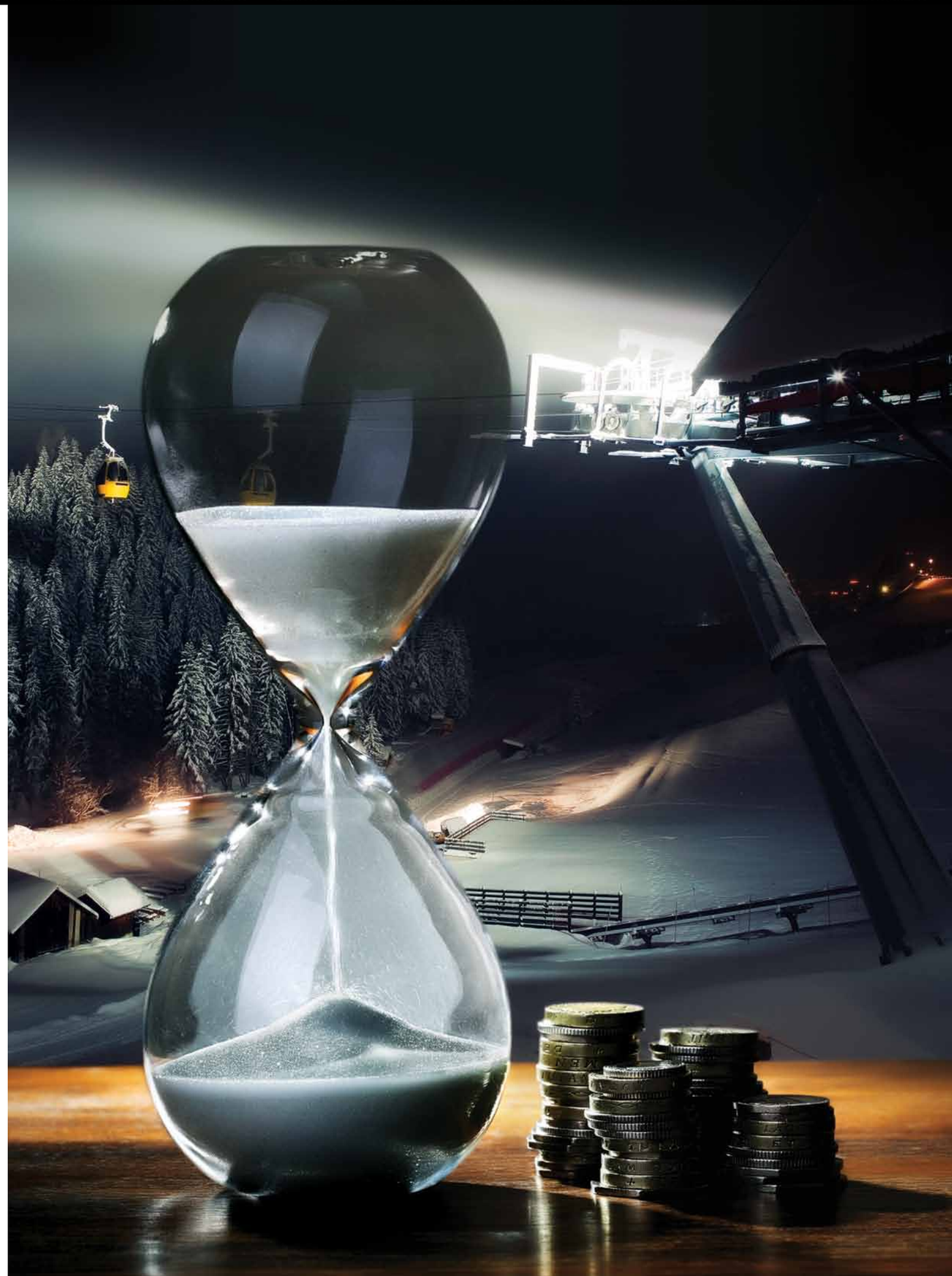


Фото: www.shutterstock.com

«Люди выбирают не склон, трассу и подъемник, а локацию как бренд, атмосферу, в которой они хотят находиться и с чем они себя ассоциируют

Принцип избирательности требует четкого соответствия потребностям и привычкам выбранной группы, может быть даже еще больше снижая, и без того не слишком высокую из-за малого размера комплекса, его пропускную способность. Например, если вы делаете элитный ГЛК, то там должна быть очень строгая система контроля доступа, там не должно быть людей, которые могут показаться целевой аудитории курорта лишними или непонятными. Не должно быть никаких очередей или нахождение в них не должно быть утомительным! Если вы придумаете, чем развлечь потребителя во время очереди в подъемник, думаю, это станет одним из ваших несомненных преимуществ. Об этом точно заговорят!

Развивать следует те преимущества, которые свойственны и будут свойственны курорту всегда. Их можно и нужно положить на платформу бренда. Ее необходимо создать, потому что, в конечном счете, люди выбирают не склон, трассу и подъемник, а локацию как бренд, – атмосферу, в которой они хотят находиться и с чем они себя ассоциируют. И чем дольше не меняется платформа бренда, тем успешнее он реализуется и монетизируется.

Без платформы не понять, что вы будете говорить потребителю, не создать оснований для того, чтобы он вам верил и что он будет о вас говорить, а ведь говорить ему что-то придется!

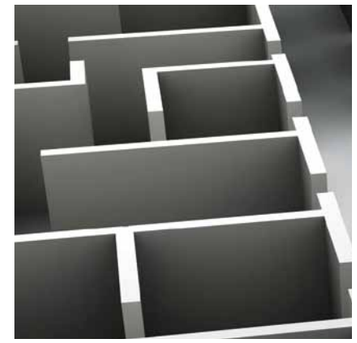
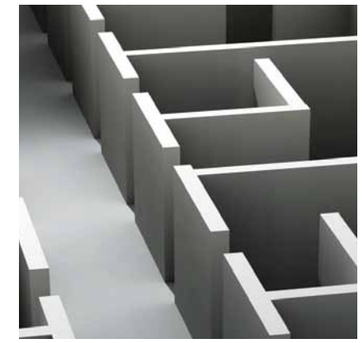
Прежде всего, курорт и те, кто его развивает, должны определить, для кого и для чего работает комплекс: для новичков и обучения или для спортсменов-любителей и совершенствования их мастерства, для тусовок и развлечения или для семейного отдыха, корпоративного, спортивного, экстремального. Сделав выбор, курорт нужно наполнять особенностями, которые работают на потребности выбранной категории клиентов, соответствуют выбранному профилю горнолыжных услуг. Контент и события – ключ к позиционированию вашего курорта.

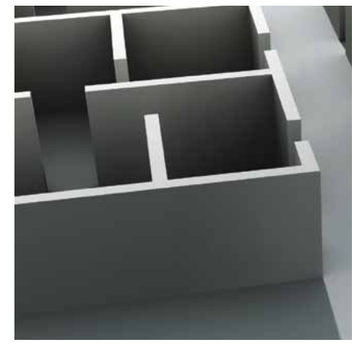
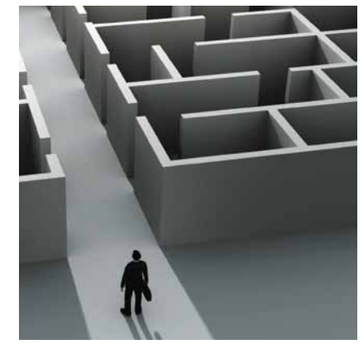
Определить свое направление помогает конкурентная среда, она толкает на поиск не занятой ниши или способа перебить преимущества конкурента, а, может, и сотрудничества с ним или какого-то иного пути. Надо внимательно посмотреть на то, что делают конкуренты поблизости. В этот момент очень важно не обманывать себя: если у вас и конкурента есть пункт проката, склон и подъемник, то это не значит, что вы одинаковые. Нужно посмотреть, кто ездит к соседям и что коллеги клиентам предлагают. Очень важно не идти по пути сбора разных «фишек». Прежде всего, надо определить основное качество, которое обособит бренд вашего курорта.

Пока курорт не специализирован, пока о его клиенте ничего не известно, кроме имени и фамилии людей, получивших снаряжение в прокате, курорт непонятен ни клиентам, ни возможным партнерам.

Когда есть позиционирование, вы получаете аудиторию, ее описание, а это ключ к рекламным бюджетам ваших спонсоров. И именно там, в сфере реализации рекламных и коммерческих прав, а не в карманах посетителей, находятся основные деньги, которые может заработать ГЛК.

Можно нарисовать портрет потребителя, которого вы хотите у себя видеть: возраст, увлечения, потребности. Очень полезная практика при этом рядом с описанием клиента выпи-

Если вы не знаете, кого вы хотите притащить на курорт, вы не знаете, что делать, что развивать, удовлетворение каких потребностей педалировать, и какие коммуникации в связи с этим, выстраивать, и с кем их выстраивать.

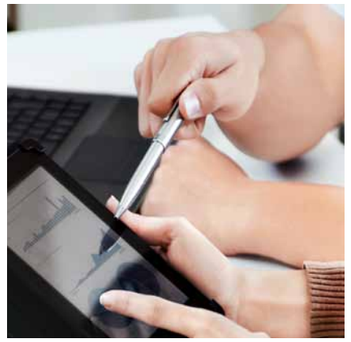


Фото: www.shutterstock.com

Если вы нацелены на молодежную аудиторию, то ваши потенциальные спонсоры, например, Red Bull, «Мегафон» и производители современных гаджетов. Целитесь в семейный сектор – можете со своей аудиторией стать интересными банкам, страховым компаниям, автодилерам.

Фото: www.ya-park.ru

сывать в столбик названия брендов, с которыми вы этого человека ассоциируете: что он ест, во что одевается, на чем ездит, какие носит часы, каким телефоном пользуется. Потом посмотреть, что спонсируют данные бренды или их конкуренты, и похожа ли атмосфера поддерживаемых ими событий на то, что создаете вы.

Например, если вы нацелены на молодежную аудиторию, то ваши потенциальные спонсоры, скажем, Red Bull, «Мегафон» и производители современных гаджетов. Целитесь в семейный сектор – можете со своей аудиторией стать интересными банкам, страховым компаниям, автодилерам.

Показателен в этом смысле опыт курорта «Яхрома», где находится крупнейший в Европе полигон «Ауди», на котором демонстрируются возможности полноприводных моделей Quattro. Что для этого было нужно – нужно было собрать у себя на курорте людей, которые попадают в целевую аудиторию, на которую рассчитаны эти автомобили.

Другой автомобильный же пример один яхт-клуб, который при помощи современных технологий всю зиму сохраняет на своей территории участок сочного зеленого газона, на котором стоят автомобили «Ягуар».

Создание платформы бренда – это стратегическая задача, обозначаешь потребителя и его пристрастия, причины, по которым он пришел на гору, и как он туда добрался. Получается бренд-штамп: сумма рациональных и эмоциональных мотивов поведения вашего клиента.

Гора и подъемник есть на каждом ГЛК: но кто-то ездит в горы за катанием, кто-то за праздником, а кто-то за расслабляющей атмосферой.

Если вы не знаете, кого вы хотите притащить на курорт, вы не знаете, что делать, что развивать, удовлетворение каких потребностей педалировать и какие коммуникации в связи с этим выстраивать, и с кем их выстраивать.

К сожалению, горнолыжных комплексов, которые получают деньги от спонсоров, в России единицы.

Это значит, что остальные не добрались до ключа к спонсорским деньгам, о котором мы говорили выше. Проблема у всех одна – не хватает денег. Прежде всего, решаются насущные текущие вопросы. Тратиться на дорогих специалистов и услуги по рекламе не принято, потому что это длинные деньги, которые принесут свой эффект не сразу. Ведь мало выстроить платформу своего бренда в голове и на бумаге, ее надо воплощать.

Вместе с тем начать выстраивать платформу бренда на ГЛК, где ее нет, можно в любой момент времени. Поначалу это требует не столько материальных вложений, сколько мыслительных усилий. Надо спланировать, что и когда вы хотите видеть на вашем курорте, минимальный срок планирования – хотя бы три года. По ходу этого процесса важно не бояться оглядываться и находить ошибки. Они случаются и порой приводят к тому, что у рынка, а точнее у людей, которые покупают ваш продукт, складывается о нем неверное представление, которое потом мешает развивать ваш бизнес. Но, главное, помнить, что это задача творческая, что никакие текущие трудности и дела не запрещают вам мечтать, и думать, что именно вы на своем курорте хотите сделать. Для этого не нужны специальные условия, достаточно взять чистый лист, ручку ненадолго закрыть глаза и начать. ○

«Аудитория и ее описание – ключ к рекламным бюджетам ваших спонсоров. И именно там, в сфере реализации рекламных и коммерческих прав, а не в карманах посетителей, находятся основные деньги, которые может заработать ГЛК

ГРИГОРИЙ АРИЕВИЧ:

«*Курорту нужна не аудитория, а поток*

Свой взгляд на работу малого горнолыжного курорта и взаимоотношения с клиентами и спонсорами, полемизируя с креативными идеями Дмитрия Грабина, изложил другой приглашенный редактор первого в 2014 году номера Ski Industry – Григорий Ариевич, создатель московского горнолыжного комплекса «Кант». Взгляд практика на бизнес-процессы отличается от представлений специалиста по поиску маркетинговых идей радикально.

На бумаге все идеи о том, чтобы заработать на рекламе и целевой аудитории, выглядят логично и правильно. На самом деле это верно в общетеоретическом смысле, а вот в конкретной практике появляются возражения.

РАБОТАЮЩИМ В «ЛОКАЛЬНОСТИ» НЕ ДО «ИЗБИРАТЕЛЬНОСТИ»

Сначала поговорим немного о смысле слов и о принципах. Например, «локальность» – это не принцип, организации работы курорта, а данность, как правило, осложняющая коммерческую эксплуатацию, поскольку она ограничивает клиентскую базу. То есть если ГЛК находится неподалеку от небольшого города, то никто, кроме его жителей, интересующихся катанием с гор, на нем не появится. И если городок маленький, то эта группа людей может оказаться слишком малочисленной, чтобы обеспечить окупаемость. Что в этих условиях можно сказать о принципе избирательности, выборе целевой аудитории? Да то, что локальный курорт, если перед ним стоит задача самоокупаемости, а тем более извлечения прибыли не может позволить себе капризничать и отсекать какую-то часть потенциальных клиентов, их и так мало.

А если рассчитывать на какую-то элитную группу богатых клиентов, то надо принять в расчет, что «большие шишки» с маленьких холмов кататься не будут.

РЕКЛАМУ ПРИВЛЕКАЕТ ПОТОК

Предполагается, что основные деньги нужно взять не у клиентов, а спонсоров. Спонсоры это, иначе говоря, рекламодатели. Так вот рекламодателям не нужна локальная группка людей, толкущихся на маленьком курорте. Рекламодателем необходим поток!

Но, даже получив его, они не платят столько, чтобы стать не то чтобы основным, а хотя бы крупным источником доходов, максимум, 1-2% от годового бюджета ГЛК, дает реклама.

На примере нашего комплекса могу сказать: у нас неплохой поток – более 100 человек в год приезжают на комплекс. У нас стоял «Опель», проводил разные рекламные мероприятия, организовывал тест-драйвы «Сузуки», рекламируют свои услуги турфирмы и производители разных товаров личного потребления, проводятся разные маркетинговые акции, но получаются те самые 1-2%. Нет, я от них не отказываюсь, ни в коем случае. Это направление работы я поддерживаю – трачу на сотрудника по рекламе примерно 700 тысяч рублей в год. Она отрабатывает эти деньги приносит комплексу небольшой доход, но основные деньги моего курорта приходят из карманов и кошельков посетителей.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ

Еще одно понимание слова «спонсоры» – инвесторы: создателю курорта или его оператору могут дать деньги для того, чтобы он обеспечил выполнение определенной задачи. В России, например, в Магнитогорске и «Игоре», такой задачей стало создание места, где можно принять Президента страны, который, как известно, увлечен горнолыжным спортом. В Чехии есть курорты, которые принимают у себя по государственным программам детей. То есть это некоторая нагрузка на крупную компанию или государственный бюджет – они спонсируют развитие курорта. Курорт, получая средства таких спонсоров, берет на себя обязательства по исполнению какого-то их заказа. Так или иначе, это зачастую уже не экономические модели работы и решения, а скорее, политические.

ЛОКАЛЬНОСТЬ – НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ, А ПРЕОДОЛЕВАТЬ

Еще о локальности. Почти все старые ГЛК в Европе были сначала «локальными» станциями. Но в процессе «обрастания» оборудованием и трассами, появления конкурентных преимуществ – они становились явлением не локальным.

Теперь о том, что же делать с локальностью и где брать деньги.

Если хотеть зарабатывать и развиваться, локальность, как ориентированность на посетителей, сконцентрированных на определенной небольшой территории, зависимость от этой группы клиентов надо преодолевать.

Нужно создать не столько уникальность, сколько конкурентное преимущество. И в случае малых ГЛК это, прежде всего, именно склоны и подъемники. Например, курорт Нечкино под Ижевском был обычным локальным комплексом, с коротеньким трассами. Как только они удлинили трассы в два-три раза, добавили к ней гостиницу, подъемники и конкурентоспособные цены, к ним сразу поехали люди из Москвы. Курорт преодолел свою локальность, стал значимым уже на территории страны.

Конкурентным преимуществом может быть не только длина склона, но, скажем, получение от международных спортивных организаций гомологации – признания пригодности курорта к проведению международных соревнований. Таким образом, преодолел свою локальность и получил международную известность скромный, в общем-то, курорт Высокие Татры в Чехии.

Красная Глинка в Самарской области объединил оба пути. За двадцать лет развития курорта они развили свое конкурентное преимущество – трассы длиной 900 метров, где

Фото: www.shutterstock.com

Многие курорты в Европе начинали свою историю как локальные горные станции. Затем они растили длину трас, количество подъемников, сопутствующих услуг и тем самым преодолевали свою локальность – к ним начинали ездить издалека.

теперь около десятка подъемников вместо одного, которые работают уже на 5 склонах. Также они стали традиционным центром проведения любительских соревнований, и теперь многие не профессиональные, но амбициозные (а значит, готовые тратить деньги) горнолыжники и сноубордисты едут к ним за улучшением спортивных результатов.

