



# Сноупарки как уникальный современный инструмент проведения sport events



Несмотря на стремительное развитие российского сноубордического рынка в сегменте «фристайл» и горнолыжного в сегменте «new school» в России практически отсутствует **ОСНОВНОЕ** - то, что является двигателем всей темы «фристайл» - **полноценные, постоянно действующие, профессионально построенные сноупарки.**

Реально действующих парков, отвечающих мировым стандартам, в которых возможно проведение спортивных мероприятий высокого уровня (на уровне кубка Европы или кубка Мира) – нет совсем.

Ни один из действующих в России сноу-парков не в состоянии предоставить качественную тренировочную площадку, где имелась бы возможность тренироваться на таком уровне, чтобы достичь уровня подготовки европейских спортсменов (именно поэтому все российские перспективные райдеры предпочитают выезжать на тренировочные сборы в сноу-парки Финляндии, Австрии, Италии или Франции, т.е. туда, где данная тема с грамотно построенными сноупарками очень сильно развита и приносит результаты не только в виде спортсменов мирового уровня, но и в виде роста популярности г/л курорта, так как любой хорошо построенный парк становится Меккой, куда стремятся не только спортсмены, но и просто катающиеся или прогрессирующие райдеры.



Ежегодный, летний сноу-парк Rossignol. Франция.



**При фактическом большом спросе на сноупарки – в России он практически не удовлетворяется и тому несколько причин:**

**1. Отсутствие экономической заинтересованности со стороны руководства курортов и нежелание идти на риск.**

При фактическом наличии больших (10-15 минут – минимум) очередей на подъемники руководству курортов нет никакого экономического смысла тратить силы и средства для привлечения дополнительных катающихся – проектировать и строить сноупарки, отводить на них специальные склоны, заниматься организацией и promotion-ом.



**ОДНАКО:**

Конкуренция за клиента, приехавшего на курорт обостряется. Особенно это характерно для «местных» - городских, локальных курортов, куда горнолыжники и сноубордисты предпочитают выезжать все меньше и меньше, экономя время и деньги на поездку в «настоящие» горы. Местные склоны все больше и больше приобретают характер «склонов для новичков / склонов для фитнеса» и таким образом, они теряют все больше и больше клиентов, которые приезжают туда именно полноценно кататься, а следовательно – полноценно тратить деньги.



## 2. Отсутствие экономической заинтересованности «не снежных» брендов промотировать свои продукты.

При большом покупательском потенциале «фристальной» целевой группы, «не снежные» бренды за редким исключением (Nokia, Nescafe) предпочитают не проводить промо-мероприятия на основе строительства сноупарков, т.к. сноупарки после проведения промо-мероприятия не нужны, они требуют профессионального (дорогостоящего) проектирования и строительства, есть более дешевые методы «зимнего» promotion-a



**ОДНАКО:** целевая аудитория все больше и больше интересуется катанием в парках, что снижает расходы на организацию, а также - повышает лояльность аудитории к бренду.



### 3. Отсутствие экономической заинтересованности у компаний, способных спроектировать и построить полноценный сноупарк.

Если ни курорты, ни потенциальные спонсоры не хотят вкладываться в строительство парков, компаниям, проектирующим и строящим сноупарки слишком дорого делать сноупарки в качестве «показательных проектов».

**ОДНАКО:** проектно-строительные силы не должны простаивать.



## Вечный вопрос: ЧТО ДЕЛАТЬ?



**Ответ: объединять усилия всех трех сторон:**

- **Курортов**, которым необходимо смотреть вперед и стимулировать будущий спрос.
- **«Не снежных» брендов**, которым необходим качественный promotion для целевой аудитории.
- **Профессионалов проектировщиков и строителей**, которым необходимо реализовывать свой потенциал.



