

АМЕРИКАНСКИЙ БРЕНД РАЗБИВАЕТ СТЕРЕОТИПЫ О РОССИИ

ST. PETERSBURG HARLEY DAYS —

ОДИН ИЗ КРУПНЕЙШИХ ФЕСТИВАЛЕЙ ЕВРОПЫ, ОН СТАЛ ЗНАЧИТЕЛЬНЫМ СОБЫТИЕМ И ДЛЯ ПЕТЕРБУРГА. КРОМЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ФЕСТИВАЛЬ ВКЛЮЧАЕТ ДЕЛОВУЮ ЧАСТЬ, КОГДА БИЗНЕСМЕНЫ И МЕНЕДЖЕРЫ МОГУТ НЕ ТОЛЬКО ОБМЕНЯТЬСЯ ОПЫТОМ, НО И НАЙТИ ИНВЕСТОРОВ ИЛИ ПАРТНЕРОВ ДЛЯ СВОИХ ПРОЕКТОВ. О ТОМ, КАК ST. PETERSBURG HARLEY DAYS МЕНЯЕТ ИМИДЖ НЕ ТОЛЬКО СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ, НО И НАШЕЙ СТРАНЫ В ГЛАЗАХ ИНОСТРАНЦЕВ, КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE ДМИТРИЮ МАРАКУЛИНУ РАССКАЗАЛ КООРДИНАТОР РОССИЙСКОГО МОТОФЕСТИВАЛЯ ИГОРЬ ЩЕРБАКОВ.

GUIDE: Как появился в Петербурге фестиваль Harley-Davidson?

ИГОРЬ ЩЕРБАКОВ: В 2008 году европейский офис компании Harley-Davidson проводил конкурс на открытие в Петербурге дилерского центра. На тот момент я занимал должность председателя совета директоров группы компаний «Лаура» и подал заявку на дилерство. В то время мотоциклы Harley-Davidson в России имели имидж товаров категории люкс, стоимость одной машины, которые завозились к нам, колебалась в пределах 2–5 млн рублей. А мы решили показать этот мотоцикл с другой стороны и завезли недорогие модели по цене около 400 тыс. рублей.

G: То есть сам фестиваль — это в первую очередь маркетинговое мероприятие?

И. Щ: Наверное, можно и так сказать. В том же году я по приглашению руководства компании Harley-Davidson побывал в Милуоки (США), где проходил юбилейный фестиваль, и это стало для меня шоком. В небольшом городе собралось 400 тыс. мотоциклистов — гостицы встречали их приветственными надписями, в каждой были даже приготовлены ведра и тряпки для чистки мотоциклов. Кстати, началом успеха компании стало создание всемирного клуба владельцев мотоциклов этой марки Harley-Davidson Owners Club (H.O.G.). Не нужно было изобретать велосипед, нужно было перенести этот фестиваль к нам, в Петербург, где он бы мог поднять интерес к Harley-Davidson.

G: Как руководство города отнеслось к вашей идее запустить полмиллиона байкеров в исторический центр Петербурга?

И. Щ: Я знал, что Валентина Матвиенко, занимавшая тогда пост губернатора города, поддерживала развитие туризма. И фестиваль мог, в том числе, привлечь внимание туристов к Северной столице. Губернатор поддержала мою идею, и в январе 2011 года я увез письмо за ее подписью и вручил лично президенту компании Harley-Davidson. В феврале 2011 года был получен положительный ответ. Президент компании напомнил, что в Великую Отечественную войну компания Harley-Davidson поставила в Россию 28 тыс. военных мотоциклов. И предложил, чтобы эти машины приняли участие в торжественном параде, обязательной части фестиваля. Мы разыскали шесть мотоциклов, которые возглавили колонну на первом петербургском фестивале Harley-Davidson, прошедшем на Крестовском острове в 2011 году.

G: Ваше мероприятие требует немало согласований и разрешений от офици-



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

альных структур. Как сейчас складываются отношения с городской администрацией и различными контролирующими органами?

И. Щ: В 2013 году партнером фестиваля и его президентом стал Георгий Путинцев, занимающий пост советника губернатора Георгия Полтавченко по мотоспорту и главы ассоциации мотоциклистов Петербурга. Он взял на себя взаимодействие с различными официальными структурами, в том числе и со Смольным. Это позволило фестивалю получить поддержку городской администрации и ускорить разрешение всех организационных вопросов. К примеру, наши эстонские гости очень радуются, когда едут на фестиваль: в этом случае прохождение всех процедур для них ускоряется.

