

ГОЛЬФ

www.kommersant.ru

Среда 12 декабря 2007 №229 (№3805 с момента возобновления издания)



Минувший сезон в гольфе можно считать самым выдающимся в истории, если говорить о его финансовой стороне. Гольф стал первым видом спорта, давшим миру спортсмена-миллиардера. Таковым оказался Тайгер Вудс. К счастью, спонсоры турниров готовы, что доказал уходящий год, и дальше наращивать призовые на соревнованиях и обеспечивать спортсменам все новые рекламные контракты, делая богаче их, а заодно и себя.

Игра миллиардов

ИТОГИ СЕЗОНА

Гольфист с девятью нолями

Если попытаться выдвинуть на звание лучшего гольфиста года трех номинантов, то список, наверное, должен выглядеть следующим образом. Первый — Тайгер Вудс. Потому что выиграл за год семь турниров и потому что больше всех заработал на соревнованиях. Второй — Тайгер Вудс. Потому что стал первым в истории обладателем FedEx Cup. Наконец, третий — снова Тайгер Вудс. Ну, просто потому, что он — Тайгер Вудс, а значит, лучший из лучших. Ведь американец уже в восьмой раз за последние десять лет заканчивает сезон с наилучшими показателями. Так что к тому, что он сильнейший, привыкли все и давно.

Но, что примечательно, сезон Вудс провел не так уж и ровно. В начале года он вроде как рванул с места в карьер, выиграв три крупных турнира, но затем наступило затишье. Вудс заявлялся на соревнования, даже претендовал на призы, но блеска, сделавшего его настоящей иконой не только гольфа, но и вообще мирового спорта, в его игре не было. На культовом British Open, турнире, по значимости сопоставимом разве что с теннисным Wimbledon, Вудс был настолько плох, что даже в первую тройку не попал.

В чем была проблема, остается только догадываться. Возможно, дело в том, что супруга Вудса ждала ребенка, а, по словам самого гольфиста, все, что связано с семьей, для него



всегда стояло и будет стоять на первом месте. В этом свете даже поражение Вудса в финале US Open, где он уступил Анхелю Кабрере. Мысли его в тот момент были заняты явно не гольфом: буквально на следующий день супруга гольфиста Элин родила дочь. Не исключено, что Вудс, если бы не требование PGA ко всем профессиональным гольфистам проводить за год как минимум 15 соревнований, вообще не играл бы с полгода. Американец и так ограничился минимумом турниров — за весь год он принял участие только в 16 соревнованиях. Для сравнения: второй номер мирового рейтинга Фил Микелсон сыграл

22 турнира. Третья «кляушка» рейтинга, Виджей Сингх, участвовал в 27 состязаниях.

Но, разобравшись с делами семейными, Тайгер Вудс принялся за дело. И выдал великолепную концовку сезона, которую можно описать вот такой последовательностью: 1–1–2–1–1. То есть из пяти соревнований, прошедших на финиш сезона, Вудс выиграл четыре, доведя общее число побед в году до семи. При этом, что второй номер по числу выигранных турниров — Фил Микелсон — взял три трофея. Все остальные гольфисты смогли победить не более чем в двух соревнованиях.

Отдельно стоит сказать о том, что два из четырех три-

умфов Вудса в концовке сезона пришлось на очень важные соревнования — BMW Championship и PGA Championship. Дело в том, что эти соревнования входят в зачет упоминавшейся серии FedEx Cup. Решение о ее учреждении было принято еще в 2005 году, но в этом сезоне впервые проводился реальный розыгрыш. Об этой серии стоит рассказать подробнее. Стартует она в августе, когда проходит The Barclays Championship и Deutsche Bank Championship. В сентябре проводится еще два турнира — упоминавшиеся BMW Championship и PGA Championship. К участию в первом турнире серии допускаются 144 голь-

фиста с наивысшим рейтингом. В дальнейшем число участников уменьшается. На Deutsche Bank Championship играют уже 120 человек, на BMW Championship — 70, на PGA Championship — только 30. Гольфист, прошедший все четыре турнира с наилучшими показателями, объявляется обладателем FedEx Cup. И это не просто почетный трофей. За победу полагается огромный бонус — \$10 млн. Но и остальные внакладе не остаются. Занявший второе место получает \$3 млн, третье — \$2 млн, и далее по убывающей. Даже игрок, оставшийся на последнем, 144-м месте, все равно зарабатывает \$32 тыс.

Правда, в этот раз гольфисты «живых» денег так и не увидели. PGA посчитала, что правильнее будет зачислять их выигрыши на пенсионные счета, к которым игроки моложе 45 лет доступа не имеют. Однако уже в будущем году выплаты наличными все же начнутся. PGA опасается, как бы не нарваться на судебные иски со стороны игроков. Они ведь вполне могут посчитать, да еще и доказать, что, передавая PGA средства в распоряжение игроков, их можно было бы разместить в другие пенсионные программы, с большей выгодой. Рисковать в PGA не хотят, тем более, что по подсчетам специалистов ассоциации, только пенсионные накопле-

ния Тайгера Вудса, с учетом процентов, в случае, если он еще раз пять станет победителем FedEx Cup (это более чем реально), через 15 лет превысят \$1 млрд. В PGA не готовы брать на себя ответственность за такие суммы. Так что с будущего года только \$1 млн из средств, причитающихся победителю, будет уходить «на старость», а остальное он получит на руки.

Впрочем, в PGA напрасно опасаются того, что в будущем им придется иметь дело с \$1 млрд, который заработает Тайгер Вудс. Потому что опасаться поздно: свой миллиард он уже заработал в минувшем сезоне, став первым в истории спортсменом, которому удалось преодолеть эту планку. Даже Майклу Джордану миллиардная отметка не покорилась. Справедливости ради нужно отметить, что Джордану немного не повезло. По-настоящему большие деньги баскетболист зарабатывал только в последние годы своей карьеры. Когда же он был молод, рекламный рынок находился на относительно низком уровне. Но можно сравнить Вудса и с одним из действующих спортсменов — Роже Федерером, который в теннисе является примерно столь же значимой фигурой, как Вудс в гольфе. По заработкам на корте Федерер может быть, и не очень отстает от Вудса — в этом году он получил более \$10 млн. Но вот за пределами спортивной площадки в год он получает не более \$20 млн. Это в четыре раза меньше, чем Вудс заработал в уходящем году. (Окончание на стр. 26)

Страница **27**

Почему наличие в инфраструктуре коттеджного поселка гольф-клуба выгодно застройщику

Страница **28**

Игра по-волжски — на льду и на траве

Страница **28**

Президент Omega Стивен Урхарт: «Стратегическая задача нашего присутствия в гольфе — создание позитивного имиджа»

Страница **29**

Путь мяча: от камня к шедевр инженерной мысли

Страница **31**

Как юная Мишель Ви стала суперзвездой, не одержав ни одной победы



Премиум партнер
Ассоциации гольфа России



гольф

Игра миллиардов

ИТОГ СЕЗОНА

(Окончание. Начало на стр. 25)

Причина такой «несправедливости» проста. Вудс — американец, которого в США, являющихся крупнейшим рынком мира, знают даже домохозяйки. А значит, его можно «продавать» куда активнее и дороже, нежели швейцарца Федерера, про которого в США хотя бы что-то слышали только 27% респондентов.

Контрактные победы

Тайгер Вудс, по его собственному признанию, весьма бережлив, поэтому трудно представить себе, во сколько будет оцениваться его состояние лет через десять. «Я действительно немного прижимист», — говорит гольфист. — Это идет из детства. Тогда у меня не было возможности покупать все, что мне хочется. И я привык, что надо сначала скопить побольше, а потом приобрести себе, скажем, кроссовки. Позже, когда появились деньги, это трансформировалось в накопление денег сначала на новую дорогую машину, а потом я перешел уже на уровень яхт».

Финансовое благополучие Тайгера Вудса базируется далеко не только на его достижениях на гольф-полях. Хотя даже не занимаясь больше ни чем, кроме гольфа, Вудс был бы весьма обеспеченным человеком. Например, в этом году только за победы на турнирах он получил более \$11 млн. К слову, он уже в третий раз заканчивает сезон с показателем, превышающим \$10 млн. Для сравнения опять возьмем финишировавшего вторым как со спортивным, так и с финансовым результатом Фила Микелсона: он ограничился \$5819 млн. Всего же за десять лет профессиональной карьеры Вудса его доходы от участия в соревнованиях превысили \$80 млн. Но это официально.

На самом деле речь должна идти о \$100 млн. Ведь в гольфе, как в теннисе, есть «подпольные», а еще, в отличие от большинства других видов спорта, перерыв между сезонами тут весьма условный. В ноябре-декабре PGA соревнования не проводятся, зато проходит целый ряд, скажем так, полуофициальных турниров. Эти два месяца принято называть Silly Season («Дурацкий сезон»). Удачное выступление на этих относительно недорогих соревнованиях может принести до \$2 млн.

Однако большую часть доходов Тайгер Вудс получает от деятельности, напрямую не связанной с участием в соревнованиях PGA. Так, американец регулярно организует частные турниры, в которых против него может сыграть любой желающий. Не бесплатно, конечно. Вступительные взносы участников позволяют Вудсу зарабатывать примерно по \$6 млн за такой турнир (особой популярностью они пользуются на Востоке). Лет пять назад игрок-любитель из Китая заплатил более \$1 млн за право сыграть против Вудса.

Но 90% дохода Тайгеру Вудсу приносит контракты с крупными американскими компаниями. Еще в 1996 году он начал сотрудничество с Nike, которое за пять лет сделало его богаче на \$60 млн. В 2000 году контракт был продлен, и по нему Вудсу уже причитается \$105 млн. Взамен от него тренируется не так уж и много — появляются на публике в футболке или майке с логотипом Nike. Кроме контракта с производителем спортивной экипировки, у Вудса есть соглашение с General Motors об участии в рекламной кампании марки Buick. Контракт был подписан в 2004 году и истекает в 2009-м. Он делает Вудса богаче еще на \$40 млн. Наконец, спортсмен имеет соглашения с American Express, Accenture, Electronic

Место	Игрок	Страна	Турниры	Призовые за сезон (\$)	Призовые за карьеру (\$)
1	Тайгер Вудс	США	16	11002706	76579376
2	Фил Микелсон	США	24	7372685	45334026
3	Виджей Сингх	Фиджи	31	6006678	54108218
4	Джастин Роуз	ЮАР	21	4982414	7662564
5	Кей Джей Чой	Корея	28	4832042	1618197
6	Эрни Элс	ЮАР	27	4813430	3121611
7	Рори Саббатини	ЮАР	25	4718556	16056986
8	Стив Стрикер	США	23	4663077	14705580
9	Джим Фьюрик	США	23	4154046	35354112
10	Пэддэй Харрингтон	Ирландия	27	4100604	10973322

Arts и Tag Heuer, каждое из которых также приносит ему \$5–10 млн в год.

На достигнутом Тайгер Вудс не останавливается. В этом году он заключил контракт с Gatorade, подразделением PepsiCo, о выпуске напитка под маркой Gatorade Tiger. В продажу он поступит весной будущего года. Контракт рассчитан на пять лет, и если новинка будет пользоваться спросом, договор может принести Тайгеру Вудсу более \$100 млн. Интересно, что в США новость о подписании контракта на выпуск «шипучки» имени Вудса была с пометкой «первыми». В том смысле, что никто из спортсменов еще не удостоился выпуска именного напитка. Но тут надо бы американцев разочаровать: в России уже лет пять продается энергетический напиток имени боксера Кости Цаю. Хоть тут мы их обошли.

Всеобщее подорожание

Безусловно, финансовые успехи как Тайгера Вудса, так и всех остальных гольфистов были бы невозможны, если бы не постоянно растущий интерес к гольфу со стороны крупных компаний, которые к этому виду спорта притягивает в первую очередь его положительный, совершенно не скандальный имидж. Тут нет никаких историй с допингом, бьющих по репутации других видов спорта.

Скажем, престиж велоспорта подорван тем, что спортсмены постоянно попадают на применение запрещенных препаратов. Промкий скандал недавно разразился в легкой атлетике: трехкратная олимпийская чемпионка Эрион Джонс призналась, что своим победом на Олимпиаде в Сиднее в 2000 году обязана приему запрещенных препаратов. Даже в теннисе, еще недавно считавшемся также совершенно не скандальным видом спорта, в этом году случилась черная полоса: руководство Ассоциации теннисистов-профессионалов до сих пор ведет расследование с целью выяснить, играют ли договорные матчи. Под подозрение попали не менее 30 игроков из разных стран. Среди них и наш Николай Давыденко.

Список бизнес-партнеров гольфа весьма широк. Практически нет крупных международных компаний, так или иначе не задействованных в поддержке гольф-туризма. У PGA почти три десятка постоянных коммерческих партнеров, среди которых немало всемирно известных компаний — Canon, FedEx, IBM, MasterCard, Coca-Cola, Delta Air Lines, PricewaterhouseCoopers, Shell, HSBC, а также фирм, названия которых мало кто говорит не только россиянам, но и многим американцам. Вот, например, компания Jeld-Wen является партнером PGA

и титульным спонсором турнира имени самой себя. А производит она окна и двери.

PGA и организаторам турниров удается с каждым годом получать от спонсоров все больше денег. Минувший сезон не стал исключением. По данным прошлого года, средняя цена титульного спонсорства турнира составляла \$7,5 млн. В этом сезоне планка превысила \$8,2 млн. И если в прошлом году суммарный призовой фонд турниров, проводимых под эгидой PGA-Tour, составил примерно \$275 млн, то в этом сезоне — больше \$310 млн.