Многие курорты в Европе начинали свою историю как локальные горные станции. Затем они растили длину трасс, количество подъемников, сопутствующих услуг и тем самым преодолевали свою локальность – к ним начинали ездить издалека. Путь российских курортов в этом смысле вряд ли должен сильно отличаться.

РАЗДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ ОТ ПОТОКА

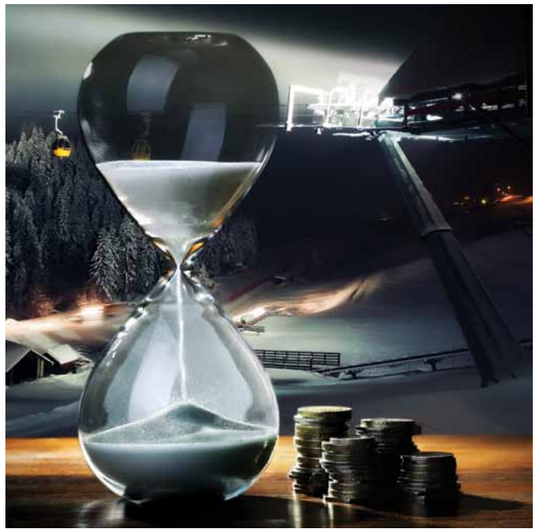
Теперь о карманах. Мы проводили исследование, выясняли, почему не отбиваются и тяжело живут курорты даже с большими склонами. Мы поняли, что деньги везут именно клиенты, но курортам достаются основные расходы, они создают и поддерживают то, ради чего едут туристы: трассы, подъемники – это затраты на дорогую технику и содержание заметной численности квалифицированного персонала. Деньги же туристы оставляют у тех, кто их кормит, селит, перевозит между комплексами. Затраты на организацию этих видов бизнеса в сравнении с издержками ГЛК невелики, а эксплуатируют они поток клиентов, который создают курорты. Кстати, мы вновь пришли к тому, что главное – не определенная группа, а поток.

> *«Локальность» – это не принцип, организации работы курорта, а данность, как правило, осложняющая коммерческую эксплуатацию, поскольку она ограничивает клиентскую базу*

В этом смысле интересен опыт французского курорта Вальморель. Это коммуна, возникшая после того, как там разорилась фабрика. Но в теме нашего разговора Вальморель интересен подходом к распределению прибыли – все участники процесса – и те, кто специализируется на сервисе, и операторы курорта – связаны соглашениями. Просто так зарабатывать на потоке туристов там никто не может. Выстроить соответствующую систему отношений нужно и у нас. Надо договариваться. ○

PRINCIPLES AND PRACTICE

Any ski resort needs client flows, not target audience



Text: Ilya Desyaterik

The majority of Russian ski resorts are not large, so they have a limited number of slopes that are also not high and long. In most cases, these resorts are designed for beginners in Alpine skiing and snowboarding, who spend weekends there. Independent experts of the SKI Industry magazine – Dmitry Grabin and Grigory Arievich, founder of KANT ski resort in Moscow – today discuss various instruments to make ski resorts profitable.

The size of any ski resort typically determines its target audience. Keeping in mind the limited capacity, there are main principles to use in business models, namely – to focus on local clients, to have a selective approach to satisfy their needs in order to reach uniqueness of the resort.

Dmitry Grabin says that to focus on local clients is typical of the whole tourist business. "I know a family who started servicing 5 neighboring multistory houses (or approximately 1,000 households) directly from home. Soon, they decided to expand their business and started building an office center combined with a pharmacy store in order to serve the target audience on a higher level. The clients were happy, because they did not need to go to the city center to solve problems," Mr. Grabin comments.

LOCAL FOCUS VS SELECTIVE APPROACH

Grigory Arievich argues that focusing on local target audience is not a marketing tool, but reality that any small business has to do with. "If a ski resort is located near a small town, its operator must provide services to a small group of local skiers, and their total number is not enough to make profit. The principles of locality, selective approach, and uniqueness sound good only on paper. In reality, a resort should attract everyone regardless of age and status," Mr. Arievich says.

The principle of uniqueness is hard to realize because other operators can quickly copy any new idea. "A good example is an air club located near Moscow that was famous for setting records in parachute jumps, Dmitry Grabin continues. – They positioned their brand as a unique place to set new records. Any ski resort operator can easily copy good business ideas of other businesses, but the key uniqueness and competitive advantage should be preserved. The client always prefers this or that ski resort based on its basic business principles. The selective approach means services provided to a certain target group by using the existing limited capacity of a ski resort. For instance, if you build an elite ski resort, you should install a comprehensive access control system in order to avoid clients of other target groups. At the same time, they should not stand in line and waist their time there. If you know how to entertain your clients waiting for ski lifts – this is exactly your competitive advantage. People will appreciate that, and they will tell other clients about your selective approach and creative ideas!"

"If you operate a small-sized ski resort, you should be prepared not to see elite clients at all. The reason is that well-to-do skiers typically prefer large ski resorts," comments Grigory Arievich. According to him, uniqueness does not mean that particular target groups should not have access to your facility because you focus on other target audience.

AN INCREASING NUMBER OF CLIENTS ATTRACT ADVERTISEMENT

Dmitry Grabin believes that people always choose brand and location, but not ski slopes, lifts, and tracks. "The clients appreciate the atmosphere you create to attract them repeatedly. The more they associate themselves with your ski resort – the more profitable and successful it can become. It is hard to achieve without a platform, otherwise you will have to talk to your clients having no particular ideas to explain why they should like your business," Dmitry Grabin says.

He recommends paying more attention to the value of a brand's platform. "Any ski resort has its slopes, tracks, and corresponding equipment. However, people go there not only to ski, but also to get a relaxing atmosphere and happy holidays! If your business is well positioned, you get your target audience and, what is more important, potential sponsors who want to spend their budget on advertisement and promotion campaigns. The said budget is exactly what your business needs. A common mistake is to seek money in your client's pocket," Mr. Grabin Believes.

In turn, Grigory Arievich is sure that potential sponsors look at the client flows you have. They never spend a lot of money on advertisement. "Your chance of having sponsorship and advertisement money is higher in case you do the best to have more and more skiers coming to your resort, – Mr. Arievich says. – I do seek money in my client's pocket, because sponsors contribute only 1-2% of my resort's total budget. Any ski resort needs increasing flows of customers first. Sponsors and advertisers typically come second: they should see how many skiers you manage to attract. In other words, you should not focus on locality principles, but you must combat those principles in order to have more clients and sponsors, correspondingly." ○

5 ОЛИМПИЙСКИХ ОБЪЕКТОВ ГОРНОГО КЛАСТЕРА

Для XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в Сочи было сооружено 11 спортивных объектов. На страницах нашего журнала речь пойдет о пяти объектах горного кластера.

Фотоматериалы предоставлены Пресс-службой «Сочи 2014» www.flickr.com/photos/sochi2014

Фото: www.shutterstock.com

Уникальность лыжного комплекса «Лаура» состоит в том, что спортивная инфраструктура здесь рассчитана на то, что комплекс может функционировать круглогодично

Комплекс для соревнований по лыжным гонкам и биатлону «Лаура»	
Начало использования	2013 год
Вместимость	7,5 тыс. + 7,5 тыс. человек
Во время Игр	Проведение соревнований по лыжным гонкам и биатлону
После Игр	Стадион, тренировочная база

1 ЛЫЖНЫЙ КОМПЛЕКС «ЛАУРА». САМЫЕ СЛОЖНЫЕ В МИРЕ ТРАССЫ

Лыжный комплекс «Лаура» находится на гребне и склонах горного хребта Псехако, северо-восточнее поселка Красная Поляна. Назван в честь горной реки Лаура с множеством водопадов. Сама же река носит имя юной красавицы из легенды о вечной любви.

Комплекс состоит из двух отдельных стадионов: биатлонистского и лыжного. В каждом из них, в свою очередь, имеется по две раздельных зоны старта и финиша, а также по две отдельные системы трасс, тренировочных трасс и стрельбищ. Все трассы выполнены в соответствии с требованиями Международных федераций FIS и IBU.

Спроектировано два основных круга по 5 км – для свободного и классического стиля, которые могут быть укорочены до 3,75 км, 3,30 км, 2,50 км, 1,50 км и 1,20 км в зависимости от вида соревнований. Небольшая долина образует естественный амфитеатр, где временные трибуны вписываются в ландшафт. По мнению специалистов, таких сложных трасс нет нигде в мире.

Уникальность «Лауры» еще и в том, что спортивная инфраструктура здесь рассчитана на то, что комплекс может функционировать круглогодично. Зимой спортсмены катаются по ледяным трассам, а летом – по асфальту на специальных лыжероллерах. Летом стадион также можно использовать для соревнований по спортивному ориентированию, бегу и велосипедным гонкам по пересеченной местности, проложить вдоль трасс туристские маршруты и.т.д.

Комплекс включает как постоянные, так и временные сооружения. Постоянным является здание лыжного стадиона с трибунами для зрителей. К временным относятся: временные трибуны, помещения транспортной и рекламной службы.

Во время игр 2014 года в Сочи именно здесь было разыграно 23 из 96 комплектов наград. После Олимпиады лыжно-биатлонный комплекс «Лаура» будет использоваться для проведения национальных чемпионатов по биатлону и лыжным гонкам, а также для подготовки сборных России по этим видам спорта.

Проектированием всех спортивных лыжных трасс горнолыжного комплекса «Роза Хутор» занимался известный архитектор горнолыжных трасс FIS, олимпийский чемпион Саппоро-72 Бернар Русси

ГОРНОЛЫЖНЫЙ КОМПЛЕКС «РОЗА ХУТОР». НАШ КУРШЕВЕЛЬ

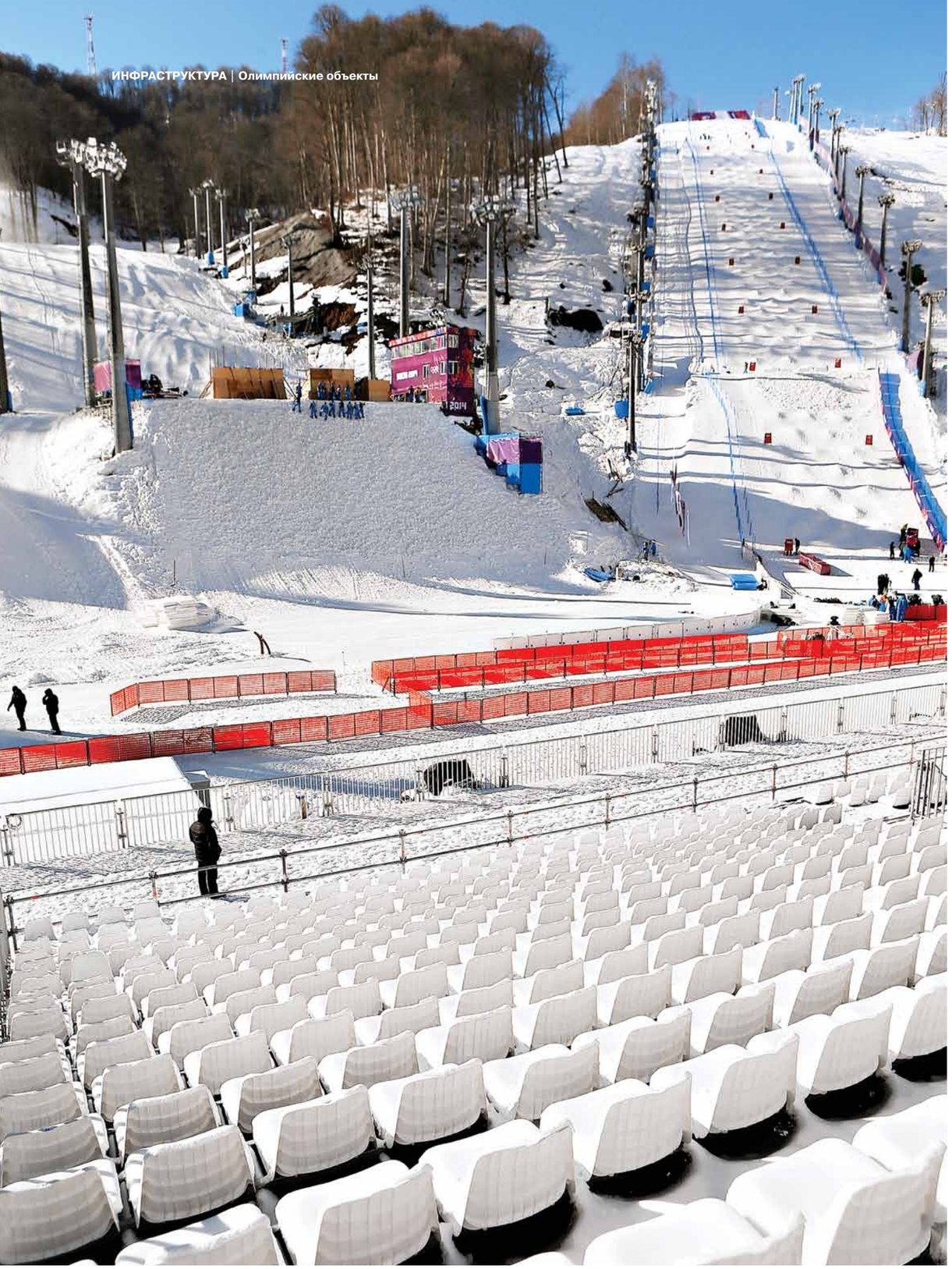
Название горнолыжного комплекса «Роза Хутор» происходит от географического наименования плато, охватывающего порядка 1 820 га склонов хребта горы Аибга, поднимающейся от реки Мзымта. Участок, на котором расположен комплекс, является наиболее привлекательным в Красной Поляне с точки зрения горнолыжного спорта. Особенности рельефа позволили создать трассы для проведения соревнований по всем горнолыжным дисциплинам: скоростной спуск, комбинации (скоростной спуск и слалом), слалом-гигант и супергигант.

Проектированием всех спортивных лыжных трасс занимался известный архитектор горнолыжных трасс FIS, олимпийский чемпион Саппоро-72 Бернар Русси.

Объект был сдан в эксплуатацию в конце 2010 года. В феврале 2011 года на территории горнолыжного центра «Роза Хутор» прошли первые тестовые соревнования – этапы Кубка Европы по горнолыжному спорту. Вместимость комплекса – 7,5 тыс. зрителей. Общая протяженность олимпийских горнолыжных трасс составляет 20 км.

После Игр горнолыжный комплекс войдет в состав крупного горнолыжного курорта «Роза Хутор».

Горнолыжный комплекс «Роза Хутор»	
Начало использования	2010 год
Вместимость	7,5 тыс. человек
Во время Игр	Проведение соревнований по всем горнолыжным дисциплинам
После Игр	Войдет в состав горнолыжного курорта «Роза Хутор»



Экстрим-парк «Роза Хутор»	
Начало использования	2011 год
Вместимость	4000 + 6250 человек
Во время Игр	Проведение соревнований по сноуборду и фристайлу
После Игр	Национальная тренировочная база и туристический центр

Экстрим-парк включает в себя 7 трасс – для лыжного кросса, акробатики, могула, сноуборд-кросса, параллельного слалома-гиганта, хафпайпа и слоупстайла. Соревнования по слоупстайлу впервые включены в олимпийскую программу Игр в Сочи

ЭКСТРИМ-ПАРК «РОЗА ХУТОР». 100% ЭКСТРИМА

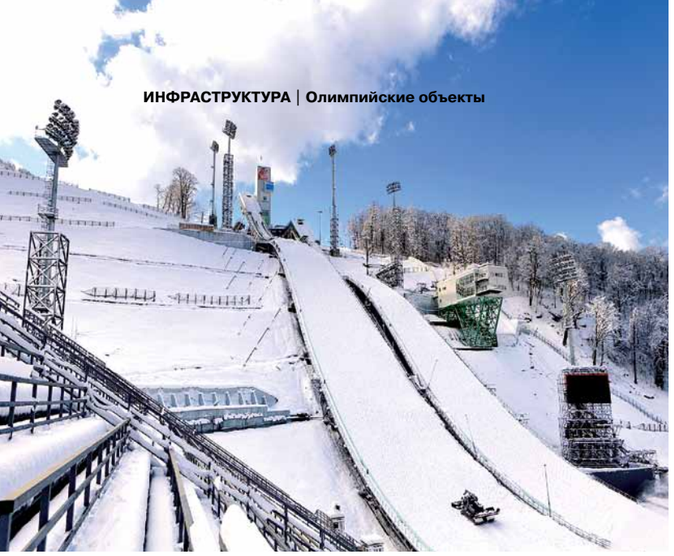
Экстрим-парк «Роза Хутор» находится на западной стороне Роза Плато. В его составе: сноуборд-парк и фристайл-центр с единой финишной зоной. Вместимость первого – 6 250, второго – 4000 зрителей.

Экстрим-парк включает в себя 7 трасс – для лыжного кросса, акробатики, могула, сноуборд-кросса, параллельного слалома-гиганта, хафпайпа и слоупстайла. Соревнования по слоупстайлу (акробатические прыжки на сноуборде) впервые включены в олимпийскую программу на Играх в Сочи.

Общая протяженность трасс парка «Роза Хутор» – около 3 км. Кроме 6 основных построены 3 вспомогательные трассы. Точки старта расположены на отметках 1223-1075 м над уровнем моря, максимальный перепад высот – 215 м. Вдоль трасс установлено оборудование для искусственного оснежения – более 100 стационарных и мобильных снегогенераторов производительностью 42 кубометра снега в час. Пушки работают в автоматическом режиме.

Объекты экстрим-парка были сданы в эксплуатацию в конце 2011 года. В феврале-марте 2012 г. здесь состоялись первые официальные соревнования – этап Кубка России и этап Кубка Европы по сноуборду, этап Кубка России и этап Кубка Европы по фристайлу.

Во время Олимпиады-2014 на стадионе проводилось 10 стартов по сноуборду – по 5 соревнований среди мужчин и женщин, а также 5 соревнований (10 стартов) по фристайлу. После Олимпиады объект планируется использовать как тренировочную базу для национальной команды, а также в туристических целях.



