Небесспортное дело

Весь этот год фитнес-центры Перми подстраивались под волнообразный спрос на их услуги. Стабильности не было, говорят участники рынка. Но уже сейчас многие из них ощущают конец кризиса и смело держат цены, не особенно пытаясь заманивать клиентов скидками. Да это и не нужно, утверждают они, потому что рынок заполнен — или, вернее, пуст — на 50%. В следующем году спрос будет более явно расти, а вслед за ним и цены на клубные карты.



В пермских фитнес-центрах ощущают конец кризиса — люди снова начали активно заниматься спортом ФОТО НИКИТЫ ИНФАНТЬЕВА

Без спортивного задора

Несмотря на то что пару лет назад крупные федеральные сети (например Planeta Fitness) говорили о возможности открытия в Перми своих клубов, никаких ярких появлений в городе во время кризиса не состоялось. За этот год количество клубов осталось примерно прежним: какие-то закрылись, какие-то открылись, говорит директор отдела маркетинга сети фитнес-центров BodyBoom Оксана Игнатова.

По словам директора Go!Fitness Марины Шемелиной, новые центры, которые открылись в этом году, были чаще всего заведениями сегмента «эконом». Что касается клубов премиум-класса, то единственный такого уровня — Indigo закрылся еще в 2009 году (впрочем, некоторые эксперты рынка и этот центр не относили к премиум-сегменту, из-за того что у него не было своего бассейна и парковки).

Явного роста или падения спроса на услуги фитнес-центров в этом году не было, говорят эксперты. Он колебался от месяца к месяцу. В частности, небольшой спад случался в самом начале каждого месяца, говорит Оксана Игнатова, а затем посещаемость возвращалась на прежний уровень. «Постоянно приходилось держать, как говорится, руку на пульсе, чтобы удержать спрос. Поэтому за месяц могло быть по несколько акций», — отмечает госпожа Игнатова.

Между тем, несмотря на нестабильный спрос в течение этого года, яростных битв за клиентов между фитнес-клубами Перми не происходило. Более того, некоторые из участников рынка говорят о том, что конкуренции попросту нет. «Каждый клуб нацелен на свой сегмент. У всех есть какая-то своя особенность, своя „изюминка“, свой круг клиентов. Биться еще не приходится. Поэтому не приходится и снижать цены, — говорит Марина Шемелина. — Например, наш клуб существует пять лет. И большая часть посетителей — это постоянные клиенты. В привлечении новых мы не так остро нуждаемся (как это могло бы быть при серьезной конкуренции. — „Ъ-Рождество“). У нас есть текущая реклама, различные акции, мероприятия. Но это не направлено на то, чтобы переманить клиентов других клубов». По словам госпожи Шемелиной, максимальная скидка, которую их центр может дать клиенту при продлении абонемента, это 5%.

Таким образом, пока на рынке сложилась ситуация не в пользу клиентов. Цены диктуют не они. Как объясняют представители клубов, связано это с тем, что рынок мал. Именно это серьезно облегчает им работу. Если в 2005 году фитнес-центров в Перми было около 65, то сейчас их в городских справочниках насчитывается порядка 74. То есть за пять лет ситуация изменилась очень несущественно. По данным исследования сети фитнес-центров BodyBoom, проведенного в сентябре этого года, рынок фитнес-услуг Перми насыщен только на 50% (или, как говорится, пуст наполовину). То есть, по сути, места хватит еще для такого же количества спортивных клубов, которое есть сейчас (либо действующие игроки могут расшириться и нарастить клиентскую базу). «Впрочем, ситуацию с насыщенностью надо оценивать в каждом конкретном районе. Например, в Свердловском нас окружают 30 фитнес-клубов. А есть районы, где их совсем нет», — отмечает директор Go!Fitness.

Доступ к телу дорожает

По оценкам отдела маркетинга сети фитнес-центров BodyBoom, сейчас цена годового абонемента в клубах уровня «средний» и «выше среднего» составляет в Перми