Отдельно стоит сказать и о том, что большие деньги понемногу начинают появляться и в европейском гольфе. Пока, к сожалению, существует большой перекос в сторону американского рынка. Однако уже в 2009 году европейский тур получит турнир с самым крупным призовым фондом — \$10 млн (конечно, если американцы к тому времени не увеличат свои призовые фонды). Это на \$1 млн больше, чем у нынешнего лидера — PGA Championship. Правда, чисто европейскими эти соревнования назвать трудно, поскольку проводятся они будут в Дубае. Но организатором будет все же European PGA-Tour. Дубайский турнир станет своего рода венцом целой серии соревнований. Его победитель, помимо главного приза в размере \$1,66 млн, сможет претендовать еще и на бонус в \$2 млн.

Но и это не все. Расходы крупного бизнеса на гольф не ограничиваются оплатой призовых фондов турниров. Ведь кроме спонсоров, работающих непосредственно с PGA, есть и другие — те, которые предпочитают вкладывать средства напрямую в турниры. Скажем, корпорация Daimler AG выступает спонсором турнира Mercedes-Benz Championship,

проходящем на Гавайях, за что платит, как говорится в отчете авторитетной исследовательской компании IEG, специализирующейся, в частности, на анализе рынка спонсорства, от \$7,8 млн. Всего же Daimler AG за действующая в организации семивосьми турниров в год. Не отстает от немецкого автогиганта и другие флагманы бизнеса. А американские компании в прошлом году потратили на гольф-соревнования более \$1,07 млрд! Точных цифр по нынешнему сезону пока нет, но по оценке специалистов IEG, вполне вероятно преодоление отметки в \$1,2 млрд.

Не в последнюю очередь PGA обязана активному росту доходов и вступившим в этом сезоне в силу новым телевизионным контрактам. Все телекомпании, пока зьявляющиеся соревнования по гольфу, согласились выделять на них существенно больше эфирного времени. К примеру, CBS Sports обзаялся с 2007 по 2012 годы освещать не 16, как раньше, а 19 турниров в год. NBC Sports в этом сезоне вела репортажи с десяти турниров, что вдвое превышает аналогичный показатель прошлого сезона. Кроме того, титульные спонсоры PGA выразили готовность покупать во время турниров не менее двадцати четырех 30-секундных рекламных роликов по цене, в зависимости от ранга турнира, от \$100 тыс. до \$600 тыс. Все же по новым контрактам PGA получит порядка \$3 млрд. В Ассоциации отмечают, что ежегодно будут увеличивать призовые фонды только профессиональных турниров более чем на \$120 млн. Цель поставлена амбициозная: к 2012 году добиться как минимум 35-процентного роста и без того очень больших доходов гольфистов. И эта цель, несомненно, будет достигнута.

Александр Петров

Константин Кожевников

Президент ассоциации гольфа России



Россия появилась на гольф-карте мира

Уважаемые читатели!

Я рад вновь встретиться с вами на страницах газеты «Коммерсантъ-Гольф» и поговорить о гольфе. Пять лет назад мы только мечтали о том, чтобы про гольф можно было читать в ведущих изданиях страны. Сейчас это стало реальностью, потому что в каком бы регионе Российской Федерации вы ни жили, везде вы можете найти интересную информацию о разных направлениях развития гольфа.

На протяжении полутора лет я рассказывал вам о том, как развивается гольф, какие задачи решает Ассоциация гольфа России, с какими проблемами сталкивается.

Сейчас мы подводим итоги не только этого года, но и пяти последних лет. Можно сказать, что сейчас завершается целый период в развитии российского гольфа. Пять лет назад я как президент Ассоциации гольфа России сформулировал две главные задачи, стоящие перед нашей организацией, перед российским гольф-сообществом: познакомить страну с гольфом и подоружить гольф с экономической. Полагаю, что их можно считать в целом выполненными, хотя этим нужно заниматься постоянно.

Слудите сами.

В 2003 году Ассоциация гольфа России впервые подсчитала объем российского рынка гольфа. Он составил около \$100 млн. Тогда эта цифра вызвала у нас неподдельную радость — так радуются, наблюдая как делает первые шаги любимый ребенок. Это были первые шаги проекта «Гольф России», стоимость вложенных только в инфраструктуру которого составит более \$20 млрд за 15 лет.

Сегодня наш «ребенок» пошел в школу. Объем российского рынка гольфа впервые превысил \$1 млрд, его рост оказался существенно выше, чем мы прогнозировали.

Не хотелось бы перегружать вас цифрами. Потому что гольф для меня — это не только, да и не столько работа, а самая настоящая любовь, о которой, как известно, цифрами не говорят. А говорят словами — как правило, восторженными.

Так что же происходит с российским гольфом, что можно было бы описывать такими словами?

Самое главное — у России появился вкус к гольфу: десятки тысяч наших соотечественников регулярно берут в руки клюшки. Набирают обороты российские турниры, как любительские, так и профессиональные. Российские спортсмены зарабатывают первые призовые в профессиональных турнирах. Маша Костина впервые в истории российского гольфа пробилась в состав участников турнира Большого шлема — US Open. С каждым годом все больше детей принимают участие в детских и юниорских турнирах. Ассоциация гольфа России уже представлена в половине субъектов Российской Федерации.

К российскому гольфу проявляют интерес крупнейшие международные маркетинговые компании. Ведущие российские компании приходят в гольф и как спонсоры, и как инвесторы, и как владельцы объектов по гольфу. Наше телевидение и пресса уделяют гольфу все больше и больше внимания.

Наконец, мы появились на гольф-карте мира. Туристы стали ездить в Россию поиграть в гольф. Уже функционирует 13 гольф-клубов, столько же строится, более 40 находится в стадии проектирования. Это не считая мини-гольф, для которого построено больше полсотни площадок.

И туристы, и россияне, играющих в гольф, по мере реализации нашей программы «500 гольф-сооружений — за 15 лет» будет становиться все больше.

Конечно, остаются еще проблемы. Но все они решаемы, когда делаешь свое дело с любовью и самоотдачей.

Вспомню свой разговор с одним из давних друзей российского гольфа. Он задал мне вопрос: как у меня хватает терпения и энтузиазма развивать гольф в России? Тогда мне в голову пришла интересная метафора. Я сравнил гольф с подрастающим ребенком: вроде бы каждый день возникают какие-то проблемы, бывают неудачи, а в целом — радость, потому что ты любишь.

Так что любите и играйте в гольф.

Игра высокого полета

турниры

Очередное подтверждение тому, насколько гольф популярен и престижен в Европе, корреспондент «Ъ-Гольфа» АНДРЕЙ СЕМЬЯНИНОВ получил, побывав на турнире Omega European Masters в швейцарском курорте Кран-Монтана. Этот турнир, кажется, можно считать идеальной иллюстрацией к теме особого статуса гольфа. Призовой фонд вроде бы невелик — \$2 млн, но при этом соревнования престижны невероятно. Неудивительно, что некоторые гольф-справочники ставят Omega European Masters на второе место в Европе — после British Open.

Великий австралийский гольфист Фред Норман зывает поле, окруженное горами, главная среди которых — Монблан, самым красивым гольф-полем мира. Впрочем, если поле проектировал маэстро Сесе Баллестерос, разве может оно быть некрасивым?

Что касается организации турнира, то все работает, как часы. Правила поведения и посещения турнира сформулированы четко и понятно, соблюдаются неукоснительно, любая проблема решается предельно оперативно. В принципе, насколько я понял, гольф по качеству организации состязаний вообще выгодно отличается от большинства видов спорта, но швейцарцы добавили еще свойственной им пунктуальности.

Зрителей каждый день на турнир приходило по несколько тысяч. И это при том, что на сей раз в нем не принимали участие суперзвезды, вроде Баллестероса и других выдающихся личностей — Колина Монто-



Omega European Masters — один из самых высокогорных гольф-турниров ФОТО АР

мери, Ника Фалдо, Эрни Элса и Серхио Гарсии. Дело в том, что организованная в США новая серия — FedEx Cup — не позволяет даже на неделю отвлечься и пропустить хотя бы один американский турнир. Но и болельщики, привыкшие за годы к этому турниру, кто бы в нем ни участвовал, пропустить его не могут. Это уже традиция, образ жизни — в сентябре надо обязательно посетить Omega European Masters.

Но и без Гарсии посмотреть было бы на что. Например, на подвиг 16-летнего гольфиста родом с Гавайских островов Тедда Фуджикавы. Нет, турнир выиграл не он, а австралиец Бретт Рэмфорд, завоевавший приз в \$333 тыс. Но тинейджер Фуджикава, не сумевший пройти «кат», совершил кое-что, что запомнится не меньше, чем победа. Omega придумала для участников соревнования, которые спонсирует, прекрасный стимул: она дарит часы Omega Constellation Double Eagle Co-Axial Chronograph в корпусе из красного золота тому, кто делает «дабл-игл» — то есть попадет в лунку с тремя ударами до пар. А стоят они 17 тыс. швейцарских франков.

Так вот, до этого турнира тех, кто сумел добыть такие часы, насчитывалось всего 25 человек. «Дабл-игл» — это редкий трюк даже для лидеров мирового гольфа. А могли рассчитывать его исполнить юноша, ставший профессионалом лишь за два месяца до начала Omega European Masters и дебютировавший в Евротуре благодаря wild card от организаторов? Но чудеса в гольфе случаются. Дорогой хронометр вручил Фуджикаве Роджер Мур, актер, исполнявший роль агента 007 Джеймса Бонда.

Победители крупнейших гольф-турниров в 2007 году

Дата	Турнир	Место	Призовой фонд	Победитель	Призовые победителя	Дата	Турнир	Место	Призовой фонд	Победитель	Призовые победителя
07.01	Mercedes-Benz Championship	Гавайи (США)	\$5300000	Виджей Сингх (Фиджи)	\$1100000	27.05	Crowne Plaza Invitational at Colonial	Форт-Уорт (США)	\$6000000	Рори Саббатини (ЮАР)	\$1080000
14.01	Sony Open in Hawaii	Гавайи (США)	\$5600000	Пол Голдос (США)	\$918000	27.05	BMW — PGA Championship	Уэверн (Англия)	€4382595	Андерс Хансен (Дания)	€725000
14.01	Joburg Open	Йоханнесбург (ЮАР)	€1010592	Ариэль Канете (Аргентина)	€158500	03.06	The Memorial Tournament Presented by Morgan Stanley	Дублин (Огайо, США)	\$5800000	Чой Кьон Чжу (Корея)	\$1044000
21.01	Bob Hope Chrysler Classic	Калифорния (США)	\$5000000	Чарли Хоффман (США)	\$900000	03.06	The Celtic Manor Wales Open	Ньюпорт (Уэльс)	€221694	Ричард Стрикер (ЮАР)	€368812
21.01	Abu Dhabi Golf Championship	Абу-Дави (ОАЭ)	€1556541	Поль Кейси (Англия)	€257877	10.06	Stanford St. Jude Championship	Мемфис (Теннесси, США)	\$6000000	Вуди Остин (США)	\$1080000
28.01	Buick Invitational	Тайгер Вудс (США)	\$5200000	Тайгер Вудс (США)	\$918000	10.06	BA-CA Golf Open Presented by Telecom Austria	Вена (Австрия)	€1295150	Ричард Грин (Австралия)	€216660
28.01	The Commercial Qatar Masters	Доха (Катар)	€1706653	Ретив Гусен (ЮАР)	\$282743	17.06	US Open Championship	Оакмонт (Пенсильвания, США)	\$7000000	Ангель Карбера (Аргентина)	\$1260000
04.02	FBR Open	Скотсдейл (США)	\$6000000	Аарон Баддлин (Австралия)	\$1080000	24.06	Travelers Championship	Кромвелл (Коннектикут, США)	\$6000000	Хантер Мазан (США)	\$1080000
11.02	AT&T Pebble Beach National Pro-Am	Пейбл-Бич (США)	\$5500000	Фил Микелсон (США)	\$972000	24.06	BMW International Open	Мюнхен (Германия)	€1979950	Никлас Фаш (Швеция)	€333330
11.02	Dubai Desert Classic	Дубай (ОАЭ)	€1840535	Хенрик Стенсон (Швеция)	€309962	01.07	Open de France ALSTOM	Париж (Франция)	€3967700	Грам Сторм (Англия)	€666660
11.02	Maybank Malaysia Open	Куала-Лумпур (Малайзия)	€991663	Петер Хедблом (Швеция)	€165895	01.07	Buick Open	Гранд-Блан (Мичиган, США)	\$4900000	Брайан Бейтмен (США)	\$882000
18.02	Nissan Open	Калифорния (США)	\$5200000	Чарльз Хоуэлл III (США)	\$936000	08.07	AT&T National	Бечесда (Мэриленд, США)	\$6000000	Чой Кьон Чжу (Корея)	\$1080000
18.02	Enjoi Jakarta Astra Indonesia Open	Джакарта (Индонезия)	€690474	Микко Илонен (Финляндия)	€134564	08.07	Smurfit Kappa European Open	Килдэйр (Ирландия)	€3548214	Коллин Монтомери (Шотландия)	€935380
25.02	WGC — Accenture Match Play Championship	Туксон (США)	\$8000000	Хенрик Стенсон (Швеция)	\$1350000	15.07	The Barclays Scottish Open	Глазго (Шотландия)	€4594876	Грегори Аард (Франция)	€738255
25.02	Mayakoba Golf Classic at Riviera Maya-Cancun	Мексика	\$3500000	Фред Функ (США)	\$630000	15.07	John Deere Classic	Силвис (Иллинойс, США)	\$4100000	Джонатан Берд (США)	\$738000
04.03	The Honda Classic	Пальм-Бич (США)	\$5500000	Марк Уилсон (США)	\$990000	22.07	British Open Championship	Кэрнусти (Шотландия)	€6162532	Пэддэй Харрингтон (Ирландия)	€1106617
04.03	Johnnie Walker Classic	Пукет (Таиланд)	€1887130	Антон Хагг (ЮАР)	€310801	22.07	US Bank Championship in Milwaukee	Милуоки (Висконсин, США)	\$4000000	Джефф Огилви (США)	\$720000
11.03	PODS Championship	Пальм-Харбор (США)	\$5300000	Марк Калкавекко (США)	\$954000	29.07	Deutsche Bank Player's Championship of Europe	Гамбург (Германия)	€3648492	Андерс Ромеро (Аргентина)	€600000
11.03	Clariden Leu Singapore Masters	Сингапур	€835721	Ван Янчун (Китай)	€139076	29.07	Canadian Open Presented by Franklin Templeton Investments	Оквилл (Онтарио, Канада)	\$5000000	Джим Фьюрик (США)	\$900000
18.03	Arnold Palmer Invitational presented by MasterCard	Орандж (США)	\$5500000	Виджей Сингх (Фиджи)	\$990000	05.08	WGC — Bridgestone Invitational	Акрон (Огайо, США)	\$8000000	Тайгер Вудс (США)	\$1350000
18.03	TCL Classic	Сянья (Китай)	€756341	Чапхай Нрат (Таиланд)	€127047	05.08	Renco-Tahoe Open	Рино (Невада, США)	\$3000000	Стив Флаш (США)	\$540000
25.03	WGC CA Championship	Майами (США)	\$8000000	Тайгер Вудс (США)	\$1350000	05.08	Russian Open Golf Championship	Москва (Россия)	€1469913	Пер Ульрик Юанссон (Швеция)	€244251
25.03	Madeira Islands Open BPI	Мадейра (Португалия)	€695980	Даниэль Вансик (Аргентина)	€116660	12.08	PGA Championship	Талса (Оклахома, США)	\$7000000	Тайгер Вудс (США)	\$1260000
01.04	Shell Houston Open	Техас (США)	\$5500000	Адам Скотт (Австралия)	\$990000	19.08	Wyndham Championship	Гринсборо (Северная Каролина, США)	\$5000000	Бренд Снедекер (США)	\$900000
01.04	Estoril Open de Portugal	Португалия	€1253747	Пабло Мартин (Испания)	---	19.08	Scandinavian Masters	Стокгольм (Швеция)	€1594030	Микко Илонен (Финляндия)	€266660
08.04	Masters Tournament	Огаста (США)	\$7418464	Зак Джонсон (США)	\$1305000	26.08	The Barclays	Харрисон (Нью-Йорк, США)	\$7000000	Стив Стрикер (США)	\$1260000
15.04	Verizon Heritage	Хилтон-Хед (США)	\$5400000	Бу Уикли (США)	\$972000	26.08	KLM Open	Поландия	€1600000	Росс Фишер (Англия)	€266660
15.04	Volvo China Open	Шанхай (Китай)	€1501482	Маркус Брив (Австрия)	€249125	03.09	Deutsche Bank Championship	Бостон (США)	\$7000000	Фил Микелсон (США)	\$1260000
22.04	Zurich Classic of New Orleans	Луизиана (США)	\$6100000	Ник Уитни (США)	\$1098000	09.09	BMW Championship	Ког Хилл (США)	\$7000000	Тайгер Вудс (США)	\$1260000
22.04	BMW Asian Open	Шанхай (Китай)	€1698329	Рафаэль Жаклен (Франция)	€283570	16.09	PGA Tour Championship	Атланта (США)	\$7000000	Тайгер Вудс (США)	\$1260000
29.04	EDS Byron Nelson Championship	Ирвайн (США)	\$6300000	Скотт Верпланк (США)	\$1134000	23.09	Turning Stone Resort Championship	Нью-Йорк (США)	\$6000000	Стив Флаш (США)	\$1080000
29.04	Open de Espana	Мадрид (Испания)	€1984350	Карл Шварцль (ЮАР)	€333330	30.09	Viking Classic	Энандейл (США)	\$3500000	Чед Каммелли (США)	\$630000
06.05	Wachovia Championship										