В строительстве «Русских горок» участвовали специалисты из России, Германии, Норвегии, Финляндии и Словении

Комплекс для прыжков с трамплина «Русские горки»	
Начало использования	2012 год
Вместимость	7,5 тыс. человек
Во время Игр	Проведение соревнований по прыжкам с трамплина на лыжах и лыжному двоеборью
После Игр	Национальный тренировочный центр

4

КОМПЛЕКС ДЛЯ ПРЫЖКОВ С ТРАМПЛИНА «РУССКИЕ ГОРКИ». НАСТОЯЩИЙ АТТРАКЦИОН

Комплекс «Русские горки» расположен на северном склоне хребта Аибга. Место было специально выбрано международными экспертами на стыке двух горных хребтов, чтобы трамплины вписывались в окружающий ландшафт, а спортсмены были защищены от порывов бокового ветра. Вместимость комплекса 7,5 тыс. человек.

Интересно, что название комплекса построено на игре слов Rus и Ski (лыжи). Кроме того, в английском языке аттракцион, который у нас известен как «Американские горки», называется именно «Русские горки».

Вблизи находится объект «Горки Город», где расположена горная медиа-деревня, включающая гостиницы, апарт-отели на примерно 3 тыс. номеров и горный вспомогательный медиа-центр.

«Русские горки» имеют в своем составе два современных олимпийских трамплина: К-95 и К-125. При подготовке трамплинов к соревнованиям может использоваться снег из специального хранилища.

На Олимпиады-2014 на базе комплекса проводились соревнования по прыжкам с трамплина на лыжах, а также прыжковая часть соревнований по лыжному двоеборью.

В строительстве «Русских горок» участвовали специалисты из России, Германии, Норвегии, Финляндии и Словении.

После завершения сочинской Олимпиады объект планируется использовать в качестве национального тренировочного центра для подготовки российской национальной сборной по прыжкам на лыжах с трамплина, а также для проведения всероссийских и международных чемпионатов.

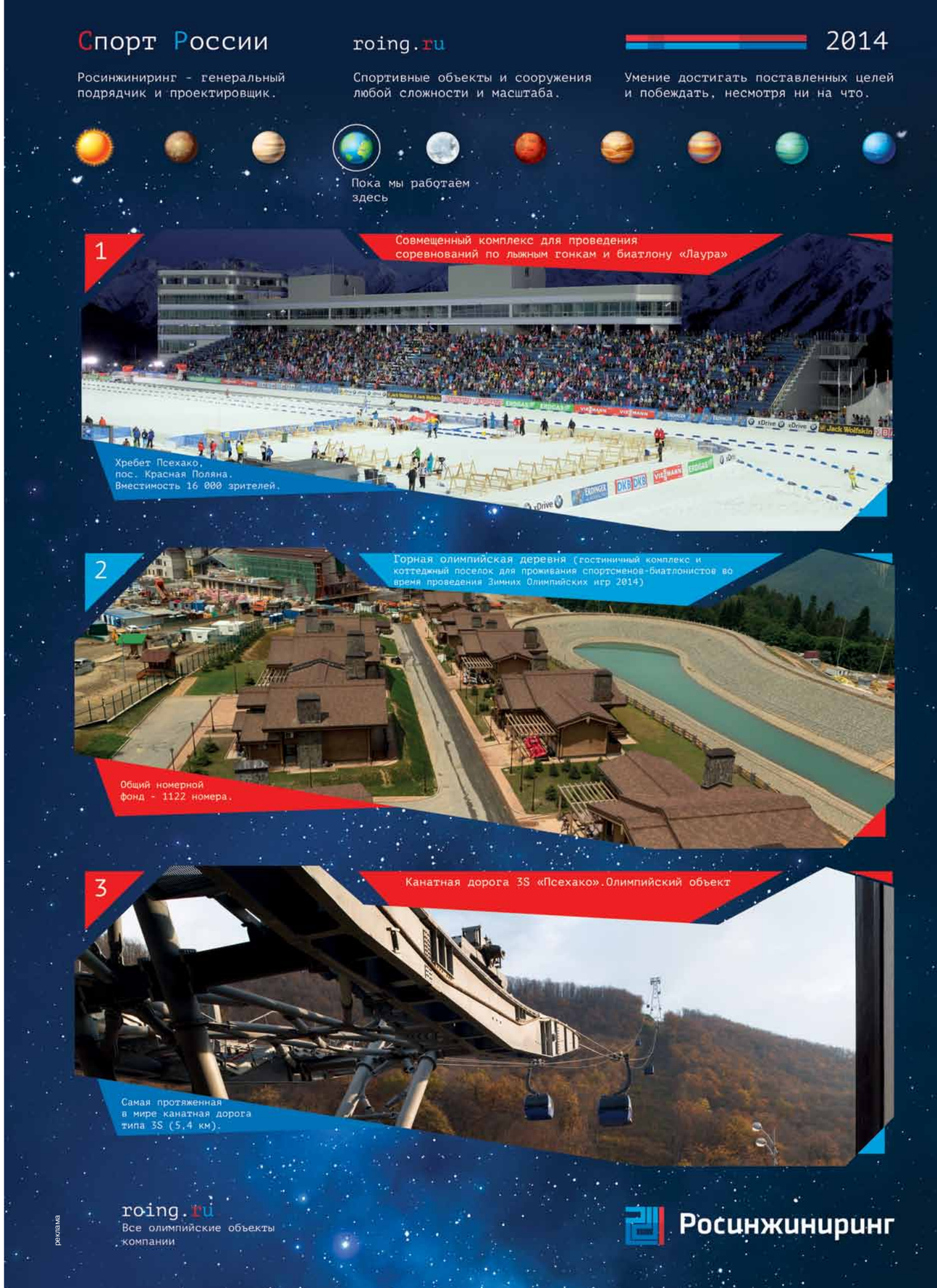


photo: www.shutterstock.com

Центр санного спорта «Санки»	
Начало использования	2012 год
Вместимость	5 тыс. человек
Во время Игр	Проведение соревнований по бобслею, скелетону и санному спорту
После Игр	Национальный тренировочный центр

Массовое катание на санках – традиционная русской зимняя забава еще со времен Петра I. Отсюда и название центра, передающее его национальный колорит

5

ЦЕНТР САННОГО СПОРТА «САНКИ». ЕДИНСТВЕННАЯ ТРАССА В МИРЕ С 3 КОНТРУКЛОНАМИ

Центр санного спорта «Санки» расположен на склоне Кавказских гор, вблизи поселка Красная Поляна, на ГЛК «Альпика-Сервис», в месте, закрытом от прямых солнечных лучей и защищенном от порывов ветра.

Массовое катание на санках – традиционная русской зимняя забава еще со времен Петра I. Отсюда и название центра, передающее его национальный колорит .

Трасса максимально повторяет существующий рельеф местности. Высшая точка находится на отметке 836 м над уровнем моря, нижняя – на отметке 704 м.

Желоб для спуска запроектирован как объединенный трек для бобслея, скелетона и саней. На трассе – 5 стартовых зон, расположенных на разной высоте и удалении от финиша.

Спортивный комплекс, помимо трассы, включает множество сооружений. Среди них – здания старта и финиша, взвешивания саней, операторская, хладоцентр, пожарное депо, единый центр управления, площадки для размещения зрителей, олимпийской семьи, прессы, телевидения, официальных церемоний.

Центр санного спорта «Санки» – первая санно-бобслейная трасса в России для соревнований международного уровня. И единственная трасса в мире с 3 контруклонами, которые гасят скорость. Она оборудована самым длинным в мире охлаждаемым треком – 1814 м – и включает 17 виражей. Максимальная скорость – 135 км/ч. Передовые технологии подготовки льда обеспечивают точный и постоянный контроль над температурой трассы. Вместимость комплекса 5 тыс. человек.

В ноябре 2012 года в Центре санного спорта «Санки» прошла первая Международная тренировочная неделя по санному спорту, а в феврале 2013 года Центр санного спорта «Санки» принимал этапы Кубка мира по бобслею и скелетону и санному спорту.

Во время зимних Олимпийских игр 2014 г. на санно-бобслейной трассе проводились соревнования по бобслею, скелетону и санному спорту.

После завершения всех этапов Олимпийских и Параолимпийских игр объект планируется использовать в качестве национального тренировочного центра. ○

КОММУНИКАЦИИ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

Имея более чем 40-летний опыт работы в горнолыжной индустрии, Lumiplan Montagne занимает ведущие позиции на рынке коммуникаций, осуществляемых в режиме реального времени. Компания занимается разработкой решений Digital Signage непосредственно для горнолыжных курортов.

Lumiplan Montagne является подразделением французской Lumiplan Group и специализируется на дизайне и эксплуатации информационных систем, разрабатываемых на заказ специально для нужд конкретного клиента. Системы Lumiplan Montagne успешно находят свое применение в четырех различных областях. Это – городская инфраструктура, муниципальный транспорт, спортивные арены и горнолыжные курорты.

В Lumiplan Montagne работают 150 сотрудников, которые в своей деятельности успешно используют передовые научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки и технологии всей группы компаний Lumiplan. При этом компания также занимается и собственными масштабными разработками и тестированием новых продуктов, необходимых для динамичного развития индустрии горнолыжных курортов.

Офис находится в столице Зимних Олимпийских игр 1992 года – Альбервиле, в самом центре Французских Альп. Компания поддерживает тесные долгосрочные отношения с престижными альпийскими ГЛК, включая Валь Торанс, Шамони, Куршевель и Валь д'Изер. Помимо этого Lumiplan Montagne работает с горнолыжными курортами Вэйл, Червиния и Роза Хутор. Компания делает все возможное для того, чтобы помочь курортам в оказании высококачественных услуг горнолыжникам до, во время и после катания. Все сотрудники Lumiplan Montagne являются энтузиастами и экспертами в своих областях, вне зависимости от того, требуется ли установить на ГЛК новое табло либо разработать и протестировать новое приложение к смартфону.

Ключевым конкурентным преимуществом Lumiplan Montagne является тесное сотрудничество с крупнейшими горнолыжными курортами планеты, что позволяет всегда держать руку на пульсе горнолыжной индустрии и обеспечивает компании привилегированный доступ к операторам ГЛК для решения самых насущных проблем. Lumiplan Montagne оперативно обеспечивает горнолыжников всей необходимой информацией в режиме реального времени, преподносит сюрпризы в виде аппаратуры и приложений нового поколения, а также повышает безопасность и эффективность работы подъемников на ГЛК. Другими словами, Lumiplan Montagne разрабатывает новые информационные табло и огромные дисплеи, приложения к смартфонам, системы управления потоками горнолыжников, а также осуществляет функции планирования маршрутов и многое другое. ○

на правах рекламы

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

1814 МЕТРОВ ДО ПОБЕДЫ

Центр санного спорта «Санки»

Текст: Рина Веланская

23 февраля завершились Олимпийские игры в Сочи. Вопреки прогнозам скептиков, первая в России Белая Олимпиада, по мнению российских и зарубежных спортсменов, а также тысяч гостей соревнований, прошла на достойном уровне. Огромная инфраструктура олимпийских объектов, впервые в истории зимних игр разделенная на горную и прибрежную зоны, оправдала ожидания. Одним из знаковых и посещаемых объектов горного кластера стал Центр санного спорта «Санки». Именно там проходили соревнования в рамках олимпийской программы по бобслею, скелетону и санному спорту.

Фото: Рина Веланская

Согласно проекту, санно-бобслейный комплекс практически повторяет очертания склона горы, и отлично вписался в общую концепцию горнолыжного курорта «Альпика – Сервис»

Фото 1: **Центр санного спорта «Санки»**

Фото 2: **Сборная России по санному спорту с президентом ФССР Наталией Гарт**

Фото 3: **Российская двойка на стартовой зоне трассы**

Всего в 60 километрах от Сочи, на Имеретинской низменности, неподалеку от Красной поляны, было решено построить олимпийский объект для проведения соревнований. И именно на сочинской санно-бобслейной трассе в медальный зачет России была добавлена бронза скелетонистки Елены Никитиной, золотая медаль ее товарища по команде Александра Третьякова, две серебряные награды в санном спорте – Альберта Демченко и в командной эстафете, а также золото бобслеистов. В чем же кроется успех россиян? Чем домашняя трасса помогла не хуже родных стен?

■ **Трасса получилась очень хорошая, современная, – делится впечатлениями старший тренер сборной России по санному спорту Александр Васин. – Могу сказать даже, что одна из лучших в мире. Я считаю, что «Санки» готовы принимать соревнования любого уровня. Последние два года, которые команда здесь тренируется и выступает, позволили площадке зарекомендовать себя только с выгодной стороны. Думаю, что основным ее плюсом является полная автономия от погодных условий. Т.е. желоб на протяжении всей длины стартов закрыт от осадков, а при необходимости можно опустить еще и тентовые навесы, что укроет его от ветра и постороннего мелкого мусора. Для нашего инвентаря это очень важно, тогда как на других треках тренироваться на «боевых» полозьях нет никакой возможности – из-за пыли и песка они быстро приходят в негодность.**

Заказчиком строительства центра санного спорта «Санки» выступил ГК «Олимпстрой». Автором проекта и подрядчиком стало НПО «Мостовик». Тендерный пакет на строительство трассы составил более ста тридцати пяти миллионов рублей и первые работы по возведению комплекса на северном склоне горы Аибга были проведены еще в первом квартале 2010 года. Согласно проекту, санно-бобслейный комплекс практически повторяет очертания склона горы. Комплекс отлично вписался в общую концепцию горнолыжного курорта «Альпика – Сервис».

Первые соревнования на объекте прошли уже спустя полтора года после начала строительных работ. Полностью проект был сдан в эксплуатацию уже в 2012 году. В марте 2012-го в Сочи прошел чемпионат России, осенью того же года – Кубок России. А в начале 2013 года трасса уже принимала первые международные старты – девятый этап Кубка мира по бобслею и скелетону и этап Кубка мира по санному спорту. Сочинские «Санки» – первая трасса в России и, пожалуй, единственная на данный момент в мировой практике, которая имеет три контруклона предназначенных для гашения скорости во время движения. По мнению специалистов, именно эта ее уникальность и является залогом безопасности спортсменов.

Изначально организаторы рассчитывали построить рекордно быструю и сложную трассу в мировой практике, но трагический инцидент на Олимпиаде в Ванкувере откорректировал планы строителей, заставив снизить расчетную скорость в Сочи.

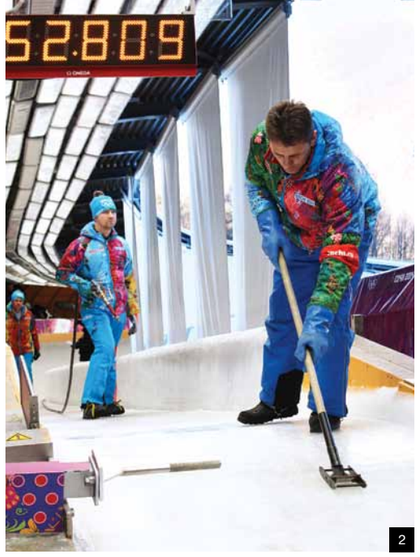


Фото 1: **Саночник на трассе**

Фото 2: **Работа бригады айсмейкеров**

Фото 3: **Серебряный призер Олимпийских игр в Сочи Альберт Демченко**

Фото 4: **Трибуны вдоль санно-бобслейной трассы**

Фото 5: **Наталья Хорева - участница Олимпийских игр в Сочи 2014**

Накануне сочинских стартов на трассе в свободном режиме прошла Международная тренировочная неделя. Свои силы на олимпийском треке попробовали более 130 спортсменов из 26 стран.

С точки зрения безопасности, «Санки» очень комфортная трасса, – считает чемпионка Европы по санному спорту Наталья Хорева. – Но не все так просто. Хотя здесь и нет опасных и крутых виражей, ее траектория рассчитана так, что к проигрышу может привести не грубая ошибка, а малейшая оплошность. Особенно если допустить ее на верхнем отрезке трассы, между пятым и шестым виражами, когда идет максимальный разгон. Скоростной режим прохождения трассы тоже достаточно комфортный – примерно 130 км/ч. У мужчин немного выше. Вообще же согласно нормативам – до 135 км.

Общая протяженность санно-бобслейного сочинского трека – 1814 метров. Более трехсот из них входит в зону торможения. Спортсменам приходится испытывать сильнейшие перегрузки во время движения по трассе. Высокогорное расположение объекта тоже играет в этом вопросе свою роль. Высшая точка комплекса находится на высоте 836 метров над уровнем моря, а низшая – 704 метра. По ходу трассы спортсмены преодолевают 17 виражей.

Стартовая зона трассы немного крутовата, это уравнивает шансы тех, кто хорошо стартует, и тех, кто допускает на этом этапе ошибки. В результате, все спортсмены могут разогнаться довольно-таки быстро. На женском старте тоже достаточно техничный стартовый спуск. Он позволяет спортсменкам сразу разгоняться в полную силу, – считает старший тренер российских саночников Александр Васин.

Комплекс рассчитан на пять тысяч зрителей. В это число входят как места на трибунах, так и стоячие места для зрителей, желающих следить за событиями на протяжении трассы.

Зрителям, я думаю, здесь удобно. Есть возможность подойти к виражам достаточно близко и все как следует рассмотреть, тем не менее, не нарушая правил безопасности, – рассказывает участница Олимпийских Игр в Сочи Наталья Хорева. – Когда спортсмен проходит трассу, он целиком и полностью сосредоточен на этом процессе. Но на сочинской трассе есть места, где нам слышно как поддерживают выступающих зрители. В некоторые моменты это даже помогает собраться с силами. Так было и на Олимпийских стартах.

На строительных работах, во время возведения объекта, было использовано новейшее оборудование. Специальные установки

Специально для сочинской трассы был создан проект охлаждаемого трека, самого длинного в мире. Желоб трассы выполнен из монолитного железобетона, устойчивому к влаге и перепадам температур, а высокотехнологичная система охлаждения намораживает лед даже при двадцатиградусной плюсовой отметке

и технологии подготовки льда обеспечивают круглосуточный контроль над температурой поверхности трассы. Как планируют собственники объекта, после окончания Олимпийских стартов «Санки» станут национальным тренировочным центром.

В подготовке санно-бобслейного трека к олимпийскому сезону, российским айсмейкерам помогали французские коллеги. Во время подготовки льда приходилось учитывать особенности климата и погодных условий. После заливки каркаса требовалась тщательная шлифовка ледового покрытия, во избежание наморозки инея. Работой айсмейкеров спортсмены во время Олимпийских игр остались довольны, отметив гладкость покрытия и комфортность скольжения.