**Только объединение всех трех сторон позволит снизить расходы на проектирование, строительство и поддержание в должном виде сноупарка, а следовательно – снизить экономический риск.**



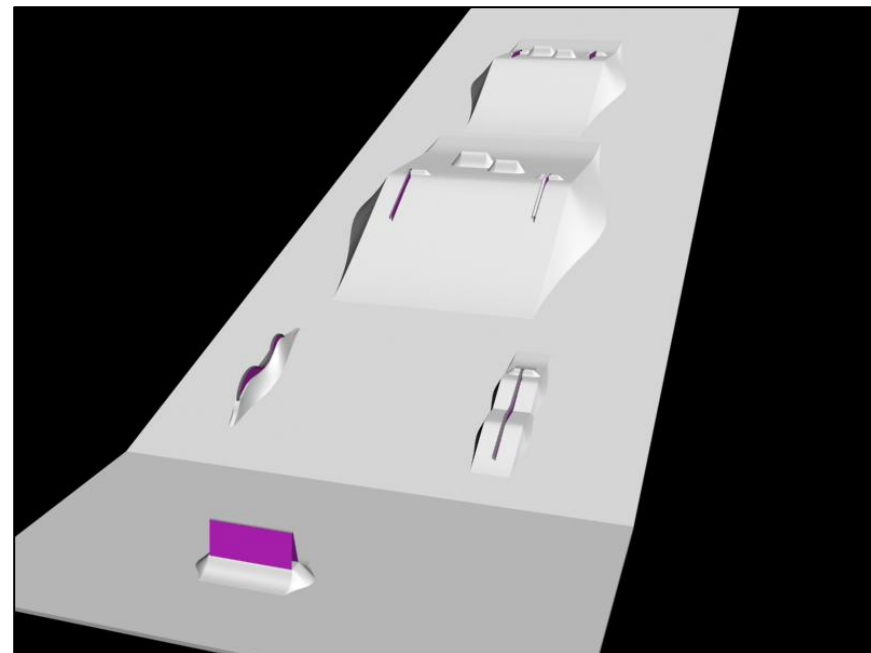
## Концепция сноупарка:

- Универсальный тренировочный сноупарк («лыжный» new school и фристайл сноуборд).
- Подбор фигур позволяет тренироваться как начинающим спортсменам, так и продвинутым. Комплекс фигур должен быть рассчитан не только на профессиональных райдеров, но и на тех, кто только делает первые шаги во фристайле. В этом случае целевая аудитория расширяется в разы, по сравнению с существующими проектами.
- Сноу-Парк – это не только тренировочная площадка, но и великолепное место для проведения спортивных и шоу мероприятий.
- Сноу-Парк – это отличная площадка для проведения различных тестов горнолыжного оборудования, а также постоянно действующий тест центр.
- Сноу-Парк – это отличная площадка для организации постоянно действующей сноуборд и ньюскул школ // мастер-классов.
- Сноу-парк является яркой и привлекательной рекламной площадкой, что позволит привлечь дополнительные спонсорские средства.