Полевой девелопмент

ИНВЕСТИЦИИ

Как отмечают эксперты рынка загородной недвижимости, наличие в инфраструктуре коттеджного поселка гольф-клуба позволяет застройщику продавать коттеджи на 15–20% дороже, чем стоят дома аналогичного качества по соседству. В беспорном выигрыше оказываются и девелоперы соседних поселков: близость к гольф-клубу дает их проектам дополнительные конкурентные преимущества и позволяет выделиться среди сотен других коттеджных поселков, не потратив на это ни копейки.

Растущий спрос

Выгод от гольф-строительства нетрудно проиллюстрировать конкретными примерами. Возьмем клуб Le Meridien Moscow Country Club рядом с поселком Нахабино. Деревянные дома (45 отдельно стоящих и 14 таунхаусов), построенные на территории гольф-клуба, никогда не продавались, а сдавались в аренду. Причем с момента открытия и по настоящий день по самым высоким в Московской области ставкам. К примеру, сейчас арендные ставки в Country Club варьируются от 4,5 млн до 9 млн рублей в месяц в зависимости от размера и расположения домика.

Утверждение, что наличие гольф-клуба на территории поселка или по соседству с ним повышает стоимость домовладения и земли, справедливо, — подтверждает Илья Компасов, директор по связям с общественностью Le Meridien Moscow Country Club. — Хотя доказать это цифрами не всегда удается. В нашем случае сначала было построено именно гольф-поле, а потом появились коттеджи. Тем не менее стоимость их аренды за последние годы, безусловно, выросла.

В Подмосковье до сих пор ощущается нехватка гольф-клубов. Популярность гольфа растет, мест для игры не хватает. Существующие клубы, включая Le Meridien Moscow Country Club, зачастую не имеют возможности принять всех желающих, отмечает Илья Компасов. Соответственно, строительство гольф-полей для девелоперов является выгодными инвестициями.

Год назад буквально за бетонным забором Le Meridien Moscow Country Club компания «Северо-Запад» начала строительство коттеджного поселка «Нахабино Кантри Клуб». Приятное соседство позволило застройщику будущего поселка назначить цену за сотку земли \$30 тыс. еще на начальном этапе строительства, когда будущий поселок представлял собой не слишком-то живописное поле.

Естественно, покупка дома в «Нахабино Кантри Клуб» не означает для жителей поселка автоматическое членство в гольф-клубе — за него нужно заплатить дополнительно по тарифу без скидок «за соседство». Однако покупатели по достоинству оценили преимущество готовой инфраструктуры за забором — продажи идут хорошо. А застройщику — компании «Северо-Запад» — хорошее соседство позволяет сократить площади под собственную инфраструктуру, построить больше домов и использовать близость к гольф-клубу в качестве конкурентного преимущества собственного поселка.

«На заре становления рынка загородной недвижимости в Подмосковье спрос на объекты в практически любом поселке, появившемся на рынке, значительно превышал предложение, что позволяло застройщикам реализовывать свои объекты без особых проблем. За последние два года ситуация качественно изменилась, — рассказывает Марк Вдовских, директор по маркетингу компании «Северо-Запад». — Обострилась конкуренция, связанная с возросшим количеством новых поселков (в настоящее время их насчитывается уже порядка пяти сот). Выросли требования клиентов. Сейчас для успешного продвижения нового поселка девелоперу недостаточно просто в срок и качественно построить дома и проложить коммуникации. Для того чтобы поселок выделялся среди конкурентов, необходима визитная карточка, изюминка проекта».

В Подмосковье стали появляться поселки, ориентированные на определенную целевую группу клиентов: любителей гольфа, яхтинга, горнолыжного спорта и других видов активного образа жизни. Такого покупателя должна заинтересовать возможность помимо комфортного проживания получить еще и условия заниматься любимым делом рядом с домом. Тенденция появления «тематических» поселков на рынке подмосковной недвижимости ста-



Российские девелоперы уже поняли, что находящееся по соседству с коттеджным поселком гольф-поле делает недвижимость гораздо более привлекательной и дорогой. ФОТО ИТАР-ТАСС

ла укрепляться относительно недавно — год-два назад. «Раньше аналитики рынка элитной загородной недвижимости, составляя портрет потенциальной целевой аудитории, считали, что живут за городом, как правило, большой семьей. Но в последние годы портрет покупателя стал меняться, — рассказывает Марк Вдовских. — Специфические черты потенциального покупателя, имеющего социальный статус холостяка, все чаще оказываются в центре внимания застройщиков. И вместе с этими требованиями к загородному дому (большой дом у воды или леса) теперь формируются продукты, узко ориентированные на частные нужды клиентов».

Даже названия «тематических» поселков говорят сами за себя: «Плавающий дом», «Дом-волна», «Родовое имение», «Дом-галерея», «Нахабино Кантри Клуб». Поскольку гольф стал весьма популярным развлечением среди московских небогатых людей, наличие поля для гольфа в коттеджном поселке или в непосредственной близости значительно увеличивает привлекательность нашего поселка для потребителей, — признает Марк Вдовских.

На волне всеобщего интереса, подогреваемого успешными продажами и сдачей в аренду коттеджей в гольф-клубе Le Meridien Country Club, собственные гольф-поля строят и другие крупные девелоперы.

Окупаемость за четыре года

В ближайшие 15 лет в Подмосковье, согласно программе «500 гольф-сооружений за 15 лет», будет построено 25 гольф-

полей. Интерес к гольфу девелоперов растет. И неспроста. «Доход приносит не только сам гольф. 70% дохода приносит инфраструктура, находящаяся рядом с гольф-полем, которая в отличие от поля может работать круглогодично, — отмечает Тимур Сайфутдинов, генеральный директор компании «Терра-недвижимость». — Привычка состоятельных людей встречаться и общаться в одном и том же месте — гарантия притока денег в любой сезон. Символом поселка и гольф-клуба понятен гольф-клуб получает аудиторию, а жители поселка место для досуга и развитую инфраструктуру».

Из проектов на стадии строительства можно отметить «Рублевка Гольф-клуб», гольф- и яхт-клуб «Пестово», а также собственные гольф-поля мегапроекта Agalagov Estate. «Участок земли даже без водоемов или леса, но позволяющий организовать рекреационную зону, построить поле для гольфа, существенно растет в цене сам и повышает стоимость соседних территорий, — говорит Екатерина Тейн, директор отдела жилой элитной недвижимости компании Knight Frank.

По данным аналитиков компании «Северо-Запад», благодаря появлению «тематических» поселков на таких направлениях, как Дмитровское, Ленинградское и Калужское, цены на участки в организованных коттеджных поселках уже сравнялись с ценами на традиционно дорогих элитных направлениях — Новорижское, Ильинское или Рублевское шоссе — и составляют от \$25 тыс. за сотку. Но если в рамках мегапроектов строительство своего гольф-клуба оправдано, то для неболь-

шого коттеджного поселка это слишком дорогостоящий имиджевый элемент, считают девелоперы.

Девелоперу невыгодно создавать в поселке собственное гольф-поле, потому что расходы на строительство, стоимость земли и последующие эксплуатационные расходы делают проект нерентабельным, — уверен Марк Вдовских. — Строительство в поселке гольф-поля само по себе резко повышает стоимость строительства гольф-поля о заведомо высокой стоимости проекта и, соответственно, предложении жилья. Оптимальная ситуация для девелопера — это наличие гольф-поля и готовой инфраструкту-

ры комплекса в непосредственной близости от поселка».

Хотя для некоторых девелоперов, строящих дома как раз в непосредственной близости от гольф-полей, собственное преимущество не всегда очевидно переводится в цифры.

«Соседство с гольф-клубом для поселка — явное преимущество, но провести зависимость между ростом цен домов и наличием по соседству гольф-клуба сложно, — рассказывает Сергей Нагорный, директор департамента продаж инвестиционно-девелоперской группы ОПИН (проекты компании соседствуют с гольф- и яхт-клубом «Пестово»). — Гольф-клуб — один из плюсов в продвижении поселка, но далеко не единственный фактор, влияющий на его успешность. Слагаемых успеха реализации поселка много, это хорошая транспортная доступность, удачная инфраструктура, наличие водоема, береговой линии и так далее».

Проектирование гольф-клуба у ведущих дизайнеров и архитекторов обойдется в сумму до \$1,5 млн. Строительство поля для гольфа стоит от \$2–3 млн. В зависимости от сложности проектирования поля эта сумма может достигать \$30 млн. Это не учитывая стоимость здания самого гольф-клуба и других технических сооружений.

«Содержание гольф-полей в российских условиях в общем обходится немного дороже, чем в Европе или США, — рассказывает Илья Компасов. — С одной стороны, затраты на эксплуатацию гольф-полей в России должны быть меньше, так как сезон в лучшем случае составляет пять-шесть месяцев, тогда как на большинстве полей южной Европы поля открыты круглый год. С другой стороны, из-за продолжительной зимы поле требует серьезных финансовых вложений в начале сезона для его «реанимации» после зимнего периода. В итоге получается, что совокупные затраты на

эксплуатацию гольф-поля в год примерно такие же, как и в других странах, либо больше. В среднем затраты могут варьироваться от \$500 тыс. до \$1 млн в год. В эту стоимость входит как закупка необходимых удобнений, оборудования и техники, так и сама работа в течение года на полях».

«Сам гольф-клуб может стать для девелоперов либо стабильным источником дохода в будущем, либо хорошим бизнес-проектом на продажу, — рассказывает Тимур Сайфутдинов. — Чтобы сделать гольф-клуб рентабельным, там необходимо иметь не меньше пяти-сот постоянных членов. Около 40% жителей близлежащих поселков — его потенциальные участники. По нашим подсчетам, успешный проект гольф-клуба может окупиться в течение четырех лет».

Значение проектирования

«На этапе начала строительства резиденций на территории гольф-клуба устанавливается максимальная цена — как за строительство, уже сданное в эксплуатацию, — рассказывает Юлия Деева, проект-менеджер департамента консалтинга GVA Sawyut (компания разрабатывает проект поселка с гольф-клубом, который будет построен на юге России). — Политика максимальных цен сводит к минимуму «инвестиционные» покупки, формирует социальный портрет будущих жителей поселка с едиными привычками, образом жизни и едиными социальными институтами. Более того, образ жизни потенциальных покупателей изучается дизайнерами и архитекторами до проектирования внутренне и внешне пространство. Изучается все, что относится к образу жизни: упущение одного из элементов жизнедеятельности группы может повлиять на успех реализации проекта».