Специально для сочинской трассы был создан проект охлаждаемого трека, причем самого длинного в мире. Желоб трассы выполнен из монолитного железобетона, такой выбор обусловлен характеристиками усиленной механической прочности, плотности. Устойчивости к влаге и перепадам температур. Высокотехнологичная система охлаждения намораживает лед даже при двадцатиградусной плюсовой отметке. А при аномально высоких температурных показателях начнут работать холодильные установки. Хладагент подается через стокилометровую систему сети трубок – испарителей.

Занятия в тренировочном режиме и даже соревнования – дополнительный козырь круглогодичного и всепогодного объекта в Сочи. Предусмотрена возможность проводить и тренировочные сборы на бетонном треке, с использованием роликовых саней. При сдаче объекта в эксплуатацию подрядная организация провела комплекс монтажных работ по инженерной защите территории. Склоны горы Аибга укреплены полукилометровым рядом подпорных стен. Предусмотрен железобетонный трехсотметровый селепропуск. Разработана система транспортного сообщения Центра «Санки» с Красной Поляной. В завершении строительства Центр «Санки» получил международный сертификат в бобслее, скелетоне и санном спорте.

Что же касается вспомогательных помещений, предусмотренных проектировщиками объекта, здесь я могу отметить выгодно отличающее сочинский комплекс комфортное пребывание спортсменов на трассе, – продолжает оценку олимпийского объекта саночница Хорева. – На женском старте у нас не только просторные помещения для разминки и раздевалки. Есть еще и специально оборудованная для подготовки инвентаря мастерская. Причем каждому участнику для подготовки инвентаря выделялся отдельный стол. Этого не было раньше даже на крупнейших соревнованиях. Могу добавить также, что такого освещения нет нигде, даже на известных мировых санных трассах. Восемь рядов ламп, на трассе даже по десять. Если сравнивать с зарубежными объектами, где горит по одной лампе дневного света, то сразу все станет ясно. Не знаю, правда, насколько это энергозатратно, но, скорее всего, после Олимпиады система освещения объекта будет действовать по-другому.

Урочище «Ржаная Поляна», где так комфортно расположилась санно-бобслейная трасса, признано спортивными федерациями одним из лучших вариантов для расположения искусственного трека для саней, бобслея и скелетона. Именно в силу своего удачного географического положения. Трасса «Санки», ставшая практически вторым домом для спортсменов, ну по крайней мере лучшей домашней трассой, после Олимпийских игр будет использоваться по полной программе, считают в Министерстве спорта. Как тренировочный центр для сборных команд, как в зимнее, так и в летнее время. Ну и, разумеется, комплекс станет престижной соревновательной площадкой, которой уже в ближайшее время предстоит принять турниры самого высокого уровня и обеспечить пропаганду и поддержку большого спорта в массах. ○

Фото: www.shutterstock.com

РАТРАК ВЫБИРАЮТ ФИНАНСИСТ И ОПЕРАТОР

Текст: Илья Десятерик

Если в начале истории производства и использования снегоуплотнительной техники сама идея и первые машины распространялись по миру из Северной Америки, где эти агрегаты назывались snow cat, то в дальнейшем центр развития переместился в Европу. «Ратрак» – это слово, ставшее нарицательным для всего класса машин для формирования снежных трасс и ухода за ними, название австрийской фирмы, которая сначала завозила в Европу американские машины, а затем перешла к производству собственных моделей. Российский рынок ратраков не может похвастаться большим разнообразием. Американские машины к нам практически не поставляются, и за не большими исключениями в России работает та же техника, что и в Европе, где производителей немного.

Фото: www.flickr.com/photos/sochi2014

Фото: www.gorimpex.ru

Современный рынок ратраков поделен в основном между двумя европейскими производителями: итальянской компанией Prinoth и немецкой Kassbohrer, выпускающей на территории Австрии технику под маркой Pisten Bulli.

Существовавшие ранее независимые производители ратраков, такие как финский Formatic или канадский Bombardier, теперь выпускают снегоуплотнительные машины в сотрудничестве или под эгидой европейских лидеров рынка – Formatic теперь часть модельного ряда Kassbohrer, а производство ратраков Bombardier, можно сказать, стало североамериканским филиалом Prinoth.

Ратраки обеспечили проведение самой масштабной в мире операции по заготовке и консервации снежной массы для нужд Олимпиады в Сочи. На объектах игр было запасено 300 тыс. кубометров снега

МАКРО И МИКРОМИР

Плодом этого сотрудничества стало появление самого большого из эксплуатируемых в мире сейчас ратраков – модели Prinot Beast. Шесть таких машин работают на одном из олимпийских горнолыжных комплексов – «Роза хутор». «Звери» очень пригодились при заготовке прошлогоднего снега. Машины, с двигателем мощностью 527 лошадиных сил, и рабочей шириной навесного инструмента 7 м, собирали снег в большие брикеты, которые упаковывались в термоизоляционный материал. Это была самая масштабная операция по заготовке снега за всю историю подобных работ на горнолыжных курортах мира. В хранилищах запасли 300 тысяч кубометров снега, чего хватило бы на все олимпийские соревнований, даже если бы снега в Сочи нынешней зимой не было бы вовсе.

Помимо задач для очень крупных машин существует и потребность в маленьких ратраках. Специфическую нишу микроратраков занял итальянский производитель Snow rabbit. Это машины, длина которых без навесной техники едва превышает три метра – примерно, как автомобили «Ока» и «Матиз». Микроратрак способен развивать высокую, по сравнению с полноразмерными машинами, скорость до 35 км/ч, что позволяет использовать его не только для подготовки трасс, но и для перевозки груза и небольших групп пассажиров.

Кроме названных производителей, на рынке присутствует японский производитель OHARA, который, напротив, ведет европейскую экспансию, разместив производство своих моделей на мощностях французской компании Aztec. Французы наряду со сборкой японских моделей (70% деталей поставляет OHARA, остальное – производители из Евросоюза) производит собственные ратраки. Все они способны работать на склонах крутизной до 50 градусов, имеют ширину рабочего оборудования от 5400 до 6000 мм и производительность от 101 до 120 тыс. кв. м.

Японские модели выделяются традиционной для техники этой страны компактностью и относительно небольшой массой, высоким уровнем компьютеризации и универсализма. Одна и та же модель может готовить как склоны для спуска, так и создавать сноу-парки – для фристайла и иных акробатических дисциплин.

ЧЕЛЯБИНСК ДЕЛАЕТ НЕ ТОЛЬКО ТАНКИ

Несмотря на полное доминирование на российском рынке снегоуплотнительной техники продукции зарубежных производителей, отечественные ратраки строятся и находят своих потре-

Преимуществом уральской продукции является сравнительно низкая цена. На курортах Уральских гор, Алтая и Иркутской области работает уже в более 20 лет, а значит, доказала свою боеспособность

реклама

photo: www.gorimpex.ru

Основными критериями для выбора импортной техники становятся цена и удобство для работы оператора. При прочих равных лучше выбирать ту машину, в которой оператор чувствует себя комфортнее – это снизит риск будущих ошибок при эксплуатации

бителей. Изготавливают российские ратраки в Челябинске. Производимые там модели имеют более скромные по сравнению с импортными машинами, показатели, как по рабочей ширине навесного оборудования, скорости движения и, соответственно, производительности, так и по допустимой крутизне склона. Преимуществом уральской продукции является сравнительно низкая цена. До курортов, расположенных поблизости от двух крупнейших городов страны Москвы и Санкт-Петербурга, а также, на Кавказ и в Хибины эта техника пока не добралась, но на курортах Уральских гор, Алтая и Иркутской области работает уже более 20 лет, а значит, доказала свою боеспособность.

МАРКА ЗНАЧИТ НЕ МНОГО

Михаил Юданов, инженер по сервису компании «Гортехцентр», работающей с несколькими производителями ратраков, рассказал, что марка машины вряд ли может иметь решающее значение при выборе ратрака для конкретного курорта. За рубежом нет производителей снегоуплотнительной техники, чьи возможности ограничены какими-то климатическими зонами, типами склонов или снега.

«Если говорить об импортной технике, то независимо от марки и производителя вся она дает высокое качество подготовки трасс. Пожалуй, это не тот признак, по которому можно сравнивать Prinoth с Pisten Bulli, а также со связанными с ними марками Bombardier и Formatic. Каждый производитель имеет полную линейку моделей для нужд курортов разной величины и интенсивности эксплуатации, под различные типы работ и обслуживаемых трасс в зависимости от их длины, крутизны и извилистости. Также нельзя однозначно определить, какая из марок лучше или проще в эксплуатации и содержании. Поскольку все эти машины довольно сложно скомпонованы, у каждой есть свои преимущества и есть те или иные неудобства при проведении определенных сервисных операций. Об этом могу заявить со всей уверенностью, поскольку наша компания, к слову, единственная в России, обслуживает и Prinoth, и Pisten Bulli, и связанные с ними марки. С нами довольно удобно работать тем курортам, в парке которых сочетаются машины этих производителей.

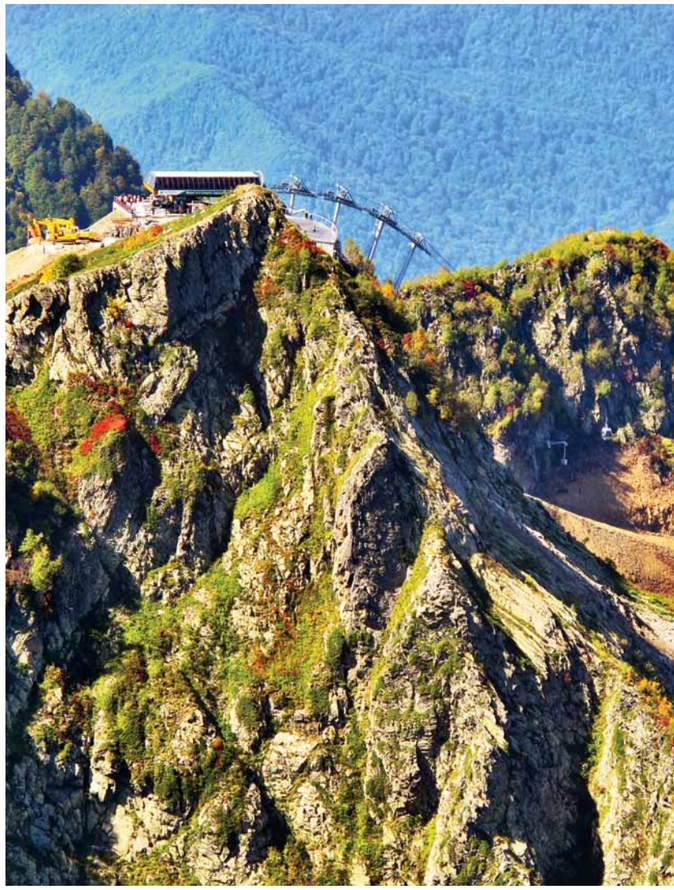
Поэтому основными критериями для выбора импортной техники становятся цена и удобство для работы оператора. Есть разные системы управления: при помощи штурвала – почти как на автомобиле, при помощи пары рычагов и при помощи джойстика. И хотя, как правило, в стоимость машины входит и 10-часовой курс обучения работе на конкретной машине, и, соответственно, знакомство с применяемым на ней типом управления, при прочих равных лучше выбирать то, на чем удобнее работать оператору. Это снизит риск будущих ошибок при эксплуатации. Поскольку большинство российских курортов пока не в состоянии покупать новую технику, цена приобретаемых ими ратраков гораздо меньше связана с маркой выбираемой машины. Более существенное значение имеют остаточный моторесурс и заказываемый покупателем объем предпродажной подготовки агрегата».

ОЛИМПИАДА ПРИВИВАЕТ МОДУ НА НОВОЕ

Директор по маркетингу компании «Горимпекс» Артем Ачкасов, отмечает, что в последнее время наметилась тенденция к омоложению парка снегоуплотнительной техники.

«Существенное влияние, конечно, оказали закупки техники курортами, которые принимают соревнования зимней Олимпиады. Там сейчас работает более 60 машин марки Prinoth. Часть этого парка – около 20 ратраков – взята в аренду именно на время Игр, с целью усиления своих технических служб и создания необходимых резервов. И если среди арендной техники есть бывшие в употреблении машины, прошедшие специальную подготовку на заводе Prinoth в австрийском Тельфсе, то собственные парки курортов в Сочи укомплектованы только новыми ратраками. В целом, крупные российские горнолыжные курорты переходят на практику использования новых машин и периодической их замены по мере износа. Те, кому новые машины не по карману, стараются, по крайней мере, взять технику помоложе, с меньшим числом отработанных моточасов».

Примечательно также, что спрос на ратраки в России вырос не только за счет горнолыжных курортов, но также за счет спортивных комплексов, эксплуатирующих трассы для беговых лыж и биатлона. Раньше ратраки использовались там только при подготовке соревновательных трасс на стартах высокого уровня, а основным средством механизации процесса прокладки лыжни на тренировочных и прогулочных трассах зачастую был снегоход с прицепным оборудованием. Теперь эта ситуация меняется. O



ЛЕТНЕЕ ДЫХАНИЕ ЗИМНЕГО КУРОРТА

Зимнее дыхание субтропиков

Главной миссией горнолыжных курортов является предоставление услуг любителям активного зимнего отдыха. Однако тренд последних лет заставил ГЛК активно работать с клиентами и в межсезонье. Многие операторы с задачей справились и даже научились неплохо зарабатывать летом. Значительную роль в процессе достижения всесезонности играет используемое на ГЛК оборудование, часть которого может эксплуатироваться круглогодично.

Фото: www.flickr.com/ Sochi 2014

Текст: Владимир Колосов

Полученная ГЛК прибыль от эксплуатации горнолыжных склонов в течение зимнего сезона, затем тратится на содержание персонала и самих склонов. При этом многие виды зимнего оборудования для горнолыжников и сноубордистов успешно используются в межсезонье велосипедистами и скейтбордистами

В России сосредоточено больше горных систем, чем в любой другой стране мира. Зима на бескрайних просторах тянется долго, но только не для тех, кто увлекается зимними видами спорта – им всегда не хватает времени и снега. Горнолыжный сезон в стране в среднем составляет 4-5 месяцев, с декабря по апрель, однако летние климатические условия в большинстве регионов не способствуют сохранению снежного покрова. Многие отечественные любители и профессионалы горнолыжного спорта и сноуборда предпочитают активный отдых и тренировки в Южном полушарии, где именно на наши летние месяцы приходится зима и лежит снег. В это время горнолыжные курорты России переходят на летний режим работы.

НИЗКИЙ СЕЗОН

Для ГЛК, функционирующих в обычных природных условиях большинства регионов России, проблема низкого сезона стоит довольно остро. Принципиально по-иному воспринимается формулировка «низкий сезон» в субтропическом Сочи, где этот период как раз приходится на зимние месяцы. Олимпиада не только дала городу и Краснодарскому краю в целом новую горнолыжную инфраструктуру, но и поставила новую задачу – сломать годами сложившиеся стереотипы мышления туристических масс, относящихся к Сочи как центру пляжного туризма. Иными словами, город предстоит переквалифицировать в Мекку для горнолыжников, иначе судьба построенных горнолыжных объектов и, тем более, их востребованность в летние месяцы низкого сезона окажется под большим вопросом.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ **«О Сочи всегда говорили как о сезонном городе. Даже не курорте, а именно городе, в котором курортная составляющая не так существенна, – считает операционный директор Департамента управления гостиничной недвижимостью AFI Development Мария Сизина. – Главная проблема Сочи – именно сезонность. Горнолыжный сезон в районе Сочи составляет в лучшем случае три месяца в году: с конца декабря по март. И если на горнолыжных курортах в Альпах снег выпадает в конце октября и лежит до середины мая, то в субтропическом Сочи достаточный для начала лыжного сезона уровень снега выпадает лишь в конце декабря».**

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ **«Олимпийская инфраструктура, безусловно, дает мощный толчок развитию туризма, не только пляжного, но и зимнего, – отмечает начальник Управления анализа и организации гостиничной и туристской деятельности Ростуризма Андрей Тютюнник. – Задача заключается в том, чтобы максимально расширить туристический сезон в Сочи. Если там возрастет поток туристов в низкий сезон, который в данном регионе является зимним, это будет здорово. Однако в большинстве регионов нашей северной страны стоит совершенно другая задача: расширить низкий сезон, который приходится на летние месяцы. Возьмем ГЛК «Бобровый Рог» в Красноярске, где изначально развивался лыжный спорт и сноуборд. Постепенно туристический сезон там расширился и охватил лето. Сегодня это – центр отдыха красноярцев и жителей близлежащих регионов, которые приезжают с детьми, катаются на квадроциклах. Этот туристический комплекс научился активно жить и зимой, и летом».**

ПЕРЕХОД НА ЛЕТНЕЕ ВРЕМЯ

Полученная ГЛК прибыль от эксплуатации горнолыжных склонов в течение зимнего сезона, как правило, затем тратится на содержание персонала и самих склонов. При этом многие виды зимнего оборудования для горнолыжников и сноубордистов (к примеру, рампы) успешно используются в межсезонье велосипедистами и скейтбордистами. Владельцам и операторам горнолыжных курортов по завершении сезона неизменно приходится максимально задействовать креативное мышление для того, чтобы продолжать зарабатывать деньги.