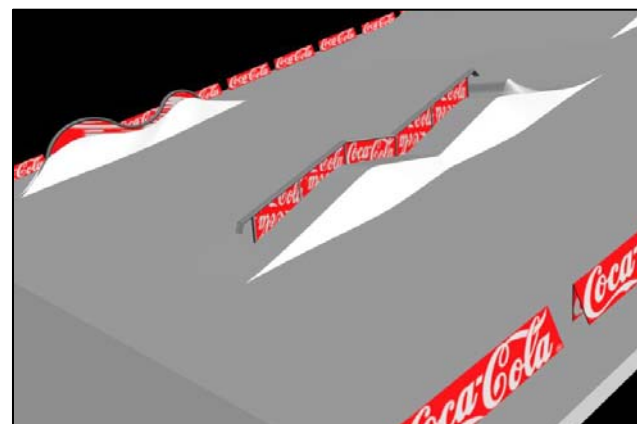
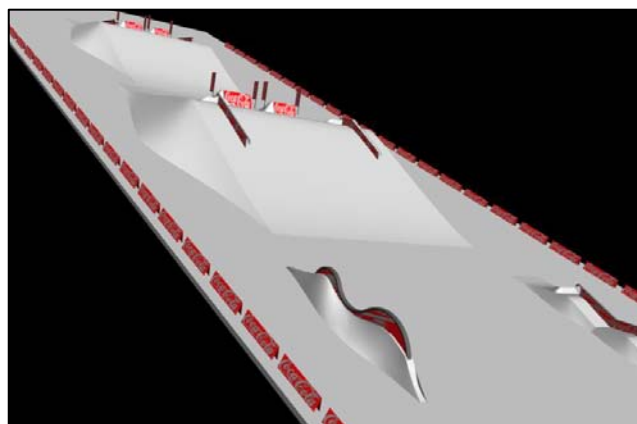
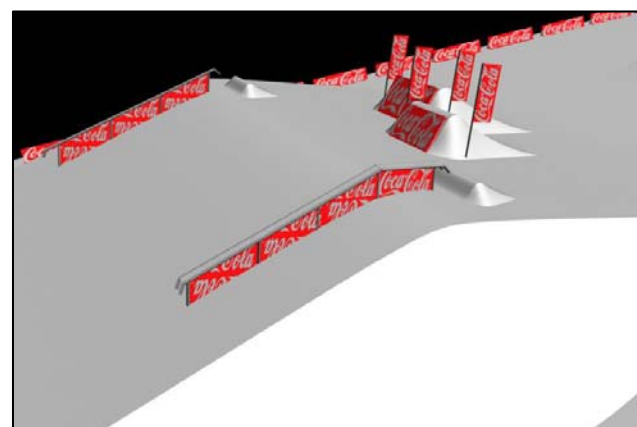
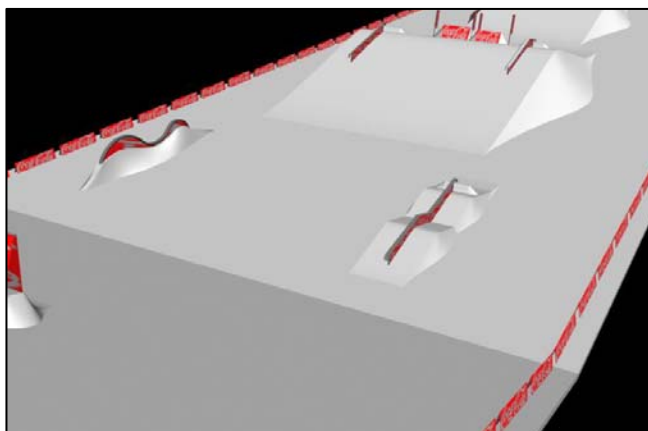
**«Грубая» экономика парка для Москвы / Подмосковья (точная стоимость парка рассчитывается исходя из местных условий):**

- Минимальная стоимость проектно-строительных работ (Москва / Подмосковье) – **15.000 – 20.000 eu**
- Минимальная посещаемость парка за сезон (декабрь – апрель) – **10.000 человеко / дней**, при проведении ргото-мероприятий эта цифра может увеличиваться в разы.
- Средняя цена, которую способен заплатить посетитель за пользование парком – **400-500 руб. в день** (без стоимости подъемника)
- Проведение дополнительных ргото-мероприятий не конкурирующих брендов увеличивает количество посетителей парка и ускоряет окупаемость парка.





Пример использования рекламных поверхностей как во время специальных промо-мероприятий, так и постоянно.





- Наша компания – объединение профессионалов в области как проектирования, как строительства, так и организации промо-мероприятий имеет все возможности для проектирования, расчёта и разработки подробного плана сноу-парка, который будет отвечать самым высоким мировым требованиям.
- Наша компания имеет все необходимые лицензии на проведение необходимых работ по строительству и разработке сноу-парков.
- Мы занимаемся не только разработкой сноупарков, но и поставкой всего необходимого оборудования для полноценного функционирования всего проекта, так как с 1999 г. наша компания является на российском рынке исключительным дистрибьютором и уполномоченным агентом ведущих зарубежных фирм, специализирующихся по обустройству горнолыжных и всесезонных комплексов.
- Также наша компания в состоянии обучить и подготовить специалистов, которые смогут в должной мере обслуживать сноу-парк.

### Контакты:

Россия, 125167, г. Москва  
4-ая ул. 8-го Марта, д. 6а, офис «Gorimpex»  
Телефоны: 7 (495) 152-3941  
Факс: 7 (495) 223-3076  
[www.gorimpex.ru](http://www.gorimpex.ru)

**Каштанов Александр** - кандидат географических наук. эксперт по снегу и лавинам,  
специалист по проектированию горнолыжных комплексов.

E-mail: [kashtanov@gorimpex.ru](mailto:kashtanov@gorimpex.ru)

**Александр Горобец** – дизайнер сноупарков

E-mail: [gorobetz@gorimpex.ru](mailto:gorobetz@gorimpex.ru)