

ДМИТРИЙ ЧЕРНЫШЕНКО: В НАШЕМ ЛЕКСИКОНЕ НЕТ СЛОВА «ПРОБЛЕМА»

ДО НАЧАЛА ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ ОСТАЛОСЬ МЕНЕЕ ТРЕХ ЛЕТ. ВРОДЕ БЫ ВРЕМЕНИ ВПЕРЕДИ НЕМАЛО, НО ОГРОМНАЯ ЧАСТЬ ПУТИ УЖЕ ПРОЙДЕНА. О ТОМ, ЧТО СДЕЛАНО И ЧТО ПРЕДСТОИТ СДЕЛАТЬ, О СТОЯЩИХ ВЫЗОВАХ И СПЕЦИФИКЕ СОЧИНСКОЙ ОЛИМПИАДЫ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE РАССКАЗАЛ ПРЕЗИДЕНТ ОРГКОМИТЕТА «СОЧИ 2014» ДМИТРИЙ ЧЕРНЫШЕНКО.



ДМИТРИЙ ЧЕРНЫШЕНКО,
ПРЕЗИДЕНТ ОРГКОМИТЕТА
«СОЧИ 2014»

— С чем Оргкомитет «Сочи 2014» подошел к рубежу 1000 дней до Олимпиады? Какие этапы уже пройдены, что еще предстоит сделать?

— Тысяча дней — это, несомненно, красивая, но крайне условная дата. Конечно, она позволяет оглянуться назад и оценить пройденный путь. Сегодня в Сочи идет самая грандиозная стройка мира. И пока все идет по плану. Спортивная инфраструктура на данный момент построена на 70%.

Недавно на олимпийских объектах прошли первые соревнования по горным лыжам — этапы Кубков России и Европы. И гости, и спортсмены оценили высокий уровень подготовки трасс и самих соревнований. В течение 2011–2013 годов в Сочи пройдет еще 74 международных и российских соревнования, во время которых мы сможем оценить качество спортивных объектов, а также отработать взаимодействие между различными структурами и службами. И соревнования пройдут не только в горах, но и у моря, в Олимпийском парке. Проверку пройдут не только спортивные арены, но и инфраструктура. Все это единый организм, который должен быть отлажен и работать как часы.

Вообще, Олимпийские игры можно сравнить с большой театральной постановкой. Сначала надо построить театр, потом подобрать режиссеров, актеров и — самое главное — пригласить зрителей и провести шоу. На этом работа Оргкомитета будет закончена. Но сам «театр» останется, и в нем можно будет проводить другие значимые спортивные и культурные мероприятия.

— Не рано ли говорить о наследии Олимпийских игр, до начала которых осталось чуть меньше трех лет?

— О наследии Олимпиады в Сочи, хотя этот термин принято применять лишь в будущем времени, можно говорить уже сейчас. Во-первых, «Сочи 2014» выводит на новый уровень зеленые стандарты строительства в России. Во-вторых, наследием станет безбарьерная среда. В нашей стране более 13 млн людей с инвалидностью, я уже не говорю о маломобильных группах населения — пожилые люди и мамы с колясками, например. При строительстве реализуется программа, которая обеспечивает всем равные возможности. Еще один яркий пример наследия, который очевиден уже сейчас, — это возрождение волонтерского движения в нашей стране. Во всех развитых странах уровень вовлеченности в волонтерство населения колеблется от 30 до 50%. Например, около 35% канадцев регулярно занимаются добровольческой деятельностью. То есть студенты, менеджеры, рабочие регулярно делают какую-либо работу для общества бесплатно. Я уверен, что Россия с ее традициями благотвори-

тельности потенциально более перспективна для волонтерства. На данный момент мы создали 26 волонтерских центров, которые уже сейчас становятся опорными базами добровольческой деятельности в нашей стране: миллионы людей хотят оказывать помощь нашему обществу безвозмездно. И если мы достигнем хотя бы уровня Канады, то это будет самое главное и важное наследие Олимпиады.

Стоит отметить, что благодаря Играм в несколько раз ускорятся развитие регионов. Это катализатор, который поможет России совершить глобальный скачок в будущее.