ОСНАЩЕНИЕ И ОБОРУДОВАНИЕ | Проблема межсезонья на ГЛК

Фото 1: **Сочи. Горнолыжный курорт «Роза-Хутор», кресельный подъемник**

Фото 2: **Курорт оснащен самым современным оборудованием горнолыжной индустрии, в том числе высокоскоростными подъемниками, обеспечивающими при перепаде высот в 1745 метров доступ на вершину склона всего за 25 минут**

Фото 3, 4: **Многие виды зимнего оборудования для горнолыжников и сноубордистов (к примеру, рампы) успешно используются в межсезонье скейтбордистами**

Фото 5: **Одно из популярных семейных развлечений, которое может предложить ГЛК, чтобы расширить активный туристический сезон, – катание на квадроциклах**

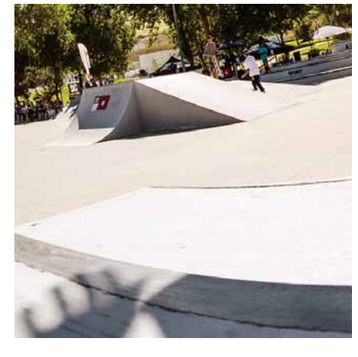


Фото: www.shutterstock.com

Ведущие мировые производители и поставщики оборудования для горнолыжных курортов давно осознали неизбежность сезонных колебаний спроса и начали выпуск универсальной продукции, способной функционировать круглогодично

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ «Клиенту сегодня нужна «фишка». Ради картинга, тира или батута никто далеко не поедет, – отмечает руководитель проекта BINEX Александр Чистяков. – Клиентов нужно удивлять, и только комплексное решение этого вопроса позволит преобразовать горнолыжный склон в центр всесезонных видов спорта. Мы выявили шесть самых актуальных, интересных и доступных направлений в оснащении курорта: это скейтбординг, скалолазание, вейкбординг, тайпарки, сноупарки и площадки для мультиспорта». По словам Чистякова, работу любого ГЛК можно и нужно оптимизировать таким образом, чтобы достаточное количество посетителей и, как следствие, приемлемый уровень прибыльности в летнее время не заставили себя ждать. «Всесезонная работа горнолыжного комплекса способствует развитию летнего семейного отдыха, – продолжает Александр Чистяков. – Родители катаются на скейтборде или проходят препятствия в тайпарке, а ребенок приобщается к спорту на детском скалодроме. Наличие даже небольшого водоема на территории ГЛК дает возможность создать вейкпарк. На акватории устанавливаются лебедки, которые заменяют катер. Зимой, когда вода замерзает, за лебедки цепляется лыжник, сноубордист или ребенок на санках».

Проблему сезонности достаточно успешно решают на подмосковном горнолыжном курорте «Сорочаны», который расположен на склонах Клинско-Дмитровской гряды, возвышаясь на 230 м над уровнем моря. На этом ГЛК работает кресельная канатная дорога и несколько бугельных подъемников. Курорт располагает горнолыжными трассами шириной от 30 до 70 м и оборудован снежными пушками, поддерживающими необходимую толщину снежного покрова. Как и на большинстве ГЛК Средней полосы России, сезон здесь начинается в декабре и заканчивается в апреле. В летнее время года курорт «Сорочаны» также открыт для посещения. В межсезонье любители активного времяпрепровождения могут заняться игровыми видами спорта на специальных площадках, фанаты рыбалки за определенную плату половить рыбу в местном водоеме, а поклонники пейнтбола – устроить захватывающую баталию на отведенной для этих целей территории.

СЕЗОННОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

Как правило, значительная часть имеющегося на ГЛК оборудования в теплое межсезонье отправляется на склады, упаковывается на склонах для надежной сохранности либо подвергается профилактическому и реальному ремонту. «У нас обычно все консервируется в межсезонье», – отмечает Илья Северин, исполнительный директор НП «Горнолыжный клуб Гая Северина».

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ Значительная часть оборудования летом подлежит ревизии, ремонту и консервации в спортивном парке «Волен». «Ратраки мы помещаем в ремонтную зону для проведения ремонтных и профилактических работ, снегообразующие пушки и ружья консервируются после осмотра, дефектации и промывки сопел, канатные дороги проходят ревизию и ремонт. Канат осматривается и проходит дефектоскопию, по результатам которой мы принимаем решение о его замене или продлении эксплуатации. Бугеля снимаются и ревизуются. Снегоходы проходят техосмотр и ремонт. Эвакуационные сани осматриваются и консервируются. Ленточные подъемники подлежат дефектации и ремонтируются, после чего консервируются и зачехляются», – рассказывает управляющий службой проката СП «Волен» Евгений Черноусько.

Аналогичная ситуация характерна для многих отечественных ГЛК в период межсезонья. При этом многие курорты уже успели обзавестись универсальной техникой, способной работать в зимнем и летнем режимах, принося при этом прибыль.

Ведущие мировые производители и поставщики оборудования для горнолыжных курортов давно осознали неизбежность сезонных колебаний спроса и начали выпуск универсальной продукции, способной функционировать круглогодично. Так, саночные трассы немецкой компании Wiegand были изначально разработаны так, чтобы задействовать горнолыжные склоны в летний период.

Фото 1: **Всесезонная работа горнолыжного комплекса способствует развитию летнего семейного отдыха**

Фото 2: **Каждый, вошедший в тайпарк, сможет почувствовать себя альпинистом, скалолазом и просто отважным человеком**

Фото 3: **Пока родители катаются на скейтборде или проходят препятствия в тайпарке, ребенок может приобщиться к спорту на детском скалодроме**

Фото 4: **Возможность увидеть живописные места с горными реками и водопадами, каньонами и горными хребтами привлекает летом на ГЛК любителей велосипедных прогулок**

Фото 5, 6: **Наличие даже небольшого водоема на территории ГЛК дает возможность создать вейкпарк. На акватории устанавливаются лебедки, которые заменяют катер. Зимой, когда вода замерзает, за лебедки цепляется лыжник, сноубордист или ребенок на санках**

Фото: www.shutterstock.com

Фото 1: **Главное отличие новых саночных трасс Alpine Coaster заключается в том, что они являются всесезонными и всепогодными, поскольку в них используются санки принципиально иной конструкции, а вместо желобов проложены стальные трубы, причем, на тех участках, которые непригодны для горнолыжных трасс или там, где они не создадут помех лыжникам**

Фото 2: **Ski Dubai занимает площадь в 22 500 кв. м или 6% от общей площади одного из крупнейших в мире торговых комплексов – Mall of the Emirates, где курорт, собственно, и находится**

Фото 3: **Горнолыжные трассы Ski Dubai оснащены четырехместными кресельными подъемниками и буксировочными тросами с бугелями**

Фото 4: **Панорамные окна в кафе горнолыжного комплекса с видом на склон**

Фото 5: **Рядом со спуском расположена игровая зона «Снежный парк» площадью 3 000 кв. м, предлагающая большое количество аттракционов**

Фото: www.flickr.com

Фото: www.shutterstock.com

Стремительно растет популярность крытых лыжных курортов, общее число которых в мире уже превысило 50. Около 30 круглогодичных горнолыжных трасс построено в Европе, остальные – в США, Японии, Объединенных Арабских Эмиратах, Австралии, Новой Зеландии, Индии, Южной Корее

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

■ **«Наша первая трасса представляла собой желоб из нержавеющей стали, который прокладывали в углублениях грунта, – вспоминает представитель Wiegand Василий Проскуряков. – Оснащенные тормозами санки мчались вниз по желобу, преодолевая крутые повороты и трамплины. Эти трассы используются только летом. При размещении желобов на склонах, где в зимний период проходят горнолыжные трассы, их просто накрывают деревянными щитами, что не мешает лыжникам в зимний период. Главное отличие новых саночных трасс Alpine Coaster заключается в том, что они являются всесезонными и всепогодными, поскольку в них используются санки принципиально иной конструкции, а вместо желобов проложены стальные трубы. Конструкцию из труб размещают на 6-метровой высоте на опорах анкерного типа, без фундамента, причем, на тех участках, которые непригодны для горнолыжных трасс или там, где они не создадут помехи лыжникам. При этом отсутствие фундамента упрощает процесс сборки и разборки таких трасс».**

КРЫТЫЕ ГЛК КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ВСЕСЕЗОННОСТИ

Проблема круглогодичной эксплуатации не стоит перед крытыми горнолыжными комплексами, которые априори являются всесезонными. Сам термин «всесезонный» применительно к ГЛК в значительной степени изменил общепринятые представления о традиционном горнолыжном бизнесе как сезонном. Это произошло благодаря стремительному росту популярности крытых лыжных курортов, общее число которых в мире уже превысило 50. Около 30 круглогодичных горнолыжных трасс построено в Европе, остальные – в США, Японии, Объединенных Арабских Эмиратах, Австралии, Новой Зеландии, Индии, Южной Корее.

Самым экзотичным в мире можно смело считать круглогодичный крытый лыжный курорт Ski Dubai в Объединенных Арабских Эмиратах, который эксперты часто называют тематическим спортивным комплексом и который, так же как и Сочи, обладает субтропическим климатом (правда, более сухим). Ski Dubai занимает площадь в 22 500 кв. м или 6% от общей площади одного из крупнейших в мире торговых комплексов – Mall of the Emirates, где курорт, собственно, и находится. В Ski Dubai построена искусственная снежная гора высотой 85 м, на которой расположены 5 трасс различной сложности длиной до 400 м с перепадом высот 60 м, а также первая в мире крытая черная трасса с регулярно обновляемыми рейлами и кикерами.

Склоны Ski Dubai покрыты 70-сантиметровым слоем снега и способны принять 1 500 катающихся одновременно. Для постановки трюков и прыжков профессиональные сноубордисты могут использовать 25% трубы длиной 90 м. Горнолыжные трассы оснащены четырехместными кресельными подъемниками и буксировочными тросами с бугелями. Рядом со спуском расположена игровая зона «Снежный парк» площадью 3 000 кв. м, предлагающая большое количество аттракционов, включая катание на упряжках и санях, кувыркание в огромных снежных комах, зимнее скалолазание, спуск по снежным желобам и другие развлечения. Оптимальная для ГЛК температура -1°С поддерживается в Ski Dubai благодаря нескольким уровням изоляции. В частности, крыша комплекса на 5 м выше, чем его потолок, а охлаждение снега производится с помощью 23 кондиционеров и встроенной в пол сети холодильных трубок.

Фото: www.skigu.ru

Фото 1: **Первый в России всесезонный горнолыжный комплекс «Снеж.Ком», расположенный под крышей**

Фото 2: **Одновременно на трассе крытого горнолыжного спуска, длина которого составляет 400 м, ширина 60 м, а перепад высот – 65 м., могут находиться около 600 человек. Для сноубордистов оборудован современный сноуборд-парк, способный принять до 50 катающихся одновременно**

Фото 3: **Snow Arena – уникальный комплекс зимних развлечений в городе Друскининкай характеризует передовое техническое оснащение и оптимальные для катающихся параметры горнолыжных трасс**

Фото: www.snej.com

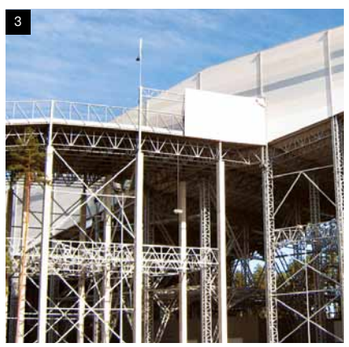


Фото: www.snowarena.lt

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

«Так же как парилка оценивается по качеству пара, так и крытые горнолыжные склоны определяются свойствами искусственного снега, – рассказывает Алексей Поляков, генеральный директор «Просперити Проджект Менеджмент» и председатель Правления Совета по экологическому строительству в России. – За погоду в доме под куполом Ski Dubai отвечали эксперты компании Acer Snowmec. Их услуги включали в себя определение геометрии сооружения и склона, проектирование охлаждения и термоизоляции, производство и уход за снегом, подъемники и внутренний дизайн. Компания является обладателем патентованной в 28 странах технологии Grown in Flight («Выросший в полете») по производству и сохранению искусственного снега. Данная технология является энергоэффективной и дружественной окружающей среде, поскольку в ней не используются вредные химические вещества».

«Тем не менее, в большинстве своем горнолыжники, особенно профессионалы, предпочитают кататься на естественном снегу, – продолжает Мария Сизина. – Искусственного снега в Ski Dubai достаточно для катания, но недостаточно для того, чтобы позиционировать весь Дубаи именно в качестве горнолыжного курорта».

Первый в России всесезонный горнолыжный комплекс «Снеж.Ком», расположенный под крышей, появился весной 2008 года в подмосковном Красногорске. Это не только первый в России, но и крупнейший в Европе горнолыжный спуск, функционирующий в круглогодичном режиме. Разработчикам российского проекта удалось применить лучшее из зарубежного опыта и точно рассчитать и соотнести масштабы сооружения, геометрию склона, а также температурные и силовые нагрузки.

Основным элементом и главной достопримечательностью Красногорского комплекса является крытый горнолыжный спуск, длина которого составляет 400 м, ширина 60 м, а перепад высот – 65 м. Одновременно на трассе могут находиться около 600 человек. В распоряжении горнолыжников искусственный снег высокого качества, который не распыляется над трассой, создавая «туман», а подводится посредством пневматических труб.

В 2011 году в перечне крупнейших крытых горнолыжных объектов мира появилась литовская SNORAS Snow Arena, расположенная в городе Друскининкай. Комплекс так же, как и «Снеж.Ком», характеризует передовое техническое оснащение и оптимальные для катающихся параметры горнолыжных трасс.

Владельцам горнолыжных курортов по завершении сезона приходится максимально задействовать креативное мышление для того, чтобы продолжать зарабатывать деньги

реклама

ВЫШЛА НОВАЯ ВЕРСИЯ ПО ATASS*plus*!

1

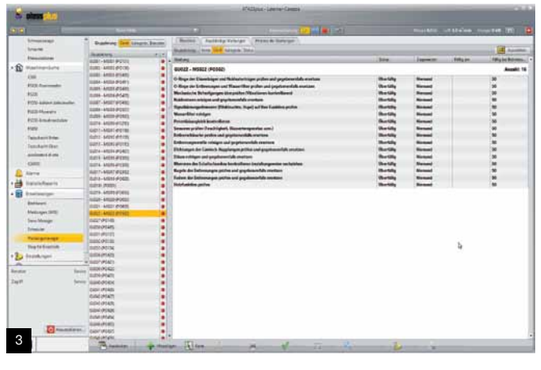
4

5

Горные склоны, идеально покрытые снегом весь зимний сезон, это действительно сложная задача для технического персонала, обслуживающего горнолыжные трассы.

ПО ATASSplus обеспечивает простое и надежное автоматическое управление снегогенераторными установками. Оно собирает информацию от снегогенераторов и метеопостов и оптимизирует производство снега в зависимости от климатических условий. Для эффективного управления имеющимися ресурсами и установкой в целом, достаточно несложных манипуляций мышью. Компания TECHNOALPIN уже долгое время разрабатывает самую разнообразную продукцию для обеспечения максимально эффективного технического оснежения и поддержания в рабочем состоянии лыжных и горнолыжных трасс. Отдел разработки ПО ATASS компании TechnoAlpin разработал новую версию программного обеспечения, ATASSplus 2014, основной упор в которой был сделан на повышение эффективности работы и упрощение программы для пользователя.

2



3

Фото 1: **Мобильность: ATASSplus стало мобильным! Новая версия может быть открыта через интернет на любом компьютере или планшете с ОС Windows 8**

Фото 2: **Толщина снега: новая версия ATASSplus обладает открытым интерфейсом для подключения различных систем измерения толщины снежного покрова. Благодаря чему возможна оптимизация производства снега и подготовки трасс**

Фото 3: **Менеджер техобслуживания: Новый менеджер техобслуживания показывает, какие элементы СИС должны пройти ТО. Благодаря своевременному техобслуживанию сохраняется эффективность системы и увеличивается время службы оборудования**

Фото 4: **ATASSplus является интеллектуальным программным обеспечением для эффективного и ресурсосберегающего оснежения**

Фото 5: **Плеер: различные способы обзора данных обеспечивают оптимальную оценку рабочих состояний. Параметры могут быть оптимизированы, передачи смен упрощены и руководство также проинформировано о производстве снега на сегодняшний день**

ПО ATASSplus обладает открытым интерфейсом для подключения различных систем измерения толщины снежного покрова. Результаты измерений отображаются в программной оболочке, позволяя специалистам легко определять зоны, где требуется снег, что, в свою очередь, приводит к снижению затрат времени, воды и энергопотребления.

На главном экране ПО ATASSplus оператор может контролировать всю установку в режиме реального времени: постоянно обновляются данные с датчиков расхода воды и воздуха, отображается работа генераторов и насосных станций, сигнализируются неполадки и другая информация. Планировщик (Player) обеспечивает управление снегогенераторными установками по недельному или дневному графику работы.

Появилась возможность отправки по электронной почте подробных отчетов о работе установки оснежения. Еще одним усовершенствованием стало добавление менеджера технического обслуживания, который контролирует соблюдение графика ТО оборудования и отображает его состояние.

Помимо вышеизложенного, обновленное ПО позволяет управлять снегогенераторными установками с планшетов под управлением ОС Windows 8. Для этого в нем было существенно улучшено управление посредством сенсорных экранов. ○

TECHNOALPIN®
snow experts
Наш снег - Ваш успех!

Snow Solutions.
www.technoalpin.com
реклама

ГОРНОЛЫЖНЫЙ СКЛОН ПОД КРЫШЕЙ

Текст: Владимир Колосов

Тренажер PROLESKI ошибок не прощает

Прежде чем выйти на склон, начинающие горнолыжники проходят необходимую подготовку в зале. Для этого существуют различные тренажеры, как общего, так и специального назначения. Киевская компания ООО «ФИРМА КАПИТАЛ-ТРЕЙД» производит горнолыжные тренажеры PROLESKI, тщательно проектируя линейку выпускаемых продуктов с учетом индивидуальных особенностей помещений, пожеланий заказчика и физиологических характеристик спортсменов.

О том, как обычные спортзалы, фитнес-клубы и торгово-развлекательные центры превращаются в бесконечные склоны для круглогодичного катания на настоящих лыжах и сноуборде, нашему журналу сегодня рассказывает коммерческий директор ТМ PROLESKI Роман Пастушенко.

SKI Industry: Роман, что послужило прообразом создания тренажеров PROLESKI?

Роман Пастушенко: Первые прообразы таких горнолыжных тренажеров появились во Франции еще в 70-х и в Голландии в 90-х годах прошлого века. На базе своего производства мы решили создать современное оборудование более высокого класса, чем в Европе и Америке, где в изготовлении горнолыжных тренажеров по-прежнему применяют старые технологии машиностроения. В 2007 году мы разработали ряд технических и конструкторских решений, усовершенствований и нововведений, одновременно зарегистрировав это в патентных ведомствах Украины, России и Евразии. В результате был создан проект всесезонных горнолыжных клубов PROLESKI CLUB и запущена производственная линия по изготовлению тренажеров, отвечающих самым высоким стандартам качества, безопасности и дизайна. Через год, в 2008 году, мы основали сеть клубов под собственной торговой маркой. Мы тесно сотрудничаем со спортсменами и научными центрами, постоянно находимся в контакте с нашими заказчиками и франчайзи, совершенствуем функциональность наших тренажеров для повышения спортивного мастерства, удовлетворения потребностей клиентов и бизнеса.