Как правило, цена домовладения на территории гольф-клуба выше на 18–25%, чем ана-

логичных строений на прилегающей местности. Это не освобождает покупателей недвижимости от уплаты членских взносов в клубе и других сопутствующих расходов. Диапазон цен на домовладения зависит от местоположения, видовых характеристик, площади строения и площади участка. Так, дом, у которого панорамные виды на три стороны, будет дороже, чем вила с видами на две стороны света, отмечает Юлия Деева.

«Под размещение гольф-клуба может использоваться территория, непригодная для строительства жилья или объектов инфраструктуры, — рассказывает Петр Врабий, заместитель генерального директора корпорации «Знак» (компания разработана проекты строительства в Подмосковье поселков с гольф-полями). — Кроме того, поле для игры в гольф за окном коттеджа или апартаментов на первой линии является дополнительным эстетическим преимуществом участка или дома, так как создает ощущение простора и открытости, которое труднодостижимо в ставших привычными коттеджных поселках с плотной застройкой и трехметровыми заборами. А соседство с гольф-клубом влияет в основном на стоимость недвижимости, расположенной на первой линии, поэтому грамотные девелоперы стараются реализовать гольф-поле такой конфигурации, чтобы количество домов на первой линии было максимальным».

Проектировщики подчеркивают, что территория, отведенная для жилых резиденций, как правило, не застраивается сразу. Через восемь-десять лет существования гольф-клуба цены на его недвижимость будут существенно выше. «Поэтому при проектировании оставляют резерв — удаленный участок земли, который будет застроен в последнюю очередь самыми роскошными и дорогими резиденциями, — рассказывает Юлия Деева.

Ольга Соломатина

«Гольф-клубы, как правило, просты по архитектуре»

ИНТЕРВЬЮ

Архитектурная мастерская МНИИП «Моспроект-4» разработала проект нового гольф-клуба на территории Москвы. Он должен появиться в парке Тимирязевской академии. Об особенностях проектирования и строительства гольф-полей в условиях климата средней полосы России, а также о новом клубе ОЛЬГЕ СОЛОМАТИНОЙ рассказывает главный архитектор проекта МНИИП «Моспроект-4» КИРИЛЛ АНИСИМОВ.



— Где будет построен новый гольф-клуб?
— На территории Тимирязевской академии. Она занимает 660 га федеральной земли на территории Москвы. Это огромная территория. Во время разработки проекта мы ездили по парку академии и иногда попадали в такие дикие места, что, казалось, там вообще не ступала нога человека. Под девятигектарное гольф-поле выделили 25 га. — Этого достаточно?
— Струдом, но хватает. Обычно на Западе девятигектарные гольф-поля занимают площади до 35–40 га.

— Что сейчас находится на месте будущего гольф-клуба?
— На его месте — около Верхнего фермерского пруда — находится ужасный птичник. Но пруд можно расчистить, а на берегу, согласно проекту, будет построен клуб-хаус — здание, в котором разместятся помещения самого гольф-клуба, раздевалки, пункт проката инвентаря, ресторан. В проекте есть также мини-гостиница и небольшие офисные помещения. Все здания займут один гектар.
— Клуб-хаус — помещение довольно прагматичное.

Есть ли какие-то правила и традиции его проектирования?

— Такие постройки, как правило, просты по архитектуре. Поскольку в России пока дефицит собственных гольф-традиций, мы сделали проект в стиле современной архитектуры: бетонное здание с большими витражными окнами, из которых видно поле. Здание действительно прежде всего должно быть функционально. Необходимо было предусмотреть несколько выходов-входов, чтобы гости могли попасть на поле из фойе, из бара и ресторана. Место для строительства выбрано идеальное. Рядом с клуб-хаусом поместилась стоянка на пятьдесят автомобилей. Будет выход к пруду. Проектом предусмотрена прогулочная зона между клуб-хаусом и прудом. На воде планируется построить крытые круглые платформы — летние террасы, накрытые тентом.
— Как предполагается использовать гольф-клуб зимой?
— Вдоль гольф-поля, чтобы не повредить газон, предполагается прокладывать лыжную трассу. Пруд можно прев-

ращать в каток, организовать прокат лыж и коньков. Кроме того, в подвале клуб-хауса, согласно проекту, разместятся тренажерный зал, сауна и гольф-симуляторы.

— Кто разрабатывает проект самого поля?

— Американское проектное бюро нарисовало лунки — очень красочный рисунок получился. Но это только концепция. Развернутый проект с описанием земляных и дренажных работ они сделают позже.

— Почему газон для гольф-полей в Россию везут из-за границы?

— У нас мало специалистов, которые разбираются в газонах. Даже спортивные газоны везут из-за границы, хотя в футбол в России играют явно не десять лет. Почему в «Лужниках» искусственный газон? Потому что не могут вырастить настоящий. На стадионе «Локомотив», когда меняли газон, его тоже привозили из-за границы. Причем доставка, работа и сама трава обошлись в сумму около \$400 тыс. А требования к газонам для гольф-полей на порядок выше, нежели к футбольным.

www.temainc.ru

(495) 440-60-47, 440-60-48

РЕКЛАМА

ГОЛЬФ

БИТЬ ПО-ВОЛЖСКИ

регионы

В этом году Самарский регион попал в число номинантов Всероссийской гольф-премии. И хотя волжане в финале уступили Калининградской области, они обратили на себя пристальное внимание российской гольф-общественности. Об экзотических и классических маршрутах поволжского гольф-путешествия рассказывает **Наталья Старостина**.

Тольяттинский старт Гольф-летопись Самарского региона начинается с Тольятти. В конце 1990-х годов, когда эта игра только-только начала набирать обороты, местный предприниматель Лев Голяс решил развивать в родном городе спорт. За короткое время в Тольятти открыли несколько обучающих секций и создали благотворительный фонд «Гольф против наркотиков». Первых учеников Голяс несколько раз вывозил в Турцию — попробовать силы на тамошних полях. Вскоре в Тольятти был разработан свой дизайн-проект полноценного 18-луночного поля международного стандарта и собственного клуба «Волга». Но реализован он не был из-за множества финансовых и организационных проблем. Руководитель Самарского отделения Ассоциации гольфа России Владимир Фесенко рассказывает: «Спустя несколько лет я видел это место. Оно попросило травой и находится в диком запустении». А вскоре ушел из жизни основатель тольяттинского гольфа Лев Голяс.

Развитие гольф-движения в регионе приостановилось. Но вскоре гольфом занялся тольяттинский бизнесмен Игорь Мищенко. Понимая, что Тольятти не угнаться за Москвой с ее дорожными проектами, предприниматель придумал экзотический вариант привлечения публики. В 2002 году по инициати-

ве Игоря Мищенко на замерзшем водоеме впервые в российской истории был проведен The International Ice Golf Tournament. И «ледовое побоище» прижилось!

Ледовые схватки

В одной из заводов Волжского водохранилища, когда на дворе стоят двадцати-, а то и тридцатиградусные морозы, уже несколько лет подряд десятки людей выходят на лед. Это не любители зимней рыбалки, а игроки в айс-гольф. На расчищенный лед наносят яркую разметку и сверлят лунки. В течение трех дней соревнований игроки проходят 27 лунок (по девять в каждом раунде). Чтобы усложнить игрокам задачу, на дистанции устроены препятствия: снежные арки, крутые повороты, ледяные скульптуры.

Надо признаться, что гольф на льду все-таки не российское ноу-хау. С 1997 года в Гренландии проходит The World Ice Golf Championship. Искусственных снежных насыпей и ледовых преград там не устраивают, поскольку есть настоящие. Вот и в Тольятти из-за относительно малой продолжительности летнего, «травяного» сезона решили заниматься зимним гольфом. Для помощи в проведении первого айс-турнира в Россию приехал один из организаторов гренландских состязаний. В этом году в Толь-



Гренландская игра в гольф на льду успешно прижилась в Поволжье. ФОТО АРР

яты будут отмечать пятилетие Международных соревнований по гольфу на льду.

Играют в Тольятти и на траве. Три года назад здесь был создан «Тольятти гольф клуб» — драйвинг-рэндж плюс две тренировочные лунки. А также MG-Club, курирующий секции мини-гольфа в школах города.

Опыт тольяттинцев стал примером для всего региона. Занялись гольфом и в Самаре. При поддержке Москвы в области в 2006 году было создано Самарское региональное отделение Ассоциации гольфа России. «Гольф — вполне самостоятельный вид спорта, вернее даже стиль жизни. Он привлекает самостоятельных людей, иногда с трудом идущих на контакты друг с другом», — говорит Владимир Фесенко. Поэтому в первую очередь решили привлечь к заня-

тиям гольфом местных предпринимателей и чиновников.

За пару лет в области появилось несколько энтузиастов гольф-движения: Владислав Куприяшин, Игорь Носков, Наталья Корнеева, Василий Дунаев, Владимир Аверкиев, Валерий Беленов и другие. Начали с малого — с мини-гольфа. Первую секцию открыли в сентябре этого года на местном стадионе «Локомотив». К запуску уже готовы еще три мини-гольф-площадки для обучения, которые начнут работать до конца этого года. Владимир Фесенко вспоминает, как обходил самарские школы: «Я принес им клюшки, мячи, объяснял, что такое гольф и как в него играть. 80 процентов ребят изъявили желание заниматься в секции». К тому же цена вопроса по меркам мировой индустрии просто мизерная. По подсчетам Фесен-

ко, чтобы оборудовать школьную гольф-секцию, необходимо всего 30–40 тыс. рублей.

«Студенческий» гольф

Губернские власти (точнее, департамент туризма администрации области) заговорили о формировании туристско-рекреационного кластера на территории области. Владимир Фесенко объясняет: «Регион ежегодно посещает около 1,5 млн туристов, и развитие этого направления могло бы принести в казну солидные средства». Была разработана стратегия вплоть до 2020 года. В основе областной программы два крупных проекта: туристический комплекс в деревне Ширяево и развитие территории Самарской луки.

Стартовый размер инвестиций проекта на территории в 400 га — 30 млрд рублей. Цент-

ром будущего кластера предполагается сделать гольф-объект (правда, его формат пока не определен). Кроме того, проект предусматривает строительство причального комплекса для приезжих яхтсменов, канатной дороги от набережной Самары до близлежащего села Рождествено, этнографической деревни и биатлонного центра. Для полноценного отдыха и возврата вложенных инвестиций бизнес-план Самарской луки предусматривает и сооружение коттеджного комплекса Holiday Village. Коттеджи предполагается продавать, а также сдавать в краткосрочную или долгосрочную аренду.

Другой интересный проект — «Университетский городок». Его создатели сделали ставку на ландшафт. Гольф-поле будет находиться в окружении каскада озер и искусственных водо-



В Самарской области начинается настоящая гольф-экспансия

мов, лугов и пастбищ. Неподалеку расположится поселок коттеджей долгосрочной аренды, животноводческий и агропромышленный комплексы. Но основная функциональная зона «Университетского городка» — это гостиничный комплекс, VIP-коттеджи, деловой, учебный и развлекательные комплексы. «Студенты» (так называют будущих гостей «Университетского городка») смогут заняться конным спортом (предполагается устройство конноспортивной базы) и провести время в зоне экстремальных развлечений. Скучно здесь не будет.

Есть в регионе и третий проект, муниципальный, рассчитанный не на состоятельных приезжих, а на рядовых местных жителей. В следующем году планируется начать устройство общедоступной гольф-площадки близ Самары. Первый этап —

несколько грингов; второй — пич энд пат. А вот каким будет третий, пока не решено. Владимир Фесенко говорит: «В России гольф пока доступен немногим, так как эта игра к нам пришла совсем недавно. Но чем больше клубов будет появляться, тем ниже будут цены. Это демонстрирует мировая практика. Такую картину можно было наблюдать в Германии 50 лет назад. И какой демократичный это вид спорта там сейчас! Япония узнала о гольфе только после второй мировой войны, когда американцы строили на своих военных базах поля. А сейчас на выходные до десяти «бойнгов» с японскими гольф-туристами вылетают на Гавайи. Там гольф-туризм занимает 10–20% от всех туристических направлений». Остаётся надеяться, что в недалеком будущем все это будет доступно и в России.

Реклама

ВЗЯЛ И ПРЕУСПЕЛ

ОАО «Собинбанк». Лицензия Банка России №1317

(495) 725 25 25
www.sobinbank.ru

СОБИНБАНК
РАЗУМНЫЙ ВЫБОР

«Стратегическая задача — создание позитивного имиджа»

первые лица

Одним из лидеров в области спортивного спонсорства в мире является швейцарская часовая компания Omega. Гольф входит в число ее приоритетов. Почему — президент компании СТИВЕН УРКХАРТ рассказал во время турнира Omega European Masters корреспонденту «Ъ-Гольфа» АНДРЕЮ СЕМЬЯНИНОВУ.

— Компания Omega в области спортивного маркетинга известна в первую очередь как официальный таймкипер Олимпийских игр. Почему Omega пришла в гольф?

— Действительно, наш крупнейший проект в области спорта — это Олимпийские игры, но вряд ли его можно назвать спортивным маркетингом. Мы же таймкперы (хранители времени) на Олимпиадах. Только в Пекине команда Omega, которая будет непосредственно заниматься хронометрированием спортивных состязаний, составит 420 человек. Это огромные инвестиции.

Стратегическая задача нашего присутствия в гольфе — создание позитивного имиджа. Гольф вообще очень хороший партнер Omega. С одной стороны, у него есть традиции, а с другой — он очень молод. Выгляньте сейчас в окно и посмотрите на поле. Там множество молодых людей, которые увлеклись гольфом. В гольф начинают играть новые страны — азиатские, латиноамериканские. Возможно, он станет таким же популярным и в России.

— Поскольку речь зашла о России, что вам известно о российском гольфе?

