

РАЗВЛЕЧЬСЯ ПО-СПОРТИВНОМУ В СЕРЕДИНЕ МАЯ

В ПЕТЕРБУРГЕ НА ПЛОЩАДКЕ ТРК «ПИТЕРЛЭНД» ОТКРЫЛСЯ САМЫЙ БОЛЬШОЙ КРЫТЫЙ ВЕРЕВОЧНЫЙ ПАРК ЕВРОПЫ — «ВЫСОТНЫЙ ГОРОД». ЕГО СОЗДАТЕЛЬ, УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР ОДНОИМЕННОЙ ГРУППЫ КОМПАНИЙ КИРИЛЛ ВОНОГОВ РАССКАЗАЛ, КАКИМ ОБРАЗОМ ПЛАНИРУЕТ СДЕЛАТЬ ПОСЕЩЕНИЕ ВЕРЕВОЧНЫХ ПАРКОВ НОВЫМ МЕЙНСТРИМОМ И КАК ЗАНЯТИЯ СПОРТОМ ПОМОГАЮТ НАЙТИ ИНВЕСТОРОВ. АЛЕКСАНДРА ЯХОНТОВА

GUIDE: Раньше вы строили веревочные парки за городом, на открытом воздухе. Почему решили переориентироваться?

КИРИЛЛ ВОНОГОВ: Первые парки у нас и правда были за городом — в Снежном, на Игоре. Но понимая, каким спросом пользуется услуга, мы решили строить их в черте города, чтобы они были полноценно доступны петербуржцам как летом, так и зимой. Следующим на очереди будем строить веревочный парк в Сосновке, затем — в «Охта-Молле» и ТРК «Лето».

G: Внутри вашего сегмента рынка большая конкуренция?

К. В.: Эту нишу уже нащупывали многие, но мы первые, кто решил сделать такие большие вложения в развитие сети крытых веревочных парков. У большинства конкурентов веревочный парк — это просто дополнительная «фишка» к основному бизнесу, к загородной базе, например, которая позволяет устраивать необычные корпоративные мероприятия. Многие знакомые бизнесмены не понимают, зачем нашему проекту нужен такой масштаб. Я же привык комплексно подходить к вопросу, мне интересно делать что-то принципиально новое, чего еще нет, проекты с потенциально большой возможностью роста и развития. Просто деньги зарабатывать неинтересно. Нужна хорошая миссия проекта. Именно поэтому у нас образовалась команда единомышленников: все соучредители компании — альпинисты, мы начинали еще в 2008 году, занимались тимбилдингом, веревочными курсами. И тогда еще поняли, что веревочный парк — тот проект, который может совмещать и успешный бизнес, и социальную составляющую, что мне и моей семье очень импонирует. Этот парк мы открыли за полтора месяца. Мои друзья, занимающиеся строительным бизнесом, сюда приходили в апреле, и им казалось, что стройки еще месяца на два. Когда им сказали, что 14 мая у нас открытие, они отвечали: «Ну давай, если через месяц откроешься, мы оплачиваем часть фуршета». В итоге я выиграл пари.

G: Кто ваши основные посетители? Родители с детьми?

К. В.: Исторически так сложилось, что большая часть клиентов — это дети. Но по нашим предположениям, «Высотный город» будет пользоваться огромным спросом у подростков, студентов и в целом активных людей всех возрастов. Для детей до 12 лет развлечений много, а для подростков, студентов и взрослых любителей активного отдыха вариантов очень мало. А проектов в форме развлекательного спортивного комплекса, который позволит провести время в компании друзей, на рынке нет. Мы нащупали пустую нишу и решили сосредоточиться на этом сегменте. Сейчас мы совершенствуем услугу и постепенно работаем над тем, чтобы понятие веревоч-



АЛЕКСАНДРА ЯХОНТОВА

ного парка (как основной услуги нашего мультиспортивного пространства) стало для людей синонимом активного, здорового образа жизни. И очень важный момент в том, чтобы посещение веревочного парка стало по-настоящему модным. Для этого мы планируем, например, постоянно затягивать сюда культовых личностей.

G: Известных спортсменов?

К. В.: Спортсменов, космонавтов. Будем привлекать разные спортивные клубы. Помимо веревочного парка, у нас будет много наземных программ: мини-гольф, лазерный тир. То есть веревочный парк — это базовый проект, который позволяет за счет высокой проходимости окупать дорогую аренду.

G: А остальное — это площадка для развития молодежного спорта?