SI: Тренажеры каких моделей и в каком количестве выпускает компания?

РП: На сегодняшний день нами установлено 22 горнолыжных тренажера PROLESKI: 4 в Польше, 4 в Киеве, 2 в Херсоне, 2 в Минске и 10 в России. Сейчас мы выходим на американский рынок, где некоторые владельцы аналогичных клубов

> На сегодняшний день нами установлено 22 горнолыжных тренажера PROLESKI: 4 в Польше, 4 в Киеве, 2 в Херсоне, 2 в Минске и 10 в России

Фото 1: **Принцип действия тренажера позволяет создать идеальную тренировочную методику обучения технике катания**

Фото 2: **При интенсивном движении лыж или сноуборда тело спортсмена приобретает ту же инерцию и нагрузку, что и при реальном спуске по горной трассе**

решили перейти на наше оборудование, в частности, на новые модели PRO 3 и PRO 3D, которые позволяют в совершенстве откорректировать технику катания и максимально приблизить спортсмена к реальным трассам («синяя», «красная», «черная»). Модель PRO 3D не имеет аналогов в мире. Мы получили патент на ее изобретение, изготовили, установили и запустили в Киеве 18 декабря 2013 года. PROLESKI PRO 3D позволяет менять наклон спуска от 10 до 18 градусов вверх-вниз и на 5 градусов вправо-влево. Мы также начали выпускать специальный концентрат-увлажнитель, который наносится на ленту для повышения уровня скольжения,

Достигшие среднего уровня могут смело переходить на тренажеры PRO 3D, которые предназначены для опытных лыжников и сноубордистов, а также профессионалов, которые катаются в горах не менее 5 лет

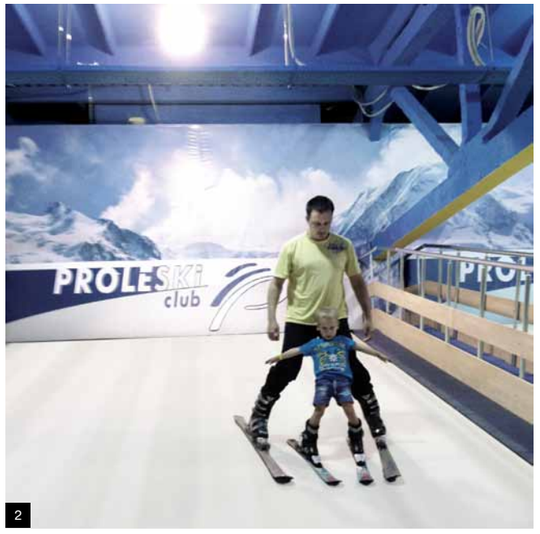


Фото 1, 2: **Огромную часть посетителей клубов PROLESKI составляют дети, у которых появилась возможность кататься на лыжах круглый год**

Фото 3: **Данные поступают в компьютер, который их анализирует и передает обратно на тренажер, который выбирает оптимальную для спортсмена нагрузку**

необходимого для профессионалов. Его для нашей фирмы разработал Киевский институт нанотехнологий. По заказу Министерства спорта Республики Беларусь мы разработали модель PROLESKI PRO 1 Cross для лыжероллеров и биатлонистов. На тренажерах этой серии будет тренироваться сборная команда Белоруссии по биатлону. Предельная скорость на тренажере PRO 3 составляет 25 км/ч, на PRO 3D – 35 км/ч, а на PRO 1 Cross – 44 км/ч. Тренажеры PRO 3 рассчитаны на массового потребителя. Достигшие среднего уровня могут смело переходить на тренажеры PRO 3D, которые предназначены для опытных лыжников и сноубордистов, а также профессионалов, которые катаются в горах не менее 5 лет. Важный момент заключается в том, что стоимость тренажеров PROLESKI значительно ниже цен на зарубежные аналоги.

SI: В чем принципиальное отличие технологии PROLESKI?

РП: Мы принципиально не используем в своих тренажерах гидравлические приводы, поскольку они относятся к категории устройств повышенной опасности. Упор делается на механику, точное позиционирование, электронику и собственное программное обеспечение. В отличие от европейцев и американцев, использующих в несущей конструкции и ограждениях черный металл, мы делаем каркас из оцинкованной стали, а ограждения – из нержавеющей стали и высокопрочного алюминиевого сплава. У нас принципиально иная система центровки ленты на тренажере, которая более надежна и совершенна. Тренажеры PROLESKI соответствуют существующим СНИПам: их габаритная ширина составляет 5 600 мм и вписывается в строительные стандарты помещений с межосевым шагом колонн в 6 000 мм. Мы также без проблем проходим по допустимым нагрузкам в современных зданиях: многие тренажеры PROLESKI установлены на 4-5 этажах торгово-развлекательных комплексов. Отдельного разговора заслуживает и автоматическая система подачи воды. К примеру, те же голландцы до сих пор в своих моделях используют ручной полив поверхности ковра, у нас же все происходит посредством простого нажатия на клавишу пульта управления, и вода подается автоматически через специальные форсунки, расположенные под тренажером. Через 30 секунд подача воды автоматически прекращается. Все модели тренажеров PROLESKI оснащены многоуровневой электронной системой безопасности, состоящей из нескольких инфракрасных датчиков. Например, при

падении лыжника электроника мгновенно останавливает движение ленты тренажера. Для профессиональных спортсменов мы внедрили эргоспирометрическую систему на базе собственного программного обеспечения. В этой системе используются датчики, сканирующие физиологическое состояние спортсмена во время тренировки: его пульс, сердцебиение, выделение углекислого газа и другие параметры. Все данные поступают в компьютер, который их анализирует и передает обратно на тренажер, который, в свою очередь, выбирает оптимальную для спортсмена нагрузку. Вся система подстраивается под физиологические возможности индивидуального спортсмена, и это значительно упрощает работу тренера. Модели PRO 3D и PRO 1 Cross имеют опцию программирования и прорисовки трасс. В зависимости от целей эксплуатации (бизнес, спорт либо частное использование) каждая модель тренажера может быть дополнена различными функциональными опциями. Гарантия на все оборудование PROLESKI составляет 2 года. Для людей, решивших открыть собственный бизнес, наша компания предоставляет комплект инструкций по созданию, запуску и ведению бизнеса на базе собственных горнолыжных клубов. В 2013 году совместно с международной консалтинговой фирмой TRIARH International, Corp. был разработан и внедрен франчайзинговый пакет TM PROLESKI CLUB, в котором мы собрали и структурировали собственный опыт и опыт наших заказчиков. Мы также проводим тренинги, лично участвуем на всех этапах создания и развития бизнеса наших клиентов.

СПРАВКА

Главным направлением деятельности компании ООО «ФИРМА КАПИТАЛ-ТРЕЙД» является производство горнолыжных тренажеров TM PROLESKI и развитие сети клубов TM PROLESKI CLUB. Это первая и единственная в мире сеть горнолыжных клубов, основанных на «бесконечных» горнолыжных склонах, которые заслужили мировое признание профессиональных спортсменов, любителей и инструкторов.

Параллельно с развитием франчайзинговой сети клубов, компания оказывает консалтинговые услуги, предлагает проекты «под ключ», начиная от выбора места будущего клуба и заканчивая его созданием, оборудованием и дальнейшим управлением.

Горнолыжный клуб может быть дополнен рестораном, баром, сервисным центром либо спортивным магазином.

Каждый PROLESKI CLUB может контролироваться удаленно его владельцем или уполномоченным лицом при помощи специального программного обеспечения, которое ведет финансовую и операционную статистику, учет количества клиентов, а также оценивает работу инструкторов.

SI: Насколько сопоставимы нагрузки и результаты, полученные на тренажере и на реальном горнолыжном склоне?

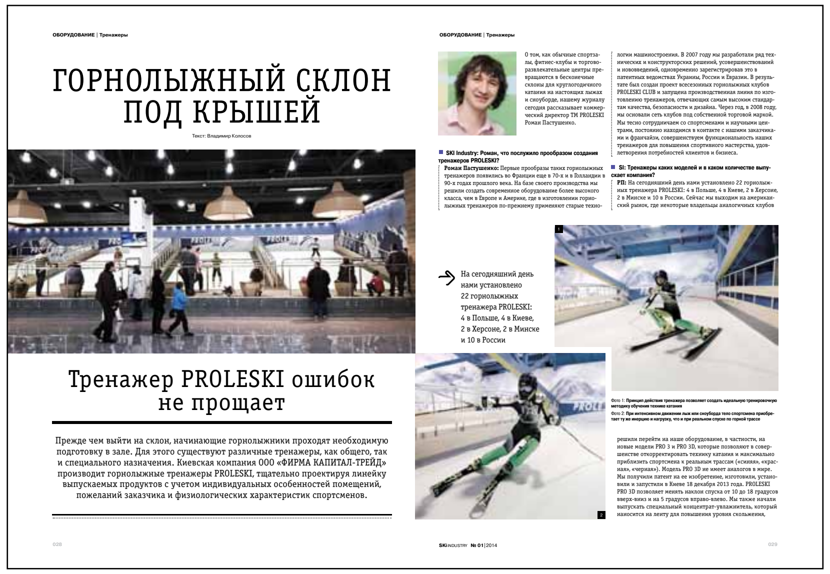
РП: Тренажеры PROLESKI часто называют бесконечными склонами. При интенсивном движении лыж или сноуборда тело спортсмена приобретает ту же инерцию и нагрузку, что и при реальном спуске по горной трассе. Обратите внимание на положение корпуса, коленей и ног спортсмена – они одинаковы на снегу и на тренажере. Тем не менее, тренажер более требователен к спортсмену, чем настоящий склон. Среди наших клиентов родился замечательный афоризм: «Снег может простить ошибки, но PROLESKI ошибок не прощает». В этом и заключается основная идея создания бесконечного склона. Принцип действия тренажера позволяет создать идеальную тренировочную методику обучения технике катания. Поскольку тренер постоянно находится рядом со спортсменом, он моментально вносит необходимые коррективы и исправляет мельчайшие ошибки, особенно те, которые практически невозможно увидеть на снегу. Некоторые клиенты самостоятельно контролируют свою технику катания при помощи зеркала, установленного перед тренажером. 10 минут непрерывных занятий на тренажере PROLESKI приравниваются к 3 км спуска, а один час – к 18 км. Одно занятие на тренажере заменяет целый день тренировок в горах. Статистика показывает, что лыжники, которые перед поездкой на курорт тренировались на тренажере, гораздо увереннее себя чувствуют и значительно реже получают травмы на открытых склонах. Лучше один раз попробовать и испытать захватывающие ощущения от катания, особенно на модели PRO 3D, которая является флагманом данной отрасли.

SI: Каково соотношение профессионалов и любителей среди посетителей клубов PROLESKI?

РП: К сожалению, горнолыжный спорт в целом на территории бывшего СССР развивается не так интенсивно, как бы этого хотелось. Один сегмент посетителей клубов PROLESKI CLUB имеет за плечами лишь несколько дней или недель занятий горными лыжами. Их мы учим базовой технике катания и обретению уверенности на горнолыжном склоне. Второй сегмент составляют горнолыжники со стажем 5-10 лет. Многие из них являются самоучками и не владеют идеальной техникой катания. Наши тренеры учат их кататься правильно и совершенствовать свое мастерство. Значительную часть нашей клиентской аудитории составляют любители горнолыжного спорта, которые выезжают на ГЛК несколько раз в год. Многие из них посещают наши клубы регулярно для поддержания мышц в тонусе, а также перед каждым выездом на ГЛК. В любом случае возникает необходимость вспомнить навыки и восстановить свою форму для того, чтобы безопасно чувствовать себя на реальном горнолыжном склоне. Клиентами клубов PROLESKI также являются известные спортсмены, актеры, артисты и политики. У нас проходили съемки многих телевизионных программ. Горнолыжные бренды Atomic и Salomon на наших тренажерах тестируют свои новые модели. Определенный сегмент посетителей клубов составляют люди, никогда не стоявшие на горных лыжах. Для них тренажер PROLESKI – это возможность познакомиться с горнолыжным спортом, не выезжая на ГЛК и не покупая снаряжение. В наших клубах в стоимость тренировок и катания также входят услуги инструктора и снаряжение. И, конечно же, огромную часть наших посетителей составляют дети самого различного возраста, которым возможность кататься на лыжах круглый год приносит море положительных эмоций, дает заряд бодрости и хорошее настроение, равно как и их родителям. Горнолыжный клуб PROLESKI – это не только занятия горнолыжным спортом, но и просто активный отдых для людей, ведущих здоровый образ жизни. Клубы посещают семьями, здесь же можно устроить детский праздник или корпоратив, провести командные соревнования. O

ALPINE SKIING SLOPE IN YOUR GYM

PROLESKI skiing simulator never forgives mistakes!



ОБОРУДОВАНИЕ | Тренажеры

ГОРНОЛЫЖНЫЙ СКЛОН ПОД КРЫШЕЙ

Текст: Владимир Колосов

Тренажер PROLESKI ошибок не прощает

Прежде чем выйти на склон, начинающие горнолыжники проходят необходимую подготовку в зале. Для этого существуют различные тренажеры, как общего, так и специального назначения. Киевская компания ООО «ФИРМА КАПИТАЛ-ТРЕЙД» производит горнолыжные тренажеры PROLESKI, тщательно проектируя линейку выпускаемых продуктов с учетом индивидуальных особенностей помещений, пожеланий заказчика и физиологических характеристик спортсменов.

ОБОРУДОВАНИЕ | Тренажеры

О том, как обычные спортзалы, фитнес-клубы и торгово-развлекательные центры превращаются в бесконечные склоны для круглогодичного катания на настоящих лыжах и сноуборде, нашему журналу сегодня рассказывает коммерческий директор ТМ PROLESKI Роман Пастушенко.

SKI Industry: Роман, что послужило прообразом создания тренажеров PROLESKI?

Роман Пастушенко: Первые прообразы таких горнолыжных тренажеров появились во Франции еще в 70-х и в Голландии в 90-х годах прошлого века. На базе своего производства мы решили создать современное оборудование более высокого класса, чем в Европе и Америке, где в изготовлении горнолыжных тренажеров по-прежнему применяют старые технологии машиностроения. В 2007 году мы разработали ряд технических и конструкторских решений, усовершенствований и нововведений, одновременно зарегистрировав это в патентных ведомствах Украины, России и Евразии. В результате был создан проект всесезонных горнолыжных клубов PROLESKI CLUB и запущена производственная линия по изготовлению тренажеров, отвечающих самым высоким стандартам качества, безопасности и дизайна. Через год, в 2008 году, мы основали сеть клубов под собственной торговой маркой. Мы тесно сотрудничаем со спортсменами и научными центрами, постоянно находимся в контакте с нашими заказчиками и франчайзи, совершенствуя функциональность наших тренажеров для повышения спортивного мастерства, удовлетворения потребностей клиентов и бизнеса.

SI: Тренажеры каких моделей и в каком количестве выпускает компания?

РП: На сегодняшний день нами установлено 22 горнолыжных тренажера PROLESKI: 4 в Польше, 4 в Киеве, 2 в Херсоне, 2 в Минске и 10 в России. Сейчас мы выходим на американский рынок, где некоторые владельцы аналогичных клубов

На сегодняшний день нами установлено 22 горнолыжных тренажера PROLESKI: 4 в Польше, 4 в Киеве, 2 в Херсоне, 2 в Минске и 10 в России

Фото 1: Принцип действия тренажера позволяет создать идеальную тренировочную методику обучения технике катания

Фото 2: При интенсивном движении лыж или сноуборда тело спортсмена приобретает ту же инерцию и нагрузку, что и при реальном спуске по горной трассе

решили перейти на наше оборудование, в частности, на новые модели PRO 3 и PRO 3D, которые позволяют в совершенстве откорректировать технику катания и максимально приблизить спортсмена к реальным трассам («синяя», «красная», «черная»). Модель PRO 3D не имеет аналогов в мире. Мы получили патент на ее изобретение, изготовили, установили и запустили в Киеве 18 декабря 2013 года. PROLESKI PRO 3D позволяет менять наклон спуска от 10 до 18 градусов вверх-вниз и на 5 градусов вправо-влево. Мы также начали выпускать специальный концентрат-увлажнитель, который наносится на ленту для повышения уровня скольжения.

028 SKIINDUSTRY № 01|2014 029

Text:
Vladimir Kolosov

Before going to the mountains, beginners in Alpine skiing should try indoor training first. PROLESKI Alpine skiing simulator creates the effect of an infinite slope indoors and perfectly imitates natural skiing and snowboarding. Roman Pastushenko, Commercial Director of TM PROLESKI, explains just what it takes to design and produce the equipment that fits all athletes regardless of their age, professional level, and physical characteristics.

SKI Industry: Mr. Pastushenko, what prototype did you use to design the PROLESKI indoor skiing simulator?

Roman Pastushenko: the first skiing simulators were designed in France in the 70ties and in Holland in the 90ties of the previous century. Based on our existing production line, we decided to start manufacturing skiing simulators of a higher quality, compared to Europe and the United States. In 2007, we registered and patented the PROLESKI CLUB in Ukraine, Russia, and other countries.

SI: How many PROLESKI simulators can we see in the world so far?

RP: As of today, we produced and sold 22 skiing simulators: 4 of them operate in Poland, 4 in Kiev, 2 in Kherson, 2 in Minsk, and 10 in Russia. We are focusing on the American market where owners of some ski clubs want to switch to our equipment, in particular to our new products – PRO 3 and PRO 3D that we designed to help practice the Alpine skiing technique. The PROLESKI PRO 3D model can change the slope angle from 10 to 18 degrees vertically, and 5 degrees from left to right. We use a special damper to cover the tracks in order to reach the highest sliding level that professional skiers request. We also produce the PROLESKI PRO 1 Cross model for ski racing and biathlon athletes. The national biathlon team of Belarus will use those simulators. The maximum speed of PRO 3 is 25 km/h, PRO 3D – 35 km/h, and PRO 1 Cross – 44 km/h. The PRO 3 skiing simulators are for amateurs, while professional skiers can use PRO 3D simulators. In general, PROLESKI products are cheaper than the ones produced in Europe and America.

