

Дмитрий Анфиногенов:

«Игорная зона «Красная Поляна» — центр развлечений на 365 дней»

Директор по развитию игорной зоны «Красная Поляна» — о «постковидной» действительности в сфере туризма, становлении Сочи как центра международного туризма, об ошибках и козырях руководителя и тонкостях создания сильной команды

О развлечениях как бизнесе

— Дмитрий, в состав игорной зоны «Красная Поляна» входит не только казино, но и такие проекты, как WOW ARENA, театр «В игре» и др. С чем связан тренд на развитие развлекательной инфраструктуры «Красной Поляны»?

— Смысл существования игорной зоны «Красная Поляна» — создание качественного выбора развлекательных услуг и перво-классного сервиса для гостей. И WOW ARENA, и театр, и другие проекты — важная часть нашей работы в этом направлении. Мы стремимся, чтобы «Красная Поляна» воспринималась как центр развлечений, где гость каждый день может получать новые впечатления.

Курорт посещают тысячи людей, спрос на концерты очень высок. Раньше, когда мы проводили мероприятия в «Казино Сочи», желающих всегда было больше, чем позволяла принять площадка. Было логично создать не только театр «В игре» — на территории самого казино, но и WOW ARENA — площадку с большим залом-трансформером, прекрасной акустикой, массой сложных технических и инженерных решений.

Расширять сектор развлекательных услуг мы начали около четырех лет назад. Пандемия внесла коррективы, но сегодня люди соскучились по масштабным интересным мероприятиям — снова вырос спрос. Статистика продаж билетов за 2021 год показала: мы выбрали верное направление развития.

В первую очередь, конечно же, мероприятия посещают туристы, но среди наших постоянных гостей немало и местных жителей. WOW ARENA стала крупной площадкой, где регулярно можно видеть любимых артистов, посещать спортивные мероприятия, деловые форумы и многое другое. Что касается театра «В игре», то мы изначально выбрали стратегию с высокой планкой — проводить мероприятия, за уровень которых не будет стыдно перед самым искушенным зрителем.

В какой-то мере театр «В игре» стал ответом на огромную потребность Сочи в постоянной и качественной культурной программе. В городе много, скажем так, «курортной жизни», а вот в плане хороших культурных мероприятий — регулярности не хватало. Наш театр «В игре» стал дополнительным шагом для создания событийного туризма.

О деловом аспекте

— Насколько для Сочи и Красной Поляны перспективно развитие делового туризма?

— В этом смысле нам нет нужды выдумывать велосипед. Достаточно ориентироваться на успешный опыт таких крупных агломератов, как Вегас или Макао. В крупнейших игровых зонах постоянно проходят деловые мероприятия и разнообразные события мирового уровня. И они вызывают глобальный интерес.

XXII зимних Олимпийских игр в Сочи было одной из знаковых деловых площадок. На площади 33 000 кв. м размещался Олимпийский медиацентр.

О туристических плюсах

— До пандемии одной из основных целей маркетинга игорной зоны «Красная Поляна» было развитие международного туризма. Насколько случившееся в 2020 году изменило ситуацию и может ли в данных условиях Сочи стать всесезонным курортом мирового уровня?

— То, что Сочи не только может, но уже стал всесезонным курор-



«Неважно, сколько у тебя денег для реализации проекта. Деньги ты всегда найдешь, если у тебя будет много контактов. Записная книга — вот самое важное»

Посетить казино после форума, сходить на концерт после корпоративного мероприятия — это прекрасная и полезная возможность совмещать работу и отдых. И во многих странах и организациях подобный формат — часть корпоративной культуры. Деловой, развлекательный, событийный, спортивный туризм, гастрономия и еще целый ряд направлений развиваются параллельно с основным бизнесом игорных зон по всему миру. Мы не исключение. Для игорной зоны «Красная Поляна» MICE-направление также стало одним из перспективных.

К слову, «Казино Сочи» располагается в здании, которое в период проведения

том — стало понятно задолго до пандемии. В горах были нивелированы все сезоны. В году оставалось всего два наименее загруженных «курортных» месяца: апрель и ноябрь. Но и они были интегрированы в линейку проходивших в казино международных турниров, крупных событий, которые привлекали участников и зрителей со всего мира. Таким образом мы успешно решили задачу по загрузке.

Что касается международного статуса, то у нас было организовано прямое авиасообщение с целым рядом европейских и азиатских государств. Поток туристов из-за границы неуклонно и быстро рос, их доля в общем количестве посетителей каждый год

увеличивалась. По нашим расчетам, если бы не случилось пандемии — в ближайшей перспективе мы могли выйти на соотношение 50 на 50 процентов между россиянами и иностранцами. Общий тренд на развитие Красной Поляны как курорта высокого уровня с соответствующими требованиями к сервису также способствовал увеличению популярности игорной зоны среди наших зарубежных гостей.

Пандемия ситуацию изменила, но надо учитывать — неизбежные перемены произошли во всем мире. Сейчас отсутствие иностранцев компенсируется повышенным потоком российских туристов. В дальнейшем, когда, я надеюсь, сложный период подойдет к концу и границы будут открыты, игорная зона «Красная Поляна» станет более интересной туристической площадкой для зарубежных гостей, чем она была до 2020 года.

— Какие у Сочи есть преимущества для иностранного гостя? Ради чего сюда приезжали из-за рубежа и, надеемся, будут посещать курорт в дальнейшем?