— Честно говоря, пока немного. Но у нас есть контакты с российскими гольфистами. Мы присутствовали в российских гольф-журналах. Еще я знаю, что в России, в частности под Москвой, появляются гольф-клубы высокого уровня. Если говорить о спонсорских и инвестиционных программах Omega, связанных с Россией, то мы, как официальный таймкипер Олимпийских игр, очень ждем Олимпиаду в Сочи в 2014 году. Нам очень важно в Сочи продолжить работу на Олимпиадах после Пекина, Ванкувера и Лондона. Наверное, я не должен сейчас это говорить, потому что контракты на участие Omega в сочинской Олимпиаде еще не подписаны, но мы надеемся быть и там.

— Сколько Omega расходует на спонсорство гольф-турниров?

— У нас есть турнир в Кран-Монтана, здесь мы титульные спонсоры. С ноября мы берем на себя Omega Mission Hills World Cup, Кубок мира в Гонконге. Только на призовые



мы инвестируем в него за 12 лет \$72 млн. По \$6 млн в год, а без учета расходов на эксплуатацию и маркетинг это даже не половина затрат. Зато мы получаем соревнование, которое можно назвать крупнейшим гольф-турниром в мире. Может быть, в следующем году российские гольфисты тоже примут участие в Кубке мира? Это ведь на самом деле фантастический турнир.

— Какую отдачу вы ждете от инвестирования в гольф?

— Очень сложно ответить, если подразумевать точную цифру. Конечно, мы получаем рекламную отдачу, ведь мы продаем часы, но эффективность не рассчитать так просто. Например, мы вложили средства в фильм про Джеймса Бонда, и после этого можно сказать, что продажи часов Omega выросли вот настолько и настолько. А в случае с позиционированием бренда и повышением его узнаваемости проблема в том, что ничего нельзя сказать заранее. Когда мы говорим о деньгах, то половина всего, что уходит на маркетинг, пропавшие деньги. Понимаете, о чем я? Я вам могу назвать тоже какую-то цифру, но она ничего не будет значить. Можно вложить 10 млн, но если месседж неправильный, тогда это просто пустая трата денег. Или вы можете инвестировать 2 млн во что-то еще, а месседж будет верным, и вы получаете в десять раз больше. Понимаете, это не просто вопрос вложения денег, это вопрос о том, какой эффект мы получаем в перспективе.

— Тогда в чем основной эффект от инвестиций в гольф? Увеличение продаж, повышение имиджа компании, привлечение к своей продукции аудитории сегмента luxury, например?

— Всего понемногу. Главное все-таки — это узнаваемость бренда. Это очень важно. Если вы оглянетесь вокруг, увидите, что все вокруг в Кран-Монтана клиенты Omega. Все это показывается по телевидению, так что узнаваемость бренда — это причина номер один.

Практически столь же важны вопросы имиджа. Вот смотрите. Спонсорством

гольф-турниров занимаются крупные банки. HSBC, Bank of America, швейцарские банки — они все инвестируют в гольф. Они ведь, в отличие от нас, не продают товары. Мы делаем часы, у нас есть магазины, а у банка нет необходимости продавать банковские счета. Они пришли в гольф, так как в плане имиджа это дает очень хорошую платформу и свидетельствует о высоком качестве услуг. Но, конечно, мы задумываемся и о том, сколько мы продаем.

— Не мешает ли Omega то обстоятельство, что гольф коммерчески привязан к конкурирующему бренду Rolex?

— Почему вы решили, что гольф коммерчески привязан к Rolex? У них нет ни одного турнира с титульным спонсорством. И потом, в мире существует много брендов, не только Omega или Rolex. Я не вижу здесь особой проблемы для нас, поскольку на этом рынке мы хорошо закреплены. Начали мы входить в гольф уже много лет назад в Азии. Кажется, это были 1960-е, быть может, 1970-е годы. Вплотную же мы связаны с гольфом уже 15 лет, поэтому нет никаких затруднений из-за того, что с гольфом также работают другие часовые бренды.

— В какой степени Omega участвует в организации гольф-турнира в Кран-Монтана?

— Здесь мы титульные спонсоры. Контракт подписан на пять лет. Затем он может быть продлен еще на такой же срок. В Кран-Монтана мы пришли семь лет назад, нам удалось многого добиться, и я думаю, что если ты что-то построил, то надо развивать это и дальше.

Главная расходная часть, разумеется, призовые деньги. Это — \$2 млн. Конечно, кое-что мы компенсируем, например, правами на телетрансляцию. За организацию турнира, эксплуатационные расходы мы ответственности не несем. Если на турнире будут потеряны деньги, то это не наши проблемы, а организаторов.

— Исследовались ли данные по изменению объема продаж часов Omega сразу после турнира в Кран-Монтана? Существует ли непосредственный эффект от его проведения?

— Цифрами это объяснить довольно сложно. Один турнир — это все-таки очень маленькое мероприятие. Мы продаем более 2 тыс. пар часов в день, а в магазине Кран-Монтана, допустим, продадим за время проведения гольф-турнира 20. Соотношение вы сами видите. Главное — зачем мы сюда пришли. Это создание благоприятного имиджа компании путем участия в одном из самых престижных гольф-турниров европейского тура.



Шаровая эволюция

инвентарь

Ошибается тот, кто думает, будто мяч в гольфе — это предмет, о котором ничего интересного не расскажешь. Наоборот. Эксперт «Ъ-Гольфа» **Алексей Николов** — о прошлом и настоящем мячей для гольфа.

Есть в истории гольфа одно противоречие, на которое рано или поздно неизбежно наткнется всякий, кто ею заинтересуется. Вроде бы игра эта изначально задумывалась как простая и всякому, кто только пожелает ею овладеть, доступная. Помните, кто в нее (или что-то очень похожее) изначально играл? Правильно — пастухи, причем в самых разных землях — от Шотландии до Грузии, не сговариваясь и даже не списываясь по мейлу, ввиду его в те времена отсутствия.

Действительно, идея такой игры, что называется, носилась в воздухе. Ходишь, ходишь целыми днями по травке, краем глаза смотришь на овечек, а делать тебе при этом особенно нечего, благо овчарки (кавказские, шотландские и разные прочие) уже человечеством выведены и с радостным лаем исполняют свои обязанности — стоняют овечек в кучу и прогоняют прочь волков. Ну, берешь тогда со скуки загнутую палку, находишь камень покрутее — и со связываешь с другим пастухом: загоняешь камень в ямку, стараясь сделать меньше ударов, чем он. Палок в мире хватает, камней — тем более. Даже травку тебе только что подстригли твои же овечки, причем настолько аккуратно, что некоторым российским футбольным клубам такое поле является исключительно в сновиждении. И все это, заметьте, бесплатно. Остается только не поленившись ямку выкопать. Но на это обычно хватает энергии даже у самого отъявленного лентяя. Словом, весьма и весьма общедоступное получается занятие.

Но тогда откуда, спрашивается, взялась репутация гольфа как игры, предназна-



Таковыми предметами когда-то играли в игру, о чем напоминает гольф, в Китае. ФОТО REUTERS

ченной исключительно для избранного круга богатей? И почему, когда в XVIII веке стали появляться первые гольф-клубы (вроде знаменитого ныне королевского клуба Сент-Эндрюс), их членами становились только очень уважаемые и богатые джентльмены, а вовсе не пастухи?

Кстати, некоторые российские журналисты умудряются так совмещать клубы с пастухами, правда, несколько неожиданным способом. В одной статье я прочел экзотическую версию зарождения гольфа в Шотландии. По мнению автора, там жил некогда пастух по имени (не смеетесь громко!) Сент-Эндрю, который и придумал гольф, гоняя камни по местным шотландским лугам. На самом деле, конечно, человек, который изображен на гербе знаменитого клуба рядом с крестом «андреевским» крестом, — это небесный покровитель Шотландии святой апостол Андрей, он же St. Andrew, если в английском варианте. Каким образом апостол, живший, говоря современным языком, в странах Ближнего Востока, превратился в одноименного шотландского пастуха, гонящего камни, автор, видимо, не очень понял и тему эту на всякий случай деликатно обошел.

Вернемся, однако, к настоящему, реальным шотландским пастухам. Почему все же не они, а исключительно представители высшего сословия в течение многих лет могли позволить себе играть в незамысловатую вроде бы игру, которая произошла от несчастного круглого камешка и загнутого сука? Что на протяжении нескольких веков делало ее такой элитарной? Возможно, дорогие клюшки? Или потребность в больших территориях — и, соответственно, недешевой земле?

И ни то и ни другое, на самом деле. Клюшки хоть и требовали затрат, но все же не слишком существенных. А свободных лугов в мире даже сейчас еще осталось немало, а уж в прошлом их хватало просто с избытком, и в большинстве случаев они не стоили гольфистам почти ничего (а иногда и просто ничего). Это только в России местные власти кое-где умудрились приравнять гольф-поля к казино и обложить занятую ими землю таким же налогом. Видимо, страна у нас такая маленькая, и с землей поэтому большие



Мячи «гатти» летели не так далеко, как первые, зато были гораздо надежнее. ФОТО RUSSIAN LOOK

проблемы — в отличие от огромного государства Люксембург, которое мы по количеству гольф-полей пока еще не догнали.

Раз уж мы затронули эту тему: хотя среди членов упомянутого выше клуба Сент-Эндрюс действительно числились и числятся многочисленные известные лица, включая особ королевской крови, и кого пошло туда и сегодня не примут, знаменитое Старое поле ему вовсе не принадлежит, а является общественным достоянием. Потому что эту землю еще в 1553 году местный архиепископ своим указом передал в общественное пользование. Так что сыграть там может любой желающий (правда, зарезервировав стартовое время за год вперед, потому что желающих таких довольно много).

Но вернемся к причинам дороговизны гольфа. На самом деле в течение нескольких веков главным ее фактором был мяч. Тот самый маленький белый мячик, который где-то в XV (хотя некоторые считают, что раньше) пришел на смену круглому камню. Бить по камню изо всей силы — удовольствие небольшое. Не верите — попробуйте сами и убедитесь, что уже после нескольких ударов ощущение в руках остается не самое приятное. Но с неприятными ощущениями настоящий игрок еще мог бы примириться, если бы в результате получалось что-то пунное. Главная проблема — что такой мяч и катится непредсказуемо (много ли вы видели в жизни абсолютного круглых камней?), и летит недалеко.

Пробовали заменить камень шариком, выточенным из дерева. Получилось лучше, но все равно не то, чего хотелось шотландцам. Вот голландцев, у которых существовала в то время очень похожая игра (они, кстати, вовсе не шотландцев считают родоначальниками гольфа — а угадайте кого: правильно, самих себя!), деревянный мяч замечательно устроил. Он и по льду хорошо катился, и в ворота его забивать было удобно. Но по воздуху такой мяч летел недалеко. А настоящий гольф (который все-таки, видимо, изобрели шотландцы) без далеких ударов по воздуху немудрено. И играют в него все-таки на траве, а не на льду. И мяч, кстати, закатывают в лунку, а не в ворота.

Словом, по-настоящему гольф родился только тогда, когда на свет появился первый настоящий мяч для гольфа. Мяч, который шивали из двух кусков кожи и набивали перьями. Что тут говорить, ощущения от удара по дереву и по такому вот мячу различались кардинально. Новый спортивный снаряд, вошедший в историю под названием «перьевик» (feathery), летел намного дальше (за 200 метров!), а приземлялся на траву, наоборот, мягче. Одна беда — стоял он не просто дороже камня (что очевидно) или обточенного куска дерева, а существенно дороже. Даже, я бы сказал, очень существенно. Оттого-то гольф и стал игрой дорогой, доступной только тем, кто мог себе позволить такой роскошный снаряд.



Если у вас есть любимый игрок в гольф, то можно приобрести его именные мячи. Эти «принадлежат» выдающейся шведской гольфистке Аннике Серенстем. ФОТО AFP

Не слишком ли сильно такое определение — «роскошный»? А вот смотрите сами. На один-единственный мяч шло птичьих перьев столько, сколько было необходимо, чтобы доверху заполнить перевернутый цилиндр. А затолкать их надо было в кожаную сферу размером примерно с мячик для настольного тенниса. Мало того что и кожа, и перья доставались не бесплатно, так еще и сама работа требовала невероятно высокой квалификации (напомню, мяч должен был в результате получиться по возможности идеально круглым). И при этом за время работы мастер и его подмастерья успевали вдвоем надыхаться паром и пером, так что ремесло это по степени вредности не уступало профессии углекопа.

За полный рабочий день мастер производил три, от силы четыре таких мяча, то есть примерно столько же, сколько одному игроку требовалось на один раунд. Это — если в сухую погоду; в дождь же мячи выходили из строя примерно вдвое чаще. Одним словом, классическое сочетание большого спроса с малым предложением, которое во все времена неотвратимо порождало один и тот же результат — а именно высокие цены.

В первой половине XIX века за один-единственный мяч гольфисты платили полновесные четыре шиллинга. Если же он выходил из рук известного мастера, то еще больше.

Кстати, те немногие экземпляры оригинальных «перьевиков», которые дожили до наших дней, теперь стоят гораздо дороже, чем два века назад, даже с учетом инфляции. Если вы соберетесь заняться коллекционированием старинного гольф-инвентаря и захотите приобрести мяч, например, работы Аллана Робертсона в хорошем состоянии, то проверьте сначала, лежат ли у вас наготове \$50 тыс. Боюсь, что за меньшую сумму этот маленький спортивный снаряд вам не достанется.

Мы не знаем, кто придумал «перьевик». Зато мы знаем имя человека, который выкопал ему могилу, а заодно и навсегда изменил облик гольфа. Этим человеком был преподобный Джеймс Паттерсон, шотландский проповедник, которого профессиональные обязанности привели в Малайзию. Отец Паттерсон, видимо, был не чужд любви к изящным искусствам и в промежутках между душещипательными проповедями покупал экспонаты для своей коллекции.