— Есть ли у подготовки Олимпиады-2014 своя специфика, обусловленная особенностями нашей страны и региона, где она будет проходить? Какие главные проблемы, которые необходимо решить?

— В нашем лексиконе нет слова «проблема» — есть «вызовы», с которыми надо справляться. Таких «вызовов» в этом проекте много. Никогда еще Игры не строились с чистого листа. Это изначально было как нашим главным вызовом, так и основным конкурентным преимуществом. Ведь мы создаем инфраструктуру, уже заточенную под Игры. Конечно, только такой супердержаве, как Россия, Международный олимпийский комитет мог доверить реализацию столь масштабного проекта.

Но сейчас наш главный вызов в другом — это персонал, персонал и еще раз персонал. Для огромного количества инфраструктуры, построенной в Сочи, а это как спортивные объекты, так и сопутствующая инфраструктура, надо привлечь большое количество специалистов. Только гостиничный фонд, которым будет управлять Оргкомитет, составит 42 тыс. номеров. Есть очень простая формула расчета количества гостиничного персонала: сколько в отеле гостей — столько нужно и обслуживающего персонала. То есть нам необходимо привлечь больше 50 тыс. разных специалистов в сфере гостеприимства. Их надо где-то найти, привезти в Сочи, обучить, разместить. Помимо гостиничного сектора еще существует порядка 35 тыс. поставщиков различных услуг. По нашим расчетам, одновременно в Сочи приедет около 150 тыс. различных специалистов.

Именно поэтому сейчас мы совместно с Краснодарским краем создаем единый федеральный центр занятости, который будет проводить специальную кампанию по привлечению лучших специалистов из регионов. Центр даст возможность людям со всей России и, возможно, из ближнего зарубежья приехать в Сочи и получить гарантированную работу с достойной зарплатой.

— Как партнеры, отечественные и зарубежные, оценивают деятельность Оргкомитета по подготовке Игр?

— Очень рад, что вы их называете партнерами. Нам удалось поменять отношение к компаниям, которые, по сути, занимают благотворительностью. Ведь в первую очередь они получают лишь право ассоциировать себя с Олимпийскими играми. Но нам удалось настроить такую систему взаимоотношений, при которой наше партнерство с бизнесом стало взаимовыгодным.

Так, телекоммуникационные компании «МегаФон» и «Ростелеком» помимо очень серьезного денежного взноса обеспечивают нас огромным количеством услуг. При этом в регионе создается мощная инфраструктура, которая будет этими компаниями эксплуатироваться и после окончания Игр. Также можно выделить компанию «Роснефть», поставщика топлива для всей олимпийской стройки, которая водит в Сочи сеть заправок. С нашим банковским партнером Сбербанком у Оргкомитета много общих инициатив — начиная от льготных программ для участников олимпийского проекта и заканчивая выпуском олимпийских монет.

— В программах участвует только крупный бизнес?

— В нашем проекте есть место и небольшим компаниям. Благодаря эффективной маркетинговой деятельности Оргкомитет подписал контракты на сумму более чем \$1,1 млрд. Мы установили своеобразный рекорд по привлечению инвестиций. А всего из внебюджетных источников мы планируем привлечь около \$2 млрд. И в этом смысле работы еще много. Недавно мы закончили формирование категории «генеральных партнеров», сейчас в процессе заполнения категория «партнеров», а есть еще категория «поставщиков».

— Как менялись приоритеты Оргкомитета за прошедшие три года, то есть за время от начала реализации олимпийского проекта?

— Когда разрабатываешь проект, сначала надо выбрать стратегию — выделить ключевые ценности проекта, разбить проект на различные программы.

Мы уже перешли от стадии стратегического планирования к операционному. А сейчас наша деятельность сфокусирована на олимпийских проектах. Мы везде стараемся применять самые инновационные технологии, и здесь тоже используем очень прогрессивный инструмент, который никогда раньше не применялся при подготовке Олимпиад. Это трехмерная модель, которая моделирует управление персоналом на объектах. Она с точностью до 5 см позволяет расставить в виртуальной среде не только персонал, но и необходимое оборудование, даже мебель. У Оргкомитета 54 различные функции, взаимодействие которых мы отработываем в рамках этой модели. По сути, сейчас создаются новые стандарты эффективности в подготовке Игр.