К. В.: Не только молодежного. В первую очередь для активных людей, которые не знают, куда себя применить. Здесь они могут найти для себя новые увлечения, получить новый заряд адреналина. Трассы «Высотного города» безопасные, но проходить их нелегко. Один-два процента посетителей не могут пройти трассу, но это означает, что и другие тоже идут на пределе своих возможностей и за счет этого развиваются. Наша задача — сделать так, чтобы люди выходили из парка с чувством, что они сделали что-то новое, превзошли свои возможности.

G: То есть вы хотите сделать так, чтобы посещение веревочного парка стало такой же нормой, как, допустим, поход в торговый центр или кинотеатр?

К. В.: Да. У нас нет задачи просто строить веревочные парки и развивать их. В таком случае мы занялись бы уличными проектами, это было бы дешевле хотя бы

из-за аренды. Мы хотим внедрить в сознание людей бренд «Высотный город» как символ нового времяпрепровождения. Поэтому мы рассчитываем, что средний чек посещения парка не будет выходить за рамки среднестатистического чека в ресторане — примерно 1800 рублей на человека. И чтобы при этом человек получал не просто «обжираловку», а активный образ жизни, культурное место, встречу с друзьями. Мы хотим, чтобы услуга веревочных парков вышла на новый уровень и составила конкуренцию фитнес-центрам. Или, например, надоело людям все время ходить в кино и рестораны. Какое времяпрепровождение они могут выбрать, если, скажем, не пить, не курить и не сидеть в Facebook? А мы с помощью сети веревочных парков постараемся перенести онлайн-общение в офлайн.

G: А способен ли ваш проект конкурировать с фитнес-центрами?

К. В.: Нагрузка для прошедшего три трассы в парке сравнима с той, которую он получил бы, пробежав три километра на беговой дорожке. Некоторым кажется, что здесь нагрузки даже больше, чем в фитнесе. Детям — особенно подросткам — парк дается проще: моя десятилетняя дочь последний раз здесь провела семь часов. Дело в том, что веревочный парк дает комплексную нагрузку. После прохождения трасс по всему телу ощущается приятная усталость. Ты не чувствуешь, что состоишь из мяса и костей отдельно, а чувствуешь себя мягким и эластичным. При этом наутро не болят отдельные группы мышц, не забивается все молочной кислотой. Возможно, такой вид нагрузки уходит корнями в первобытную тематику — развиваются те группы мышц, которые

были задействованы, когда люди по деревьям лазали и на лианах летали. Такая усталость способствует раскрепощению, разрядке. Поэтому мне как спортсмену, кайтеру и виндсерферу, нравится проходить трассы в веревочном парке — усталость схожая.

G: Как быстро вы планируете окупить свой проект?

К. В.: В среднем — за 22 месяца. А если все пойдет хорошо, то проходимость парка — сто человек в час — позволит окупить его примерно за восемь месяцев. В этом и заключается уникальность проекта: мультифункциональные зоны, кроме фитнес-центров, открывать сложно, потому что в них нет основного сегмента с небольшим чеком, который обеспечивал бы проходимость. У нас есть такой сегмент — веревочный парк.

G: Сложно ли было найти инвесторов для проекта?

К. В.: В спортивный бизнес вообще трудно привлечь инвестиции. Я, помимо прочего, вице-президент Федерации по виндсерфингу и кайтсерфингу России и по возможности стараюсь поддерживать развитие рекреационных территорий. Мы пытаемся привлекать крупные компании, но их обычно интересует более широкая аудитория, чем спортсмены конкретного направления. А наш проект городских веревочных парков, как мы считаем, может стать успешной бизнес-моделью. Уже существует модель, по которой работают уличные парки, и развивать их получается даже у людей, которые относятся к этому исключительно как к бизнесу. В нашем проекте, когда стало понятно, что для «Высотного города» ввиду некоторых причин не хватает денег, нашелся инвестор, который полностью разделяет наши убеждения. И с такими людьми мы можем общаться благодаря спорту, не обладая изначально огромным состоянием. Правда, когда я советовался со своими друзьями-виндсерферами по поводу этого бизнеса, многие относились скептически. Вкладываться в проект веревочного парка, на первый взгляд, действительно рискованно — у проекта очень маленькая ликвидационная стоимость.

G: То есть инвестируют в этот бизнес скорее не те, кто хочет быстрых денег, а те, кто понимает социальную значимость проекта?

К. В.: Денег хотят все. Это необходимая составляющая любого хорошего проекта. Если человек говорит, что деньги — это неважно, он либо лукавит, либо просто не знает, как их зарабатывать. Мне всегда нужны деньги. Потому что я знаю, как я могу принести что-то хорошее в этот мир. А чтобы открывать новые горизонты, нужно больше и больше денежной массы. Все это идет рука об руку — главное, чтобы хорошие люди друг друга находили. ■