Одним из таких экспонатов предстояло стать приличных размеров статую, которую в 1850 году — или около того — он отправлял на родину, поместив в коробку и заблаговременно обложив со всех сторон гуттаперчей, чтобы не разбилась в пути. Кусок гуттаперчи, оставшийся у него в руках после этой процедуры, отец Паттерсон вертел в руках, уходя с причала. Вертел, вертел — и вдруг (а преподобный был, напомню, шотландцем, и любовь к гольфу была у него в крови) ему пришла в голову одна мысль, которой он поделился со знакомым. Через некоторое время эта мысль приобрела вид патента. А вскоре на свет появились и первые «гатти» — мячи из гуттаперчи.

Они летели не так далеко, как «перьевики», да и выглядели непривычно. Но зато быстро выяснилось следующее — стоимость изготовления такого мяча примерно в четыре раза меньше, чем старого; что разбитый мяч можно использовать, чтобы сделать из него новый; что процесс производства перестал быть вредным; наконец, что искусство мастера в этой профессии перестало иметь особое значение. Собственно, теперь мячи мог делать вообще кто угодно — достаточно было купить себе прессовочную форму и найти того, кто мог регулярно поставлять достаточное количество гуттаперчи.

Старые мастера пытались сопротивляться разными способами. Тот же Аллан Робертсон, например, не ограничиваясь пропагандой, точнее, антипропагандой, кото-

го точками и линиями. Такие мячи начали покупать лучше — и вот уже конкуренты немедленно сообразили, что проще эти линии не набивать молоточком, а просто сделать соответствующую пресс-форму.

Собственно, это и была главная революция в истории гольфа, которая не закончилась до сих пор — революция в строении мяча, сделавшая гольф игрой сначала для десятков тысяч, а впоследствии и для десятков миллионов.

Гуттаперчу давно сменили другие материалы — балата, серлин, эластомеры. Появились мячи двухчастные, трехчастные, четырехчастные, многослойные, с твердым ядром, с жидким ядром. Еще выяснилось, что мяч лучше летит, если вместо полосок на обложке мяча делать буторки; потом выяснилось, что еще лучше — если ямочки.

Были долгие исследования того, сколько должно быть ямочек, и какой глубины, и какой формы, и какой узор они должны образовывать. Были длинные судебные тяжбы; изобретатели умудрились запатентовать все, включая саму идею «ямочек», а изобретательные конкуренты выпускали новую модель мяча, рекламируя «ямочки».

И эта тонка не закончена до сей поры. Выпускается новый мяч, под него делают новые модели клюшек, под увеличивающуюся дальность удара приходится строить новые или перестраивать старые поля. А потом выпускается другой мяч — и конца этой истории пока не видно.

Некоторые весьма авторитетные в гольфе люди — скажем, великий Джек Никлаус, абсолютный рекордсмен по количеству завоеванных чемпионских титулов в турнирах Большого шлема, — призывают сегодня отказаться от нынешних мячей и ввести новые, «укороченные», которые летят не так далеко. Другой вариант того же решения — заставить играть «укороченными» мячами только профессионалов, но при этом оставить в покое любителей (то есть 99,9% всех, кто вообще играет в гольф).

Однако тогда пришлось бы отказаться и от одного из фундаментальных принципов гольфа, которые делают его столь популярным, — от принципа использования стандартных правил и стандартного инвентаря для игроков любого уровня. Поэтому принятию это предложение никто не торопится. Впрочем, «стандартный» не значит «одинаковый». Мячи, хоть и выглядят на взгляд дилетанта одинаково, на самом деле довольно сильно отличаются друг от друга — и не только ценой.

Конечно, все они обязаны отвечать тем требованиям и ограничениям, что содержатся в правилах гольфа: минимальный



Появление «перьевиков» стало первой настоящей революцией, связанной с совершенствованием мячей для гольфа. ФОТО RUSSIAN LOOK

размер, максимальный вес, предельная дальность полета при ударе стандартной силы, сферическая симметрия и т. д. Но внутри этих рамок мячи все равно различаются, и довольно сильно.

Например, жесткостью. Если у вас быстрый и мощный удар, то вам подойдет жесткий мяч — с компрессией 110, а то и 115. Но если вы делаете мах относительно медленно, то ощущения от удара по такому мячу у вас будут примерно такие же, как у васшего далекого предшественника, лупившего по круглому камню. Только кругом будет еще больнее, потому что современная клюшка гораздо жестче средневекового сука. А вот компрессия 95 или 90 — это для вас, скорее всего, как раз то, что тренер прописал.

До недавнего времени мячи условно делили на «дальнобойные» (обеспечивавшие максимальную дальность) и «мягкие» (которые давали лучшее ощущение при коротких ударах). Но сейчас, благодаря появлению на свет многослойных мячей, это различие если и не совсем стерлось, то стало малозначительным. При коротком несильном ударе в таком мяче «работают» верхние слои, а при сильном — более глубокие.

Главное же — что все эти чудеса инженерно-технической мысли стоят намного дешевле, чем некогда стоили «перьевики» и «гатти», а служат своему хозяину гораздо дольше. Средний игрок теоретически вполне может сегодня сыграть мячом полный раунд, а затем сунуть его в карман бага с клюшками, чтобы использовать в следующий раз.

В реальности, правда, это получается редко, потому что гольфисты постоянно терпят свои мячи в густой траве, в лесах, а также топят их в водных преградах. Случается, что игрок выходит на особо трудное поле, имея в запасе 12 мячей, а где-то в районе 14-й лунки вынужден послать своего кедди в магазин, чтобы купить еще полдюжины. Но в этом производители мячей точно не виноваты.

АЛМАЗ ПРЕСС

ЦАРСКАЯ ПЕЧАТЬ

ЖУРНАЛЫ / БУКЛЕТЫ / ПРОСПЕКТЫ / ПЛАКАТЫ / ЛИСТОВКИ

• Печать Екатерины II

Москва, Столярный пер., 3/34. Тел.: (495) 7811990; 7811999; факс: (495) 7811970. E-mail: marketing@almaz-press.com

ГОЛЬФ

Игра с природой

туризм

Тем любителям гольфа, которые не боятся дальних перелетов, обязательно стоит посетить гольф-курорты ЮАР и Аляски. И в Южной Африке, и в самом северном штате США можно получить наслаждение не только от процесса игры, но и от знакомства с местной природой. Тем более что местная природа фактически принимает участие в игре.



Туристу, посетившему южноафриканские гольф-клубы, покажут, что строили в Африке в древности ФОТО RUSSIAN LOOK

Гольф-сафари

Принято считать, что ЮАР — это страна, где культовым видом спорта является регби. С этим не поспоришь. Достаточно вспомнить, как встречали там регбийную сборную после ее октябрьского триумфа

в Париже на Кубке мира. Всеи страной, с помпой, не снисшейся и советским космонавтам. Однако гольф для Южной Африки — по сути, такая же культовая игра, как и регби. В ЮАР около пятисот гольф-полей и много гольф-курортов

высшего уровня. А, по крайней мере, два из них стоят того, чтобы их непременно посетить. Оба расположены в районе Сан-Сити — южноафриканского Лас-Вегаса — и спроектированы великим гольфистом Гэри Плейером.

Сначала отправимся в Lost City — то есть в «Потерянный город», — построенный на холмах со скалистым ландшафтом. Клуб-хаус здесь оформлен как руины древнего мистического города в сердце Африки и смотрится действительно

эффектно. Хотя внутри, конечно, нет ничего древнего и полуразрушенного. Что касается 18-луночного поля, открывшегося в 1993 году, то сам Гэри Плейер, не слишком скромничая, рискнул назвать его «шедевром в неповторимом африканском стиле».

Говоря это, он имел в виду, скорее всего 13-ю лунку — может быть, самую экстремальную, что ли, в мировом гольфе. Во-первых, она надежно защищена песчаными бункерами и водными преградами. А во-вторых, в тех самых водных преградах обитают нильские крокодилы. До людей им не добраться, но вот улетающие к ним мячи они, говорят, экспроприируют регулярно. В любом случае чувства, когда играешь 13-ю лунку и понимаешь, что за тобой подглядывают хищные рептилии, возникают любопытные.

Кроме крокодилов, здесь можно увидеть еще массу животных — более мирных. Скажем, с веток деревьев, расположенных по соседству с полем, чуть ли не гроздьями свисают обезьяны.

Гэри Плейер, когда его однажды попросили парой слов охарактеризовать ощущения от игры на придуманном им поле, сказал: «Это настоящее гольф-сафари! Имелось в виду не только, как можно было бы предположить, крокодилы с обезьянами, но еще и рельеф. Он очень неровный. Иногда приходится посылать мяч сверху вниз, иногда, напротив, снизу вверх, причем по крутой траектории. Первое время, по словам испробовавших такие «горки», это раздражает, потом привыкаешь».

Неподалеку от Lost City расположен другой курорт, который называется Sun City. Примечательно местное поле по нескольким причинам. Во-первых, оно одно из самых длинных в мире — 7 км. Во-вторых, у него очень обманчивая внешность. В отличие от Lost City, здесь поле кажется почти идеально ровным. Однако это не означает, что пройти его — простая задача. Гэри Плейер оказался хитрым человеком и умудрился разместить на поле огромное количество бункеров и водных препятствий. А растущий на границе фервыя кустарник иногда становится настоящим кошмаром для игроков.

Кстати, ошибаются те, кто думает, будто бы право исполнения шедевров Гэри Плейера стоит баснословных денег. Отнюдь. Один сеанс игры, что в Lost City, что в Sun City, обходится в 475 рандов (около \$55).



Игроку, приехавшему на Аляску, нужно быть готовым к самым неожиданным встречам ФОТО AP



Одно из преимуществ отеля Cascades в Сан-Сити — близость к великолепному гольф-полю ФОТО AP

«Гарнирная» программа у человека, приехавшего поиграть в гольф в ЮАР, будет обширной. Далеко за ней ходить не надо. Сан-Сити — город, находящийся в центре древнего вулкана, представляющий собой удивительное творение человеческих рук — искусственные тропические леса, искусственные скалы, водопады. Красотища! А рестораны, казино, различные увеселительные заведения здесь на каждом шагу.

Что касается размещения, то с ним никаких проблем в Сан-Сити возникнуть не может. В районе, где создал свои гольф-шедевры изобретательный Гэри Плейер — сразу несколько гостиниц. Местный аэропорт — рядышком, не более чем в десяти минутах езды от каждой.

Отели — на любой вкус. Самый роскошный — Palace at the Lost City. Это — «пять звезд» со всеми вытекающими последствиями. В комнатах — резные стены и потолки, африканский антиквариат. На территории комплекса — «Дворец сказки», настоящий музей искусства народов Африки.

Примерно той же категории — отель Cascades, из каждой комнаты которого открывается великолепный вид на окружающие его тропические сады. Зато, скажем, Sun City — гостиница относительно недорогая. И при этом очень «живая». Она бурлит круглые сутки: 24 часа открыты бары, казино, театры, маленькие магазинчики и плавательный бассейн. Отель Sabanas — это и вовсе «три звезды». Но предельно честные «звезды»: комфорта в этой гостинице предостаточно.

Чрезвычайно важный вопрос — когда ехать играть в гольф в ЮАР. В принципе можно в любое время года. Но надо учесть, что эта страна расположена в Южном полушарии, и зима там наступает тогда, когда в Северном — лето. И, соответственно, наоборот. Так вот, африканским летом (то есть нашей зимой) в ЮАР лучше не ездить, потому что там очень жарко. Игра под палящим солнцем — не лучшее времяпрепровождение.

А вот в апреле и мае погода здесь просто идеальная. Воздух прогревается максимум до 30 градусов днем, а по ночам температура опускается до +18.

Мячом по мерзлоте
Клуб North Star в городе Фэрбенкс находится в зоне вечной мерзлоты. Страшно? Ну да, в некоторые месяцы температура здесь опускается до -30. Но желающие играть в гольф даже

в таких условиях все равно ходят. Одеваются в пуховики, будто полярники, и продираются, разгребая снег, к заветной лунке. В награду получают возможность во время игры увидеть северное сияние. А после нее — специальный сертификат, свидетельствующий о том, что смельчак прошел поле, ближе всего расположенное к Северному полюсу. И за это надо заплатить всего-то \$30 (правда, если нанямаете инструктора — то \$100).

Но суровые испытания — это с осени по весну. А летом North Star превращается в райское местечко. Барбекю на свежайшем воздухе, красивейшая природа, великолепная погода и фантастическое поле — со всей положенной элитному гольф-полю инфраструктурой. Напоминает все Шотландию. Там тоже в моде интересные переходы ландшафта со всевозможными насыпями, глубокими низинами и «коридорными» фервами. А «грин» на восьмой лунке считается наиболее хитрым и нервным в мире.

Но ландшафт — не главная «изюминка» North Star. Одно из ключевых правил этого гольф-клуба гласит: в случае, если лиса украдет ваш мяч, разрешено заменить его для удара без штрафа. Дикие звери — одна из достопримечательностей местного поля. Причем, они являются чуть ли не непосредственными участниками игрового процесса. Пройдя это поле, посетители утверждают, что увидели животных больше, чем в знаменитом национальном парке Денали.

Перед началом игры гольфисту вручают листок, в который записаны названия различных представителей местной фауны, которых можно обнаружить по ходу игры. На местных лугах водится множество животных, в том числе таких, которые встречаются только на Аляске. Например, красивые полевки и землеройки, выбегают из густой травы, дразнят хищных птиц — ястребов, сов, орлов. Не стесняясь игроков, пернатые планируют прямо над их головами, выматривая добычу. Журавли просто беспардонно ходят по «грину», выгуливая там птенцов. А самые частые гости на поле — конечно, лисы. Они же, правда, — и самые нелюбимые игроками.

В прошлом году лиса и несколько местных сорок наворовали в North Star около тысячи мячей. Так что ничего удивительного, что потеря мяча не наказывается штрафом. Быва-

ли случаи, когда хитрые звери попросту преследовали группы гольфистов, появляясь на газоне каждый раз там, где падал мяч, и утаскивали до полудожинки шариков.