G: Почему вы сменили локацию?

И. Щ: Региональный менеджер Harley Owners Group Берг Солберг, 28 лет занимающийся организацией фестивалей в Европе, предложил проводить фестиваль на площади Островского. И это решение оказалось верным: мотоциклетная культура объединилась с историей города — и это произвело фурор.

G: Что, на ваш взгляд, фестиваль дает городу?

И. Щ: Прежде всего — новых туристов. Петербургское мероприятие включено с 2011 года во все официальные календари компании Harley-Davidson, а это 1,5 млн членов H.O.G. во всем мире. На первый фестиваль приехало где-то 200 зарубежных мотоциклистов, но уже в этом году их

было около 2,5 тыс. человек. Всего же фестиваль посетило около 100 тыс. горожан и гостей города. Мотоциклисты — одни из самых активных туристов. И нам удалось добиться, чтобы мотоциклисты, приезжающие к нам на пароме, могли находиться в Петербурге без визы 72 часа.

Наш фестиваль, который считается лучшим фестивалем Harley-Davidson в Европе, благоприятно сказывается на туристическом имидже Петербурга. Включение этого фестиваля в корпоративный календарь компании — это знак безопасности туристического места. Авторитетный американский бренд Harley-Davidson подает всем такой сигнал. Кроме того, мы делаем очень важную вещь — разбиваем стереотипы иностранцев о России. Ни один гость фестиваля не пострадал, это факт.

G: Вы описываете немало достижений фестиваля. А где-то еще они используются?

И. Щ: Да, к нам обратился Ростуризм, и теперь на своих зарубежных выставках петербургский фестиваль Harley-Davidson, входящий в тройку крупнейших фестивалей Европы, используется как флагман для продвижения страны. Добавлю, что на нью-йоркской выставке, прошедшей в феврале этого года, у многих посетителей вызвал самый пристальный интерес стенд нашего фестиваля с рекламой возможности безвизового въезда в Россию.

G: Такие фестивали — дорогое удовольствие. На какие средства вы его проводите?

И. Щ: Мероприятие стоит около 40 млн рублей, его финансирование проходит за счет спонсорских средств. К примеру, в этом году «Гостиный Двор» предоставил нам по бартеру парковку, вы сами знаете, как сложно найти место в центре. Город тоже нас поддерживает, насколько ему позволяют финансовые возможности: в 2015 году было выделено 200 тыс. рублей, в прошлом — 900 тыс. рублей.

G: Фестиваль Harley-Davidson — это не только развлечение; что представляет собой деловая конференция для гостей?

И. Щ: В этом году конференция прошла в третий раз в Царском фойе Александринского театра. Ее суть — в решении актуальных бизнес-задач мотоциклистов, поиске инвесторов, помощи в построении бизнес-коммуникаций, а как результат — заключение контрактов и договоров. Основная часть мотоциклистов — это бизнесмены и менеджеры самого разного уровня, для которых интересна наша площадка.

В этом году участие в работе конференции принял президент Американской торговой палаты, объединяющей около 600 мировых компаний, работающих в России, Алексис Родзянко. Представители этой организации провели круглый стол по теме безопасности бизнеса в России: представители различных компаний рассказали о своем опыте иностранцам. Побывал на этой конференции президент Торгово-промышленной палаты Гамбурга, изучающий возможность для ведения россиянами бизнеса в Германии. В этом проекте могут быть заинтересованы отечественные предприниматели: всех коммерсантов интересуют новые рынки сбыта.

G: В чем основной интерес участия в конференции?

И. Щ: Основная задача как участников-мотоциклистов, так и не мотоциклистов — это подтверждение хорошего инвестиционного климата в России. Поиск надежного партнера в бизнесе — достаточно тяжелое и всегда довольно рискованное мероприятие. Мы предлагаем такие знакомства и связи, которые позволят решить если не все, то очень многие задачи бизнесменов.

G: Есть ли пример реализованного контракта, который родился во время деловой конференции фестиваля Harley-Davidson?

И. Щ: Член клуба H.O.G. Вячеслав Чулюков, москвич, два года назад инвестировал €1,5 млн в открытие в Петербурге второго дилерского центра Harley-Davidson, а это новые рабочие места и налоги для города. ■