SI: Can you brief our readers about the PROLESKI technology?

RP: First, we never use hydraulic steering mechanisms because they are not safe. Typically, we focus on mechanics, precise positioning, and software of our own. In contrast to Europeans and Americans, we do not use ferrous metal parts in PROLESKI. Instead, we manufacture zinc-coated and aluminum frameworks. We designed a unique centering mechanism to control the simulators tracks. PROLESKI skiing simulators are 5,600 mm wide, so it is possible to locate them in any standard building. They are not heavy, that is why many of them are located in the upper floors of shopping and entertainment centers. We use automatic water supply devices in our skiing simulators. All PROLESKI products have a multi-level security system. For instance, if a skier falls down, the electronic devices immediately stop the whole simulator. The sensors scan athletes' physiological state, including pulsation, tachycardia, and other parameters. The data goes to a computer to analyze and change the mode and load, correspondingly. The simulators operate in accordance with individual physiological capabilities of an athlete that is very important for a coach. PRO 3D and PRO 1 Cross models have many functional options to fit amateurs and professionals.

SI: Is it possible to compare the load of PROLESKI simulators to a real slope?

RP: PROLESKI Alpine indoor ski simulators are often called indoor endless slopes. Thanks to the intensive movement of skis or a snowboard, your body is exposed to the load, similar to the one you get when descending on an infinite mountain slope. We have developed our products to be sure that the indoor training process is as close to the natural mountain skiing and snowboarding as possible. A coach controls every step of his athlete to make necessary corrections, because they practice next to each other. Ten minutes of training is equal to 3 km on a real slope, while one hour means 18 km in reality. ○

Текст: Владимир Колосов

ЗИМНИЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ С БЕЗОПАСНОСТЬЮ И КОМФОРТОМ

Пассажирские ленточные конвейеры для ГЛК на все времена года

Операторы горнолыжных курортов во всем мире используют различные маркетинговые инструменты и закупают универсальное оборудование, которое позволяет привлекать клиентов вне зависимости от сезона. Идеальным партнером ГЛК в этом случае является универсальный производитель оборудования, необходимого для полноценного зимнего и летнего отдыха. Одним из таких производителей является австрийская компания SunKid, которая уже почти 20 лет выпускает пассажирские конвейерные системы.

Под девизом «Зимние развлечения с безопасностью и комфортом» компания SunKid совместно с ведущими австрийскими лыжными школами и ГЛК разработала и производит ленточные конвейеры «Бегущий ковер», которые были изначально предназначены для начинающих лыжников, делающих в горах свои первые и самые трудные шаги. Однако австрийские эксперты вскоре поняли ощутимые преимущества нового подъемного средства, и к настоящему времени 2 800 таких «ковров» функционируют на открытых горнолыжных объектах и в парках аттракционов многих стран мира. Из года в год растет число ленточных конвейеров SunKid и в Восточной Европе, где компанию представляют различные торговые партнеры, а ее общая доля рынка сегодня оценивается в 70%.

В процессе производства конвейерных систем появлялись новые технологические решения, которые позволили компании расширить линейку выпускаемой продукции. Таким образом, к зимнему оборудованию добавилось и летнее, которое также успешно используется на горнолыжных объектах в период межсезонья.

Большинство ленточных конвейеров SunKid по-прежнему используются в детских парках мира. Обычно компания самостоятельно разрабатывает концепцию каждого конкретного проекта и осуществляет инсталляцию своего оборудования на местности. В настоящее время SunKid производит 4 типа малых горнолыжных подъемников, включая «Бегущие ковры», которые не только служат начинающим спортсменам, но также помогают успешно решать и другие транспортные проблемы в зоне катания ГЛК.

Фото 1: «**Бегущие ковры**» **активно используются во многих горнолыжных школах**

Фото 2: **SunKid поставляет на рынок 4 типа малых подъемников**

ЛЕТНЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ

За последние десятилетие SunKid также освоил производство летнего оборудования, поставки которого осуществляет единым пакетом в рамках концепции «Все в одном». Ассортимент летних видов оборудования SunKid включает в себя «Карусели Ротондо», «Летний тюбинг» и «Семейные гонки», производство которых значительно расширило целевую аудиторию компании: к традиционным клиентам в лице горнолыжных школ и курортов примкнули парки аттракционов, общественные бассейны, муниципалитеты, а также индустрия гостеприимства.

Фото 3: «**Семейные гонки SunKid**» **могут быть организованы как в парках аттракционов, так и в развлекательных центрах**

Фото 4: «**Летний тюбинг SunKid**» **приносит огромное удовольствие жителям разных стран**

Парки аттракционов сегодня привлекают детей и взрослых, которые желают на практике убедиться в справедливости законов физики и гравитации, испытав при этом огромное удовольствие.

реклама

ПРАКТИКУМ

РАЗРАБОТКИ ИНВЕСТПРОЕКТОВ ГОРНОЛЫЖНЫХ И ГОРНО-ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ

Текст: Юрий Косенков, эксперт по ГЛК
АНО «СОЮЗЭКСПЕРТИЗА «ТПП РФ»

Леонид Каржинский, внешний финансовый аналитик
АНО «СОЮЗЭКСПЕРТИЗА» ТПП РФ

Сергей Анисимов, член комитета FIS

Ольга Косенкова, внешний эксперт по консалтингу (девелопмент),
ОАО АФК «Система»

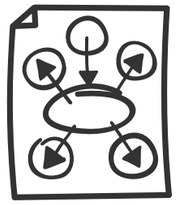


фото: www.shutterstock.com

В настоящее время проектирование и строительство горнолыжных (ГЛК) и горно-туристических комплексов (ГТК) без значительных инвестиций практически невозможно. Получение любых инвестиций требует серьезных обоснований.

К сожалению, в России авторы идеи создания горнолыжного комплекса или Заказчики проекта не придерживаются сложившихся в мировой практике канонов и требований к таким обоснованиям. В современной практике наилучшим обоснованием является инвестиционный проект или бизнес-план.

Структура такого инвестиционного проекта должна соответствовать одному из принятых мировых стандартов, разработанных международными организациями. Одной из организаций, предлагающей стандарты для бизнес-планирования, является UNIDO (United Nations Industrial Development Organization – от Организации Объединенных Наций по промышленному развитию, ЮНИДО) – подразделение ООН. Инвестиционный проект, разработанный в соответствие со стандартом UNIDO, содержит всю информацию по проекту, необходимую для принятия решения о целесообразности инвестирования.

Традиционно в российской практике проектирования и строительства горнолыжных или горно-туристических комплексов принятие решений о вложении инвестиций производятся по аналогам на основе упрощенных ТЭО и бизнес-планов. В большинстве случаев ТЭО и бизнес-планы, разработанные на примере существующих аналогов, проработаны достаточно поверхностно в связи с непрозрачностью бизнес-модели аналогичных проектов, что вводит в заблуждение при принятии серьезных инвестиционных решений.

При этом ни одна из известных российских фирм по проектированию горнолыжных комплексов не занимается этими вопросами и считает, что это должен делать Заказчик, а Заказчик полагает, что это должен делать проектировщик. В большинстве случаев проектировщик предлагает заказчику проекта в качестве обоснования мастер-план как иллюстрацию идеи.

Объективное ТЭО, позволяющее без значительной погрешности оценить основные параметры проекта и его осуществимость, можно сделать только после тщательной разработки инвестпроекта (бизнес-плана) согласно формату UNIDO. В этом случае ТЭО представляет собой выдержки из инвестпроекта.

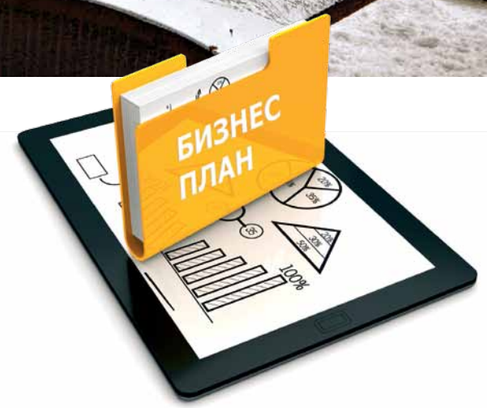
Финансовые затраты на разработку инвестиционного проекта по стандарту UNIDO полностью окупаются за счет снижения вероятности принятия ошибочного решения об инвестировании средств. Более того, разработка такого инвестиционного проекта дает возможность изменить параметры проекта в сторону его осуществимости в рамках запланированных средств. Финансовая модель проекта, создаваемая в рамках разработки инвестиционного проекта, позволяет проанализировать различные сценарии развития проекта, а также отслеживать эффективность инвестирования на каждом этапе реализации проекта с учетом изменяемой стоимости инвестированных средств по времени.

Иногда для разработки обоснований в виде ТЭО и бизнес-плана привлекаются иностранные фирмы или специалисты, которые, по определению, не могут решить эту задачу, так как не знают российских условий, хотя говорят иное, и предлагают приближенные решения по своим зарубежным аналогам, далеким от российских условий. А приглашенные в проект местные российские специалисты, обычно никогда не встречались с горнолыжным бизнесом и предлагают решения по аналогии со строительством торгово-развлекательных центров в России или иное, что приводит к ошибочным решениям.

Предложения и ТЭО, разработанные зарубежными консультантами, как показывает практика, могут на порядок отличаться от реальных условий. К сожалению, в такой ситуации часто срабатывает критерий зарубежного бренда, в связи с чем все основные риски интуитивно вынужден брать на себя заказчик проекта или инвестор. Разработка детального инвестпроекта (бизнес-плана) и его последующая государственная экспертиза позволяют снизить риски по проекту до минимума.

Реализация проекта на основе приблизительного ТЭО, разработанного на основе аналогов, как правило, приводит к

В России авторы идеи создания горнолыжного комплекса или заказчики проекта не придерживаются сложившихся в мировой практике канонов и требований к таким обоснованиям. В современной практике наилучшим обоснованием является инвестиционный проект или бизнес-план



Заказчик проекта руководствуется в своих решениях проработкой исполнителем этапов «Техническое задание» и «Техническое предложение». При этом очень часто недооценивается круг вопросов, связанных с землепользованием, откладывая их на время после выполнения стадий от «П» до «Ввода в эксплуатацию»

тому, что проект становится не окупаемым или малоэффективным и, как следствие, неликвидным. Попытки спасти проект путем инвестирования в дополнительные мероприятия значительно увеличивают расходную часть и значительно уменьшают вероятность безубыточного выхода из проекта при продаже.

Нижеприведенный порядок разработки инвестиционных проектов (бизнес-планов) соответствует стандарту UNIDO и адаптирован к разработке горнолыжных и горно-туристических комплексов. Такой подход был неоднократно использован авторами на реальных проектах систем оказания услуг на горнолыжных курортах (комплексах) и тематических загородных парках. Многим Заказчикам проектов это позволило избежать значительных финансовых потерь.

При этом учитывается, что современные концепции ГЛК и ГТК основаны на разработке обширной развлекательной инфраструктуры вокруг катания на горных лыжах и сноубордах, которые всегда являются якорными услугами. Совместно с ними на современных курортах могут и должны присутствовать ещё несколько разноплановых якорных услуг, ради которых посетители едут в горы. Это фактор будущего успеха ГТК.

ОБЩИЙ ПОРЯДОК РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА

Традиционно общий порядок разработки любого проекта включает следующие этапы:

- Предпроектное исследование.
- Техническое задание.
- Техническое предложение.
- Эскизный проект.
- Стадия «П», или Технический проект.
- Стадия «РД», или Рабочий проект.
- Стадия «Изготовление, отладка и испытание».
- Ввод в эксплуатацию.
- Стратегия поведения на рынке на стадии роста и зрелости.

В статье ниже рассмотрены только этапы разработки проекта до стадии «П», как наиболее актуальные на современном этапе формирования обоснований для инвестиций. Из приведенных этапов разработки проекта в настоящее время менее всего уделяется внимания этапу «Эскизный проект».

Практически этот этап выполняется редко и очень упрощенно. А Заказчик проекта руководствуется в своих решениях проработкой исполнителем этапов «Техническое задание» и «Техническое предложение».

При этом очень часто недооценивается круг вопросов, связанных с землепользованием, откладывая их на время после выполнения стадий от «П» до «Ввода в эксплуатацию».

Практика разработки проектов требует предварительного сбора и согласования с административными органами региона следующей основной информации по вопросам землепользования:

Качественное состояние объекта:
Местоположение проекта, в том числе характеристика пешеходной, транспортной и визуальной доступности, подъездные пути (текущие и планируемые);
проект межевания территории;
и т.п.
Правовое состояние объекта:
Договор аренды земли или свидетельство о праве собственности с документами-основаниями приобретения прав собственности;
кадастровый паспорт на земельный участок;
справка о кадастровой стоимости земельного участка;
информация о сервитутах;
информация о санитарно-защитных зонах;
данные инженерно-геологических изысканий;
документация градостроительного планирования;
технические условия на инженерное обеспечение территории;
правоустанавливающие документы на расположенные на земельном участке здания, строения, сооружения;
правообладатели и титулодержатели, распределение прав и долей;
и т.п.
Правовое состояние объекта:
Справка о структуре зданий, строений сооружений;
справка о параметрах операционной деятельности или справка по имуществу комплекса в целом, прибыль,
и т.п.

Без проработки этих вопросов приступать к разработке всего проекта не имеет смысла, о чем должен знать потенциальный Инвестор и реальный Заказчик проекта.

В общем случае, в процессе решения задач по проектированию и формированию обоснования для переговоров с Инвестором, Заказчик проекта в соответствие с местными условиями ориентируется на следующие организационные вопросы:

- получение от администрации района документации на «целевое разрешенное использование земельного участка»;
- формирование технического задания на разработку (ППТ) совместно с Управлением архитектуры района;
- разработка ТЭО и мастер-плана в составе «Технического предложения»;
- получение у местной администрации разрешения на разработку ППТ;
- выполнение градостроительного плана земельного участка (ГПЗУ);
- разработка ППТ и Генерального плана в составе этапа «Эскизный проект»;
- организация публичных слушаний и получение градостроительного заключения,
- утверждение ППТ местными органами власти,
- внесение изменений в схему территориального планирования района.

После решения этих вопросов значимость проекта при поиске инвестора возрастает, а комплект документов может иметь продажную цену.

Предлагаемый подход, с учетом обозначенных выше вопросов к разработке проекта горнолыжного или горно-туристического комплекса, состоит в

- первоначальном определении возможностей территории по оказанию услуг,
- выявлении востребованности услуг в географическом регионе доступности;
- определении коммерческой эффективности услуг и эффективности вложения средств в проект.

Определение состава и объемов строительных объектов проводится только после проработки этих вопросов, а не наоборот.

К сожалению, в сложившейся современной практике проектирования горнолыжных курортов большинство Заказчиков и Инвесторов первоначально строят объекты, а затем решают вопросы по их востребованности, доступности и формированию спроса, порождая зачастую не решаемые проблемы.

Или иначе суть подхода: строительные объекты и площадки формируются как оболочка, которая «одевается» на состав и объемы востребованных и коммерчески эффективных услуг, определенных заранее.

К сожалению, в сложившейся современной практике проектирования горнолыжных курортов большинство заказчиков и инвесторов первоначально строят объекты, а затем решают вопросы по их востребованности, доступности и формированию спроса, порождая зачастую не решаемые проблемы

Ниже приведены основные результаты, которые должны быть получены на каждом этапе разработки проекта до стадии «П».

1. Предпроектное исследование (выбор потенциальных исполнителей на основные этапы).

- Основные исполнители.
- Дополнительные исполнители.

2. Разработка Технического задания (формализованное описание пожеланий заказчика).

- Концептуальные параметры.
- Параметры функционирования во внешней среде.
- Планируемые эксплуатационные характеристики горнолыжного комплекса.
- Прогнозируемые технико-экономические показатели, стадии и этапы разработки системы.

3. Разработка технического предложения (параметры возможных решений от исполнителя и их оценка согласно ТЗ).

- Характеристики предлагаемых услуг.
- Характеристики целевых аудиторий.
- Тематическое зонирование услуг.
- Объемы целевых площадей и проектные соотношения между ними.
- Схема расположения строительных объектов на территории и маршруты клиентов.
- Оборудование, энергопотребление, персонал.
- Затратные составляющие.
- Доходные части.
- ТЭО проекта – предварительный оценочный вариант для Заказчика и\или Инвестора.

4. Разработка Эскизного проекта (полный аналитический материал по согласованному Техническому предложению в виде Инвестпроекта в формате UNIDO для принятия инвестиционных решений).

- Характеристики Заказчика.
- Потребительские параметры предлагаемых услуг по результатам анализа рынка услуг.
- Характеристики потребителей по результатам анализа рынка потребителей.
- Предлагаемые сегменты рынка услуг и потребителей по результатам анализа конкурентной среды.
- План маркетинга.
- Состав и характеристики производственных объектов, приведенные к базовому пакету услуг.
- Проекты ППТ и Генерального плана.
- Проект системы управления комплексом.
- Оценка рисков.
- Финансовая модель.
- Выводы по проекту для принятия инвестиционных решений,

Комплексная оценка Инвестором и Заказчиком проекта рисков каждого производственного объекта оказания услуг и всего проекта.

4а. Разработка архитектурной концепции и ППТ.

4б. Разработка Паспорта инвестиционного проекта в формате согласно Приказу № 328 Минэкономразвития от 13.10 2008.

4в. Разработка ТЭО проекта в формате согласно Постановлению Правительства РФ «ПП РФ № 590 и Приказу по МинЭкономразвитию №58», адаптированному к разработке проекта ГЛК.

4г. Разработка презентационного материала (на усмотрение Заказчика проекта).

4д. Государственная экспертиза проекта (Приказ Министерства регионального развития РФ от 31 июля 2008 г. № 117 «Об утверждении Методики расчета показателей и применения критериев эффективности региональных инвестиционных проектов»).

И только на основе такой проработки возможно объективное с минимальными рисками принятие инвестиционных решений.

В случаях, когда проект осуществляется сразу со стадий «П», «РД» или любой последующей и у Заказчика возникают вопросы о его реальности или малой эффективности, разработка бизнес-плана даже на этих стадиях позволяет ответить на все вопросы и принять нужные решения.