Чаще всего лис можно встретить в районе седьмой, восьмой и девятой лунок, поэтому гольфистам перед началом игры дают такой совет: «Красная лиса может украсть ваш мяч в районе этих лунок, так что не бейте там дорогими или юбилейными мячами».

Впрочем, лисы — не единственные дикие животные, встречающиеся игрокам в North Star. В 2001 году на поле высочила, преследуя уток, рысь. В 2006-м на глазах у всех прямо через него проделывали два медведя-гризли. А одним из символов клуба является американский лось — с клюшкой в руках, естественно. Лоси любят прогуляться по заболоченным местам, окружающим часть местного поля.

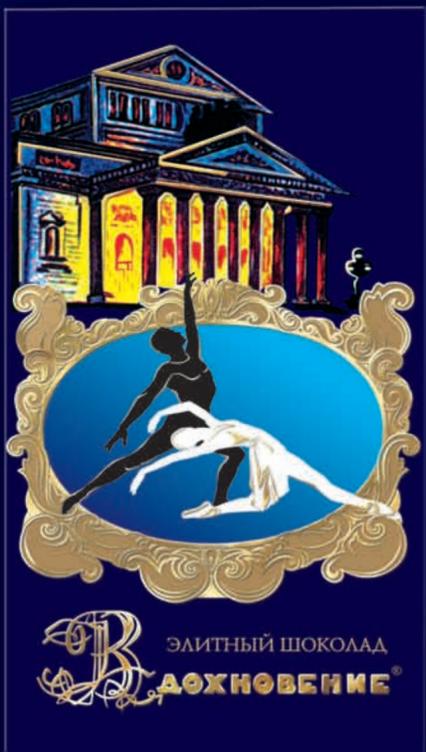
Чем еще хорош Фэрбенкс, помимо гольфа, так это возможностями для активного отдыха, который с гольфом на Аляске совместить нетрудно. Летом в этой области и почете рафтинг, полеты-экскурсии на самолетах, поездки на горных велосипедах. Зимой — прогулки на лыжах и гонки на собачьих упряжках.

Среди достопримечательностей Фэрбенкса выделяется музей льда в центре города. Весь интерес этого уникального сооружения состоит из замороженной воды, эффектно подсвеченной. В общем, развлечь гольфисту, уставшему от игры и наблюдений за северной фауной, будет где.

Минус Фэрбенкса — это гостиницы. Вернее, фешенебельные гостиницы, которых здесь просто нет. Но если турист не слишком притязателен и требует просто высокий, а не предельный уровень комфорта, то два отеля с ценами от \$65 до \$190 за номер ему вполне подойдут. Один — Chena Hot Springs Resort, построенный чуть больше века назад, — славен в Америке своими целебными источниками, в которых можно купаться круглый год, а также специальными площадками для наблюдений за северным сиянием. Второй — Bear Lodge at Wedgewood Resort — гораздо современнее и более популярен у приезжающих на Аляску. Он знаменит своими парками. А в будущем году на прилегающей к этой гостинице территории откроется огромный заповедник.

**Сергей Попов,
Николай Вдовин**

Вдохновение превыше всего



ЭЛИТНЫЙ ШОКОЛАД
ВДОХНОВЕНИЕ



Тайгер в юбке

Звезды

Этой девушке недавно исполнилось 18 лет. Но ее состояние насчитывает уже несколько десятков миллионов долларов, а журнал Time включил ее в список ста личностей, формирующих современный мир. Богатства и славы в столь юном возрасте Мишель Ви добилась благодаря гольфу. Впрочем, возможно, и гольф от того, что в нем есть Мишель Ви, приобрел не меньше. О феноменальной американке рассказывает корреспондент «Ъ-Гольфа» **Алексей Доспехов**.

Звезда без побед

Человек, незнакомый с женским гольфом, наверное, не поверит, что Мишель Ви самая примечательная в нем личность. Если, между прочим, не самая примечательная во всем гольфе — и женском, и мужском. По крайней мере по частоте упоминаний в прессе рядом с ней стоит разве что Тайгер Вудс.

Почему не поверит? Потому что, строго говоря, в женском гольфе есть куда более заслуженные персоны — Анника Серенстем, например, или Лорена Очоа. Заслуженные исхода из, так скажем, наиболее простых спортивных критериев — количества турнирных успехов, места в рейтинге, заработанных за карьеру призовых. В классификации LPGA — Женской профессиональной ассоциации гольфа — Мишель Ви на начало ноября была выше-то 61-й, и до лидеров — Очоа с Серенстем — ей как до Луны. А заработала она за карьеру на турнирах \$750 тыс. Очоа только в этом году — \$3,3 млн. И ни одной победы в профессиональных турнирах на счету Ви до сих пор нет. Ни одной!

И при всем при этом журнал Time в прошлом году включил ее в сотню человек, формирующих, по версии авторитетного в этих вопросах издания, современный мир. Чтобы понять, насколько высоко оценили эту девочку, достаточно перечислить некоторых людей, с которыми Мишель Ви огулилась в одной компании: Джордж Буш, Кондолиза Райс, Эхуд Ольмерт, Уго Чавес, Опра Уинфри, Мерил Стрип, Джордж Клуни, Боно, Анджелина Джоли, Пол Саймон, папа Бенедикт XVI... Лестное сопоставление. И за что такая честь?

Но вот любитель американец (да и многие европейцы), если бы услышал этот вопрос, возмутился: «Вы что, не понимаете, о ком идет речь?» И если бы ему хватило терпения, подробно объяснил, что не любить и не ценить Мишель Ви — это значит быть бесконечно далеким от сегодняшних реалий неандертальцев. Потому что если кто-то из гольфистов и обласкан заслуженным вниманием больше, чем она, так это тот же вышеупомянутый Тайгер Вудс, с которым ее очень часто сравнивают.

Итак, в чем же заключается феномен Мишель Ви? Почему ее так высоко позиционируют даже авторы Time, старающиеся, как правило, избегать восхваления всяких выскочек-одиночек, кумиров тинейджеров? Почему именно она, имея ноль громких побед, все равно в каком-то смысле является самой успешной гольфисткой и лицом мирового гольфа наряду с Вудсом?

Королева свинга

Ну, начать нужно с ее внешности. Ради интереса не ограничивайтесь разглядыванием карточек на этой странице, а зайдите в интернет и «кликните» в разделе поиска Michéle Wie. Фотографий сень выкинет вам не десятки — сотни. Самые разные: Ви с клюшкой в руках готовится к удару, Ви в вечернем платье принимает поздравления на знаменитой церемонии Laureus Awards в Монте-Карло в 2004-м (ее тогда признали лучшей в номинации «новичок года в спорте»), Ви в повседневной обстановке. Эффект будет потрясающий. Яркая азиатская внешность, стройная, по сути, идеальная фигура (рост гольфистки, к слову, 185 см), и уникальная фотогеничность. Эта юная леди обладает редким даром одинаково стильно и привлекательно выглядеть в любой обстановке и в любом наряде. Такую не заметить невозможно. Как

невозможно было не заметить в теннисе Анну Курникову и Марию Шарапову. Это же ходячая реклама вида спорта!

Но заблуждаются те, кто подумает, будто бы всемирную известность Мишель Ви принесли лишь длинные ножки, ладная фигурка и очаровательное личико вкупе с удачным происхождением. Ви — кореянка, но родилась в США, на Гавайях. Смесь не такая гремучая, как у Тайгера Вудса с его американско-тайландско-китайско-голландским происхождением, однако все равно с коммерческой точки зрения весьма перспективна. Многонациональные корни, как известно, нередко гарантируют высокую популярность.

Однако звезд делает все-таки сначала профессиональное мастерство, а потом уже красота. Так вот, Мишель Ви, несмотря на отсутствие у нее хотя бы сколь-нибудь приметных титулов, спортсменка, несомненно, очень талантливая. Доказательства? Их хоть отбавляй! Ну, скажем, возраст, в котором она впервые приняла участие во взрослых любительских соревнованиях. 11 лет! Семь из них она занималась гольфом. Ежедневно и фанатично. «Знаете, когда я впервые, будучи четырехлетней, взяла в руки клюшку, то сразу почувствовала, что это на всю жизнь», — как-то сказала Ви. И близкие ей люди утверждают, что не кривила душой.

Можно было бы предположить, что маленькую девочку отправили играть со взрослыми женщинами исключительно ради паблисити — показать, что есть вот, мол, такой вундеркинд, давайте-ка раскручивайте его. Но нет, она играла вполне серьезно, на равных с соперницами. В 2002-м, в 13 лет, Мишель Ви уже победила на чемпионате штата и квалифицировалась на турнир LPGA Tarefiji Classic, а на следующий год прошла «кат» на «мейджоре» — Kraft Nabisco Championship! Разве не убедительно?

Следующей вехой в карьере Мишель Ви было событие, случившееся в 2004 году. Она сыграла в турнире PGA Sony Open, проводившемся на родных для нее Гавайях, и стала четвертой женщиной в истории, бившейся в литной мужской компании. И опять же говорить о том, что боролась она с мужчинами-профи исключительно раскрутки ради, не совсем справедливо. Для того чтобы пройти «кат», Ви не хватило одного удара.

Это в тот год специалисты с изумлением замечали, что юная гольфистка при своей кажущейся сублистности обладает поразительной силой и технической силой. В свои 14 лет Ви регулярно посылала мяч под 300-метровую отметку — то есть на «мужское» расстояние. И это в тот год многие газеты цитировали слова выдающегося игрока Эрни Элса, кумира Мишель Ви: «Подождите пару лет, и она будет играть в PGA-Tour на равных с лидерами».

Элс был далеко не единственным экспертом, кого восхитила Ви. «Чувство, которое вы испытываете, когда видите, как она бьет по мячу, называется шоком. Это то, к чему нельзя быть готовым. Это просто страшно!» — говорил знаменитый гольфист Фред Каплз. «Она будет оказывать на гольф такое же влияние, как Тайгер Вудс. Она будет привлекать к нему даже больше людей, чем Тайгер! На нее пойдут все — молодежь и старшее поколение, мужчины и женщины!» — захлебывался от восторга великий Арнольд Палмер. Ну и как вам прогноз?

Скептики, свершившись для порядка с официальным сайтом



LPGA, проворчат, что он не оправдался, потому что с Тайгером Вудсом в смысле рейтинга и прочих цифровых выкладок Мишель Ви рядом ставить как-то неудобно. Но стоит копнуть поглубже.

Битва полов

Во-первых, если развивать тему спортивных успехов Мишель Ви, то они, надо сказать, не такие уж и скромные. В 2005 году, уже после первой волны эйфории, она стала второй в LPGA Championship — еще одном «мейджоре». Второй! В 15 лет! На US Women's Open (это тоже женский «мейджор») имела прекрасный шанс попасть в призы, однако завалила последний день и опустилась за пределы Top-20. Зато реабилитировалась на British Open. Этот «мейджор» она закончила на третьей позиции. Что, плохие результаты?

Выступала Мишель Ви на них в качестве любителя, а о переходе в профессионалы объявила за неделю до 16-летия — 5 октября 2005 года. Решение, что называется, назрело, ожидалось, но ее пресс-конференция все равно стала новостью дня в Америке.

Дальше был еще один неплюхой в принципе сезон. В 2006 году Мишель Ви стала третьей на Kraft Nabisco Championship, US Women's Open, пятой на LPGA Championship. Летом она добралась до второго места в классификации LPGA — при том, что играла нечасто. А еще продолжала участвовать в мужских соревнованиях. Даже в таком престижном, как Omega European Masters в Швейцарии. К сожалению, там она провалилась, став 156-й из 156 участников. На других мужских турнирах дела обстояли ненамного лучше, хотя сам факт того, что юная гольфистка пыталась сражаться с сильными попом, заставлял уважением относиться к ней. Во всяком случае, смешной на фоне соперников-мужчин она не выглядела.

Вот так все замечательно складывалось до нынешнего года, получившегося неудачным и подпортившего общее впечатление от ее прогресса. В начале его Мишель Ви пропала на четыре месяца, сославшись на то, что должна лечить травмированные кисти. В мае появилась на турнире Ginn Tribute Hosted by Annika и сошла, сказав, что кисти еще болят. На LPGA Championship через неделю выступила плохо, с трудом пробила «кат», — и снова говорила о травме. С US Women's Open снялась по ходу соревнований. На British Open не преодолела квалификацию. На других турнирах также фиаско за фиаско. И постоянные ссылки на злосчастные кисти.

Завистники, которых у успевающих юных суперзвезд всегда масса, высказывали подозрения, что никаких травм у Мишель Ви нет и в помине, а есть обычный «звездняк» и нежелание тренироваться. Сама она, отнюдь не уклоняясь от общения с прессой, отрицала все эти обвинения. Следующий год покажет, кто прав. Хотя в том, что Мишель Ви подвержена травмам, ничего странного нет: в 18 лет организм еще не сформи-

ровался окончательно, и всякого рода болячки в таком возрасте — норма. Впрочем, если дело в банальном игровом кризисе, тут тоже нет ничего удивительного. Их не избежал еще ни один молодой спортсмен. Период роста — неприятная штука. Главное, чтобы он не слишком затянулся. Мишель Ви обещает, что не затянется и учеба в престижнейшем Стэнфордском университете, куда она поступила в сентябре, реализоваться в гольфе ей несколько не помешает.

Тинейджер-мультимиллионер

Впрочем, насчет реализоваться — это еще как посмотреть. Вообще-то основные достижения Мишель Ви на официальном сайте LPGA не зафиксированы. Почти одновременно с объявлением о переходе Ви в профессионалы стало известно, что с ней заключили рекламные контракты сразу две крупные компании — Nike и Sony. Официально данные о том, сколько получает от сотрудничества с ними гольфистка, никогда не обнародовались, но из источников, близких к ней, поступили сведения, что речь идет о \$10 млн — от каждой из корпораций! Иными словами, Мишель Ви обеспечила себя на всю оставшуюся жизнь, едва начав карьеру.