— А вы используете опыт предыдущих Игр?

— Безусловно. Есть программа МОК, в которой «защит» опыт подготовки всех предыдущих Игр. И одно из контрактных обязательств любого Оргкомитета — подготовить свои знания так, чтобы ими могли воспользоваться другие. Это помогает сэкономить огромное количество времени и ресурсов. В частности, для ресурсного планирования, контрактного менеджмента мы используем системы крупных западных корпораций. В Оргкомитете введена система проектного управления, которая позволяет не только получить максимальную отдачу от персонала, но и сделать процессы абсолютно прозрачными.

— Что символизирует недавно представленный новый образ Игр? Для чего вообще нужно было его разрабатывать?

— У каждой Олимпиады был свой визуальный образ. Поначалу довольно размытый. Но с Сиднея начал угадываться некий фирменный стиль в билетах, униформе, оформлении. И в последующих играх стали применяться конкретные образы — в Афинах, Турине, Пекине, Ванкувере. Когда мы пришли к моменту создания визуального образа Игр, который бы символизировал современную Россию, то перед нами встала сложная задача. Наша страна имеет огромные культурные традиции: это и палех, и жостово, и хохлома, и кубанские узоры. Хотелось совместить все это богатое творческое наследие, воплотить его в современном прочтении.

У нашего партнера компании «Боско» возникла замечательная идея использовать для создания образа нечто похожее на русское лоскутное одеяло. Инициатива была радушно встречена Оргкомитетом как отличный пример проявления вовлеченности партнера, и результат превзошел наши ожидания. Получилось новое прочтение знакомых всем традиционных российских узоров. Образ игр будет использован в оформлении олимпийских объектов, транспорта и в униформе. Сочи оденется в новый облик на празднование обратного отсчета 1000 дней до Олимпийских игр.

— А образ Олимпийских игр как-то пересекается с олимпийскими талисманами?

— Талисман — это символ Игр, но главной его целевой аудиторией являются дети. И любовь детей к талисману является мерилом успеха его создания. Мы все помним Олимпиаду 1980 года, талисманом которой был мишка. Конечно, я не мог в то время представить, что когда-нибудь мне придется заняться подготовкой Игр, но моя мальчишеская душа желала обладать любыми артефактами с изображением олимпийского мишки. Тогда у меня была фарфоровая фигурка олимпийского мишки, которую я храню до сих пор.

Мы могли пойти по пути искусственного создания талисмана, но затем нужно было бы бороться за его популяризацию. Поэтому мы выбрали другой, демократичный и более эффективный путь. Мы предложили России самостоятельно выбрать талисман Олимпийских игр. За полгода было отобрано более 24 тыс. заявок. Что значит отобранная заявка? Нужно было не только нарисовать, но еще и придумать легенду талисмана, совершить определенные юридические процедуры для передачи авторских прав Оргкомитету.

Затем из заявок члены жюри отобрали 11 талисманов-кандидатов, которые были отрисованы профессиональными художниками. Во время телевизионного шоу был короткий промежуток, порядка семи-десяти минут, когда ведущий объявил: «А теперь голосуем!» И за этот промежуток 1,5 млн человек сделали свой выбор. Я не знаю ни одного другого телешоу, которое могло бы похвастаться такими результатами. В итоге три талисмана набрали 65% голосов: Белый мишка, Леопард и Зайка. А символами Паралимпийских игр стали Лучик и Снежинка. Я уверен, что у всех талисманов большое будущее и они станут всенародными любимцами. Это уникальный пример партнерства Оргкомитета и всей страны. Россия уже показала, что по степени вовлеченности в проведение Игр нам практически нет равных. ■

МЫ УЖЕ ПЕРЕШЛИ ОТ СТАДИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ К ОПЕРАЦИОННОМУ. МЫ ВЕЗДЕ СТАРАЕМСЯ ПРИМЕНЯТЬ САМЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, И ЗДЕСЬ ТОЖЕ ИСПОЛЬЗУЕМ ОЧЕНЬ ПРОГРЕССИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ, КОТОРЫЙ НИКОГДА РАНЬШЕ НЕ ПРИМЕНЯЛСЯ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ОЛИМПИАД