Этот же подход позволяет сделать экспертизу экономической эффективности существующего комплекса и дать предложения по его совершенствованию, в том числе предложить проведение сертификации ГЛК и его услуг. Сертификация в этом случае является компонентом рекламы как показатель высокого качества. О

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. Также 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 компании 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 многие другие объекты, 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.

ООО "АЛЬП-ПРОЕКТ" горнолыжные комплексы
ПРОЕКТИРОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВО ЭКСПЛУАТАЦИЯ

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.

РИ УРАЛ

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.

SNOWPROM Service

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.

на правах рекламы

Текст: Владимир Колосов

КАК ПРАВИЛЬНО СПАСТИ ГОРНОЛЫЖНИКА?

Разница между спасением и катастрофой заключается в умении сделать правильный выбор

Травмоопасность горнолыжных склонов зависит от большого количества нюансов. Зачастую причиной инцидента становится человеческий фактор: люди не соблюдают правила поведения на склоне либо выбирают для себя слишком сложную трассу, в результате чего и получают травмы. Тем не менее, риск при увлечении экстремальными видами зимнего отдыха можно свести к минимуму.

Согласно статистике, вероятность сломать ногу на горнолыжном склоне гораздо меньше, чем попасть в ДТП по дороге на курорт. Тем не менее, травмы на горнолыжных курортах – не редкость, причем, вне зависимости от профессионального или любительского статуса лыжника. Необходимую первую помощь призваны оказывать службы спасения, но практика показывает, что далеко не все отечественные ГЛК относятся к проблеме безопасности профессионально.

фото: www.shutterstock.com

Фото 1: **Использование вертолета при поисково-спасательных работах в горах**

Фото 2: **Помимо местных служб спасения, территории ГЛК в России находятся под постоянным надзором МЧС**

фото: www.15.mchs.gov.ru

фото: www.shutterstock.com

СЛУЖБЫ СПАСЕНИЯ

Помимо местных служб спасения, территории ГЛК находятся под постоянным надзором МЧС. В частности, задолго до Олимпиады в районе Сочи была создана и успешно действует система обеспечения безопасности людей в горах, предупреждения несчастных случаев и оказания помощи. «Для проведения поисково-спасательных операций мы создали группировку общей численностью 424 человека, которая имеет весь необходимый арсенал спецтехники и оборудования, – отмечает начальник Главного управления МЧС России по Краснодарскому краю Александр Казликин. – В прошлом году сочинские спасатели провели 86 спасательных операций, в результате которых 69 человек были своевременно госпитализированы. Группа находится в состоянии постоянной готовности и осуществляет круглосуточный мониторинг лавиноопасной обстановки в горах».

Отправляясь в горы, необходимо выбирать те курорты, которые заботятся о безопасности своих клиентов, имея профессиональную спасательную службу или «Лыжный патруль»

В последние годы в России стремительно растут ряды добровольного движения горных спасателей «Лыжный патруль». Кроме России, в Международную Федерацию «Лыжных патрулей» входят 16 стран. Все они имеют различное законодательство и уставы, но главная цель движения заключается в оказании профессиональной помощи ГЛК, особенно тем, спасательные службы которых действуют неэффективно либо формально обозначены на бумаге как таковые.

«Выбирая тот или иной горнолыжный курорт, убедитесь в наличии на нем профессиональной службы спасения, – предупреждает Сергей Мазин, спасатель 1-го класса «Лыжного патруля» из Челябинска. – Надежно и эффективно работают службы спасения на ГЛК «Солнечная долина», «Шерегеш», «Красная Поляна», «Альпика». Но в том же Санкт-Петербурге служба работает нормально только на двух ГЛК, не лучше обстоят дела и на подмосковных курортах. Практика показывает, что на большинстве ГЛК функции спасателей выполняют те, кто оказался рядом с лыжником в момент получения травмы: инструкторы, канатчики либо охранники, которые зачастую не имеют необходимого оборудования и элементарных знаний в данной области».

К слову, нередко на сайтах российских горнолыжных курортов можно увидеть объявления о наборе спасателей, критерием профпригодности которых является уверенное катание на лыжах и, желательно (!), умение оказывать первую помощь. Поэтому, отправляясь в горы, необходимо выбирать те курорты, которые заботятся о безопасности своих клиентов, имея профессиональную спасательную службу или «Лыжный патруль».

ПЕРВАЯ ПОМОЩЬ. СОВЕТЫ

При обнаружении попавшего в беду горнолыжника необходимо вызвать службу спасения и огородить место происшествия. Однако еще до прибытия спасателей и экстренной эвакуации пострадавшего со склона ему можно оказать первую экстренную помощь непосредственно на месте. Но для этого необходимо действовать не по наитию, а основываясь на элементарных познаниях в области медицины. Заметив на горнолыжном склоне человека, получившего травму ноги, ему ни в коем случае нельзя менять положение травмированной конечности.

«Что категорически нельзя делать при травме голени на склоне – это расстегивать, расслаблять или пытаться снимать горнолыжный ботинок. В расстегнутом ботинке резко увеличивается отек, а тяжелая обувь, болтающаяся на травмированной кости, провоцирует движение, усиливает деформацию и резко увеличивает болевые ощущения, – предупреждают спасатели «Лыжного патруля». – В этом заключается одна из наиболее распространенных ошибок при оказании первой помощи».

Если же на склоне вы увидели человека с открытым переломом бедра, то ему, прежде всего, необходимо наложить жгут и бинты, зафиксировать ноги и изолировать рану от холода. Обычно в подобных случаях кровь буквально бьет ключом, поэтому рану необходимо перемотать стерильным бинтом. Далее накладываются две шины с целью захватить ими сразу три сустава. В таком виде пострадавшего можно транспортировать в медпункт или дожидаться прибытия спасателей.

1

2

фото: www.naprolom.ru

3

Фото 1, 2: **Любители активного зимнего отдыха не всегда задумываются о необходимости покупки защиты**

Фото 3: **Шлем – это не только современный атрибут безопасности, но и модный гаджет: сейчас появились модели со встроенными наушниками для принятия телефонных звонков и прослушивания музыки**

ЗАЩИТНАЯ ЭКИПИРОВКА

Выбирая себе спортивный инвентарь и модную одежду, многие любители активного зимнего отдыха не всегда задумываются о необходимости покупки защиты, в первую очередь это касается защитных шлемов. В Европе и Северное Америке ношение защитного шлема считается признаком хорошего тона, а на некоторых ГЛК без него вообще не пускают на склоны. По статистике, более 50% серьезных травм и смертельных случаев на ГЛК приходятся именно на травмы головы.

Начинающие лыжники, в особенности те, которые учатся кататься без инструктора, совершают типичные ошибки с «ловлей канта» и резким ударом затылком головы. Есть и другие распространенные ошибки, которые приводят к черепно-мозговым травмам: выезд за пределы трассы и столкновение с деревьями и техническими сооружениями. К группе риска на ГЛК, в основном, относятся дети и начинающие райдеры.

Вторая по частоте причина травм – потеря контроля над ситуацией на склоне. «Лыжники нередко фокусируют свое внимание на отработке техники собственного катания, любуются местным пейзажем и банально не замечают других катающихся на склоне, – рассказывает Игорь Фролов, спасатель «Лыжного патруля» со стажем и сотрудник медицинской службы прошедшей Олимпиады в Сочи. – Поэтому, особенно в многолюдные выходные и праздничные дни, значительное количество травм вызвано столкновениями на склоне. Существуют и казуистические случаи, например, удар головой о дужку кресельного подъемника или травма, полученная собственной лыжной палкой».

Травмам подвержены не только начинающие, но и опытные горнолыжники и сноубордисты. «Любителям фрирайда и скорости шлем нужен даже в большей степени: вокруг скалы, лес, лавины, – продолжает Игорь Фролов. – Спасатели из «Снежного патруля» могут рассказать много историй на эту тему. Защита играет еще и функцию сбережения тепла. В условиях низких температур, высокой влажности и гипоксии, это очень важный атрибут безопасности, поскольку наибольшие потери тепла происходят от кистей рук и головы».

«В горах главное – безопасность, и то, что многие катаются без шлемов – просто недопустимо, – отмечает Роман Пастушенко, коммерческий директор компании PROLESKI. – Все мы знаем, что случилось с бывшим автогонщиком Формулы-1 Михаэлем Шумахером, который встал на горнолыжную трассу без шлема. Последствия оказались крайне печальными для 7-кратного чемпиона мира».

> Травмам подвержены не только начинающие, но и опытные горнолыжники и сноубордисты. Любителям фрирайда и скорости шлем нужен даже в большей степени: вокруг скалы, лес, лавины

фото: www.shutterstock.com

Следует отметить, что шлем – это не только современный атрибут безопасности, но и модный гаджет. Появились модели со встроенными наушниками для принятия телефонных звонков и прослушивания музыки, хотя и то, и другое спасатели на склоне делать не рекомендуют. Некоторые модели шлемов предусматривают установку Go-Pro, GPS и светоотражателей, что делает катание в горах не только безопасным, но и интересным.

ИЗ ЖИЗНИ СПАСАТЕЛЕЙ

Спасательным службам приходится работать в режиме постоянной готовности. Русский менталитет, который основан на стремлении к риску, и традиционная надежда на «авось» являются главными причинами чрезвычайных происшествий. На российских склонах прослеживается трагическая закономерность: в период новогодних праздников продолжают гибнуть люди. «Многие из нас катались на склонах Кировска и любят их, – рассказывает Роман Егоров, начальник Кировского ПСП. – Хибины многим горнолыжникам хорошо знакомы и доступны, но за своей видимой простотой эти горы скрывают опасность, в которую многие из катающихся не верят».

2 января 2014 года в 16:35 спасателям городского склона Кировска поступило сообщение от работников канатных дорог о том, что пропала девушка в зоне БКД «Букашка». При помощи снегоходов спасатели начали поиск. Со слов подруги пропавшей, выяснилось, что сразу после того, как в тумане девушки потеряли друг друга из вида, одна из них остановилась на склоне. После этого произошел сход небольшой лавины. Склоны в этом районе достаточно крутые, и даже при небольших накоплениях любые воздействия могут спровоцировать сходы.

Внизу северного кулуара, в районе нижней станции БКД «Букашка» в 18:05 под лавиноопасным склоном был обнаружен торчащий из снега сноуборд. Когда девушку откопали, она уже была без пульса, а ее дыхательные пути были полностью забиты снегом. Тело находилось на глубине 1,5 м, но выбраться из-под такого слоя снега самостоятельно крайне сложно.

«В 18:25 мы доставили тело погибшей к нижней станции ППКД «Кресельный» и передали соответствующим службам, – вспоминает спасатель Кировского ПСП Андрей Пахолков. – Погода в тот день была очень плохая, сильный ветер со снегом, густой туман, видимость – почти нулевая. Уже в 16:00 в горах темнеет, и кататься там крайне опасно, особенно в условиях лавинной обстановки в регионе».

Спасатели рекомендуют лыжникам и сноубордистам адекватно оценивать свои силы в условиях сложившихся погодных условий. «Помнится еще один случай на Хибинах, – вспоминает спасатель «Лыжного патруля». – На высоте 25 м подросток полез на канатку, и его ударило мимо проходящим бугелем в челюсть. Спускали его со сломанной челюстью силами местных отдыхающих. У него случился приступ паники, он требовал вертолет прямо к бару. Но в метель туда может заехать только снегоход. Парень быстро пришел в себя и бегом побежал к подоспевшей машине скорой помощи. Никакие спуски не стоят того, чтобы рисковать здоровьем и жизнью». ○

Продолжение следует

БРОНИРУЙ ЛЕГКО!

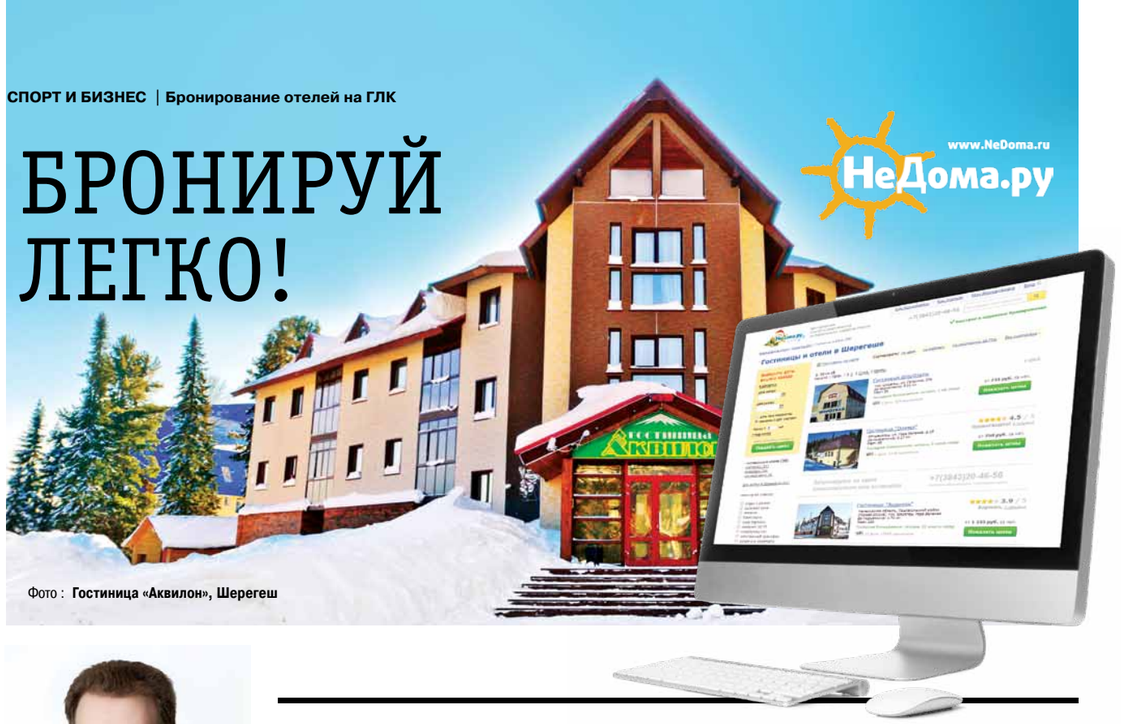


Фото : Гостиница «Аквилон», Шерегеш

Миллионы россиян уже оценили удобство бронирования отелей через сеть интернет для отдыха за рубежом. Теперь доступными для бронирования стали и отели на российских горнолыжных курортах. Сегодня о своем проекте расскажет руководитель федерального горнолыжного интернет-портала «НеДома.ру» – Владимир Михайлов.

Ski Industry: Сегодня НеДома.ру – это уже не только популярный горнолыжный контент-проект со стажем, но и служба онлайн-бронирования отелей (СБ). Расскажите, пожалуйста, о ней?

Владимир Михайлов: Сначала это был каталог горнолыжного жилья, в котором собственники квартир, коттеджей, гостиниц и отелей размещали информацию о себе. Когда бронирование через интернет стало набирать популярность и в России – логичным шагом было подхватить тренд и сделать решение для объектов в нашем каталоге. Схема классическая: турист самостоятельно бронирует на нашем сайте, отельер самостоятельно управляет продажами. Сегодня в нашей копилке уже около 1200 предложений по бронированию практически на всех крупных горнолыжках страны.

SI: Чем бронирование на НеДома удобно туристу?

ВМ: Наша система работает круглосуточно онлайн, турист сразу покупает номер, выбирая отель из большого множества предложений на основании описания, отзывов и рейтинга отеля. Уверенность в бронировании туристу и отелю дает гарантия – небольшая предоплата за первые сутки, внести которую у нас можно и банковской картой прямо на сайте, и наличными в течение суток, чего нет во многих мировых СБ.

SI: В чем уникальность именно вашей СБ?

ВМ: Самое главное отличие от других сервисов бронирования жилья – это наша узкая горнолыжная специализация. Мы более 10 лет занимаемся горнолыжкой: собрали огромный объем информации, который нужен туристу для отдыха, давно работаем с горнолыжными курортами, досконально знаем свою нишу и главное – знаем потребности клиентов. Общаемся с туристом на его языке и лучше любых других систем бронирования сможем ответить на любые его вопросы. Много инвентаря (объектов), которого нет и не будет в других системах бронирования. Удобный «гибкий» поиск, групповой поиск, огромное количество настоящих отзывов об объектах, календари наличии номеров, подробнейшие карты курортных зон… А еще функционал «Акции», который позволяет отельеру делать туристам заманчивые предложения.

SI: Не секрет, что особенность горнолыжной тематики – сезонность – как справляетесь с этим?

ЕД: Не все горнолыжные курорты прекращают работу летом. Если рядом есть водоем – отели прекрасно заполняются с июня по август. А учитывая, что такой отдых обычно бронируют сильно заранее, то работа у нас есть круглый год.

SI: В каком направлении будет развиваться ваш проект?

ВМ: Главная задача сейчас – подключение новых объектов. Мы подключаем не только отели, но и небольшие коттеджи, бунгала, квартиры – надежное бронирование востребовано и туристами, и, собственно, владельцами любого жилья. Также будем развивать партнерскую программу, к которой уже сейчас подключены крупнейшие горнолыжные ресурсы. Предложим новые инструменты отельерам. Выйдем на мобильные платформы… В общем, все как у всех.

Форум СПОРТ БИЗНЕС ИНВЕСТИЦИИ
sportsrussia.org

Март 2014

В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ ПРЕМИЯ СПОРТА И ЗДОРОВЬЯ
СПОРТИВНАЯ РОССИЯ

Оргкомитет премии:
+7 (495) 646 56 13
info@socpro.org

Информационные партнеры:

Отраслевой информационный партнер:
Отраслевой информационный партнер:
Официальный информационный партнер:
Отраслевой информационный партнер:
Коммуникационный партнер:

24-26
October
2014
октября
SKI
Moscow, Russia
BUILD
EXPO
Москва, Гостиный Двор,
Ильинка 4,
150 метров от Кремля.
International mountain engineering trade show organized within the framework of XXI Moscow Ski&Board Salon. Design, construction, and operation of mountain resorts in Russia and the CIS.
Международная выставка-форум горнолыжного инжиниринга в рамках 21-го Московского Лыжного Салона. Проектирование, строительство и обслуживание горнолыжных комплексов в России и СНГ.
SalonExpo
+7 (495) 6812530 +7 (495) 6881344
www.skiexpo.ru
ski_board@skiexpo.ru
21
SKI & BOARD
SALON