Какой интерес двум фирмам тратить такие средства на девочку? Если думаете, что они расхотят их зря, то посмотрите, в какой связи чаще всего упоминалось название Nike в 2006 году. А чаще всего оно упоминалось именно в связи с Мишель Ви. Точнее, с разработанным для нее Nike новым платьем, которым она шокировала всех на Omega European Masters. Оно было таким коротким, что некоторые зрители признавались, что наблюдали не за тем, как Мишель бьет по мячу, а исключительно за ее ножками!

Скандал же разразился после того, как одна из радиостанций возмутилась, получив поддержку слушателей старшего возраста, тем, что Ви выступает в столь фривольном наряде, никак не соответствующем строгим канонам женского гольфа. Дискуссия приняла нешуточный размах. Противников и сторонников у платья было примерно поровну. В числе последних был, что показательно, президент Omega Стивен Уркхарт, сказавший: «Да пускай она играет в чем нравится и в чем удобно! Но в конце концов чиновники склонились к мнению, что ноги следует прикрывать — ну хотя бы до колена. Nike обязалась одевать Ви во что-то менее вызывающее, чем короткое платье или майка в обтяжку в комплекте с мини-шортиками, — в них Мишель появлялась на гольф-полях мира в 2004-м.

Казалось бы, инцидент, неприятность. Но сколько в действительности дивидендов он принес Nike! А сколько — швейцарскому турниру, о котором писали столько, сколько не пишут о «мейджорах»!

Тут надо упомянуть одну важную деталь. Вообще-то, поскольку на момент перехода в профессионалы Мишель Ви не

было 18 лет, она имела право — таков регламент LPGA — играть лишь в лимитированном количестве турниров: «мейджоры» плюс подложини других. Чтобы выступать в «туре» по такой же, как у взрослых, программе, нужно подать руководству ассоциации официальную просьбу. Удовлетворяют эти петиции крайне редко. Ви, хотя ей хотелось играть как можно чаще, даже не подумала обращаться в LPGA. В обращении просто не было никакого практического смысла. Дело в том, что в профессиональном гольфе существует такое же понятие, как и в теннисе, — wild card. Организаторы могут предоставить ее любому игроку, вне зависимости от рейтинга, достижений, а исключительно исходя из собственных симпатий. И менеджеры Мишель Ви,

и чиновники из LPGA прекрасно понимали, что от приглашений от организаторов — а по сути, спонсоров соревнований — у нее отбоя и так не будет. И были абсолютно правы.

Приглашения поступали в огромном количестве. Просьба, что называется, превышал предложение. И очень быстро секретом Полишинеля стал тот факт, что «штаб» Мишель Ви выбирает, в каком турнире играть, оценивая только сумму, которую организаторы готовы выплатить гольфистке еще до старта состязаний, просто за приезд. Какими были эти суммы? Ну, официально никто этого никогда, конечно, не скажет. Однако информация время от времени просачивалась. И выяснилось, что эти суммы превышают гонорары за турнирные успехи в несколько раз. Да официальные призовые по сравнению с ними — копеечки! Даже такие, как, скажем, \$100 тыс. с таким за третье место на Kraft Nabisco Championship.

Вот, допустим, в мае 2006 года Мишель Ви отправилась на историческую родину — играть в турнире азиатского тура Sk Telecom Open в Корее. И получила «под столом» за участие в нем \$700 тыс., а весь призовой фонд соревнований составлял между тем \$600 тыс. Мало того, она после них осталась в Корее и провела что-то наподобие маленького двухнедельного рекламного тура. Цена? \$5 млн! А во время этого тура — так, мимоходом — Ви заключила рекламный договор с одной строительной компанией. Та разместила ее фото на своих буклетах, заплатив за права на выпускить \$2,6 млн.

Это, разумеется, исключительный случай, но, по рассказам осведомленных людей, миллионы бонусы ей достаются за участие в различных связанных с гольфом акциях не так уж редко. И свои \$30 млн за счет спонсорских и иных поступлений в год Мишель Ви имеет. Так неужели она будет завидовать Аннике Серенстем и



МИШЕЛЬ ВИ

Родилась 11 октября 1989 года
Приняла участие в 54 профессиональных турнирах: в 41 LPGA-Tour, в 13 мужских соревнованиях (7 из них в PGA-Tour).
Высшие достижения: второе место в LPGA Championship в 2005 году, третье место в Women's British Open в 2005 году, а также Kraft Nabisco Championship и US Women's Open в 2006 году.
Самый высокий заработок за карьеру на турнире — \$255 333 (Evian Masters 2006 года)
Призовые за карьеру в турнирах LPGA — \$753 945

Лорене Очоа? Они миллионеры (женский гольф в коммерческом плане не стоит на месте), а она-то мультимиллионерша. Вообще, если верить знатокам, по «подстольному» ее опережает лишь один игрок в гольфе — Тайгер Вудс. Тот иногда получает за участие в турнирах за пределами США до \$3 млн.

Зачем организаторам турниров тратиться на Мишель Ви? Причина, собственно, та же, что и в ситуации с контрактом с Nike. Вернемся на тот же турнир Omega Masters Open годичной давности. Тот, где Ви

занила 156-е место. Но чтобы занять его, надо ведь было сыграть в квалификации. И на то, как она проходит, пришли посмотреть 9,5 тыс. человек. Обычно же аудитория этой части турнира составляла несколько сотен зрителей.

Организаторы, дабы удостовериться в правильности своих прикидок, провели опрос среди публики. Ну да, какие могли быть сомнения: все ответили, что посетили квалификацию, чтобы увидеть в деле красавицу Мишель Ви. А после нехитрых калькуляций обнаружилось, что потраченные на ее приезд деньги с лихвой были отбиты этими «лишними» тысячами болельщиков.

Или можно вспомнить передачу на крупнейшем телеканале Америки ESPN, посвященную прошлогоднему US Women's Open. Точнее, квалификации к нему. Репортеры радостно извещали смотривших передачу о том, что на не бог весть какое по статусу событие решили прийти 6 тыс. человек. И брали интервью у солидной дамы, рядом с которой стояла молоденькая девушка. «Я привела дочь, потому что уверена: пример Мишель ее вдохновит!» — вешала дама. «Мишель-мания» — так именовали творившееся на US Open репортеры. А примерно в то же время специализирующийся на гольфе обозреватель Марк Хенсби доступным языком объяснял своим читателям, почему она возникла: «Мишель Ви притягивает к гольфу людей, которые не знают разницы между «боги» и «иглом». В этом ее основное достоинство.

Эта цитата объясняет, и почему Мишель Ви, несмотря на все ее сегодняшние беды — тайные и явные, придуманные и реальные, обязательно будет блистать на гольф-полях. Ви нужен гольф, она будто создана для него. Но, что еще важнее, и гольфу нужна Ви. Могу ли те, кто заботится о его процветании, допустить потерю такого бриллианта? Вопрос, кажется, не подразумевает двух вариантов ответа.



ГОЛЬФ

На детском уровне

образование

Для российского гольфа уходящий год стал не только коммерчески успешным. Появились и подтверждения тому, что этот вид спорта имеет очень крепкую базу, — им стремятся заниматься все больше и больше детей. Правда, проблемы на пути активного вовлечения детей в гольф еще остаются. О том, в чем они заключаются и как решаются, разобралась корреспондент «Ъ-Гольфа» **Наталья Старостина**.

Передовики образования

В том, что детский гольф в России уверенно движется вперед, нет никаких сомнений. Чтобы сосчитать число российских гольф-школ или, как принято говорить, академий, не хватит уже пальцев на обеих руках. При всех существующих клубах есть детские школы. Они открываются и при тех клубах, которые находятся еще в стадии проектирования и строительства. Но тут самое главное — не впасть в эйфорию. Да, одиннадцать специализирующихся именно на гольфе академий, школ в стране — солидная цифра, но все же она не свидетельствует о полном и бесповоротном успехе. Как и общее количество юных гольфистов на пространстве от Калининграда до Владивостока — их меньше двух тысяч. Впрочем, если во всех регионах будут следовать примерам «передовиков», то скоро ситуация станет радостно наблюдательной.

Итак, какие же регионы являются лидерами в развитии детского гольфа в России по итогам 2007 года? Их два — Москва и Ростовская область.

По численности учащихся впереди спортивная школа олимпийского резерва при Московском городском гольф-клубе. Вот уже несколько лет подряд здесь обучаются сотни ребят, а число желающих попасть в школу с каждым годом только увеличивается. В 2007-м число воспитанников городской детско-юношеской школы составило уже целый батальон — около двух сотен юных спортсменов до 18 лет. Первые уроки этикета и правильного хвата будущей гольф-мастера берут уже в семь лет.

Хорошей посещаемостью и отличными игровыми манерами могут похвастаться воспитанники клуба в Строгине: 31 юный студент академии — внушительная, согласитесь, цифра. Можно проводить полноценные внутриклубные состязания.

Среди регионов отметились казачья вотчина. В академии при гольф- и кантри-клубе «Дон» регулярно занимаются 15 юношей и 12 девушек в возрасте от 10 до 16 лет, есть и два мальчика из младших классов. И это только начало. По заверению менеджера клуба, в ближайшее время они готовы принять в свои ряды еще около 20 «абитуриентов». Специального «детского» или «семейного» членства в «Доне» нет: в клубе занимаются ребята из местных школ, как на платной основе (индивидуальные тренировки), так и бесплатно (в группе). Занятия проходят и в будние, и выходные дни, несмотря на загруженность клуба во время уикендов.

Тем не менее, подобные примеры — пока скорее приятные исключения, чем правило. Среднее число учеников большинства гольф-академий России — от пяти до десяти человек. Взять хотя бы «Пирогово». На новом фешенебельном подмосковном курорте учатся гольф-этикету и отрабатывают удары шесть детишек (в том числе и одна юная леди), двое из которых имеют «семейное» членство клуба вместе с родителями.

Дефицит тренеров

Несоответствие того, что при относительно скромном количестве учащихся существует значительный



Будущее российского гольфа — в руках подрастающего поколения. ФОТО AFP

интерес к самому виду спорта, эксперты в гольфе объясняют целым рядом причин. Наиболее часто упоминаемое обстоятельство, что гольф — дорогой вид спорта, отнюдь не единственное и не главное. В Ассоциации гольфа России выделяют несколько других проблем.

Как ни парадоксально звучит, но одна из преград для скорейшего и качественного развития детского гольфа — это просторы и свежий воздух гольф-полей. Чтобы попасть на них, воспитанникам академий часто приходится преодолевать не один десяток километров. «Растереть» же поля в городской или пригородной черте большинство регионов позволить себе не могут. Удачливость клубов от крупных населенных пунктов пока является преградой к обучению детей гольфу. Отсюда и основной состав учащихся. Воспитанники гольф-академии сегодня — это либо дети членов клуба, которые приезжают на учебу во время отъезда родителей, либо жители близлежащих городов. Вот, к примеру, детская академия гольфа в Строгине. Из трех десятков учеников школы, 24 человека — местные.

Другая проблема — ее можно назвать системной, — недостаток специалистов, которые могли бы на хорошем уровне преподавать гольф маленьким детям.

Дефицит тренеров существует даже в продвинутой столице. Кузница спортивных кадров — Российский государственный университет физической культуры (РГУФК), открывший в этом году кафедру гольфа, дипломированных специалистов в достаточном количестве пока не выпускает.

Помимо общероссийских трудностей, у каждого региона есть и собственные проблемы. В казачьей столице на берегу Дона, например, развитию детского гольфа способствует продолжительность игрового сезона. Детям не требуется специальное зимнее оборудование — к примеру, компьютерные симуляторы для отработки ударов. Взамен виртуальной реальности — почти круглый год «натура». Чего не скажешь, например, об Иркутской области, где гольф-сезон длится всего несколько месяцев, и большую часть времени

юные гольфисты вынуждены проводить в помещении. Поэтому и количество детей, обучающихся в регионе, пока минимальное.

На «сезонные» проблемы указывают и в гольф-клубе в Строгине. По мнению тренера клуба Игоря Карасева, первоочередная задача — улучшение материальной базы большинства школ. После этого можно и тренажеры поставить, и выездные сессии в теплые страны в зимний период организовать.

Курс на комитеты

В Ассоциации гольфа понимают, насколько важно заниматься детьми. В организации практически разработана стратегия развития гольф-образования. Уже в 2008 году руководители ассоциации хотят презентовать отдельную детскую подпрограмму в комплексной программе подготовки кадров. В рамках спецкурса по западному примеру клубы предполагается оснастить обучающими программами, а также организовать проведение мастер-классов с привлечением лучших российских и иностранных тренеров. В Ассоциации уже заручились поддержкой Профессиональной ассоциации гольфа Европы и Ассоциации Великобритании.

Однако следует заметить, что регионы вполне творчески относятся к этому вопросу и стремятся уже сегодня создать собственные программы. Например, свою стратегию развития предложили гольфисты Иркутской области. По мнению местных менеджеров, при каждом клубе необходимо создать комитет по работе с детьми, который будет заниматься и привлечением нового поколения, и сможет следить за качеством образования. В Ассоциации гольфа России точку зрения сибирских коллег поддерживают: ведь, как отмечают специалисты, работать с детьми должен не один тренер, а целый коллектив профессионалов, как это принято в странах с многолетними традициями гольфа — Великобритании, Швеции, Дании. В Европе в состав таких комитетов обычно входят родители учеников, маститые тренеры, менеджеры по работе с детьми и, что немаловажно, профессиональные психологи.



ГРУППА КОМПАНИЙ
ЕВРОСТРОЙ

В будущее вместе с нами!

Группа компаний «ЕВРОСТРОЙ» поздравляет своих Друзей и Партнеров с наступающими Новогодними праздниками! Желает здоровья и больших успехов в Новом 2008 Году!

Тел. (495) 941-84-61
www.eurostroy.ru