

Серфинг в России: как сделать из официальных соревнований социально-значимое событие, привлечь спонсоров и аудиторию к экстремальному спорту

Кнаус А.В. – магистр в области международных отношений МГИМО МИД России, Президент «Российской федерации серфинга», 123317, г. Москва, Пресненская наб., д. 8, стр. 1, эт. 6, **Дудова Т.В.** – магистр в области международной политики London City University, GR-менеджер «Российской федерации серфинга», 123317, г. Москва, Пресненская наб., д. 8, стр. 1, эт. 6, **Жуковский С.С.** – специалист в области спортивного маркетинга RMA (на базе ГУУ), Управляющий партнер компании «AROUND», 127051, г. Москва, переулок Каретный Б., д. 20, стр. 3.

Аннотация:

Серфинг является популярным и востребованным видом спорта во многих странах, однако, в России он получил системное развитие лишь с 2016 года. В данной статье рассматриваются основные проблемы серфинга как вида спорта и приоритные направления их решения. На примере реализованного в 2017 году спортивного событийного продукта «LocalsOnly!» рассматривается привлечение к экстремальной индустрии партнеров из коммерческих и государственных направлений.

Ключевые слова: серфинг, спортивный маркетинг, событийный спортивный продукт, индустрия экстрим-спорта

Серфинг является популярным и востребованным видом спорта в мире, практикуется более чем в сотне стран. Наиболее развит он в следующих из них: Австралии, Соединенных Штатах Америки, Индонезии, Португалии, Франции и ряде других. На основании приказа Министерства спорта РФ от 12 февраля 2016 г. № 132 “О признании и включении во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин, видов спорта и внесении изменений во Всероссийский реестр видов

спорта” серфинг был включен в первый раздел Всероссийского реестра видов спорта и ему был присвоен номер-код вида спорта 1370001511Л. 3 августа 2016 года Международный Олимпийский Комитет принял решение о включении серфинга в программу Олимпийских игр в Токио в 2020 году.

Несмотря на то, что серфинг еще недостаточно развит в стране и воспринимается обществом не как спорт (тем более спорт высших достижений), а как субкультурное течение и образ жизни, его развитие непременно связано с государственными программами.

Здесь особую роль играет Российская Федерация Серфинга, которая осуществляет деятельность по развитию вида спорта, занимается подготовкой всех регламентирующих документов, взаимодействует с Министерством спорта Российской Федерации, Олимпийским Комитетом России, бизнесом и сообществом.

В 2017 году при поддержке энтузиастов и партнеров, Российской федерацией серфинга была реализована стратегия популяризации вида спорта посредством привлечения к экстремальному спорту молодежи. За год было проведено 6 официальных всероссийских соревнований, сборная России по олимпийской дисциплине - «короткой доске» - приняла участие в Чемпионате мира во Франции, заняв 34 место. Юношеская сборная на Первенстве мира в Японии заняла 30 место.

Российская федерация серфинга проанализировала проблемы, сдерживающие темпы развития серфинга в Российской Федерации:

- отсутствие природных условий для занятия серфингом (только некоторые регионы находятся в непосредственной близости к океану или морю);

- в регионах, где присутствуют океан или море, не всегда есть волны, так как волны зависят от природных условий и штормов вдали от береговой линии. Есть сильные волнения вдали от берега - есть волны. Систематичность прихода пригодных для катания волн в РФ довольно низкая по сравнению с другими странами с береговой линией;

- отсутствие инфраструктуры в виде бассейна с искусственными волнами;

- несмотря на более низкий уровень периодичности прихода волн в регионах с океанским или морским побережьем, возможность для занятия серфингом есть, но широкие слои населения не проинформированы об этом и связывают серфинг с другими странами, в первую очередь США;

- отсутствие внимания со стороны федеральных СМИ;

- устойчивый стереотип о том, что серфинг излишне дорогой и травмоопасный вид спорта.

Причины возникновения проблем развития серфинга в Российской Федерации связаны со следующими факторами:

- недостаточное внимание местных органов власти к привлечению к физической культуре и спорту молодежи, начиная с детского возраста, что могло бы найти отражение в организации секций серфинга в центрах дошкольного воспитания, при общеобразовательных школах или внешкольных учебных заведениях;

- отсутствие материальной базы в виде центров спортивной подготовки;

- отсутствие профильной подготовки у тренеров по серфингу;

- сложности формирования календаря всероссийских соревнований из-за отсутствия материальных и финансовых возможностей регионов для проведения крупных соревнований и фестивалей серфинга;

- сильно ограничены возможности обмена опытом между российскими и иностранными тренерами, учеными, специалистами отрасли серфинга;

- регулярно повышаются требования к условиям проведения соревнований, к организационному, судейскому, врачебному и информационному сопровождению, к материально-техническому обеспечению судейства при постоянно меняющихся правилах и условиях проведения соревнований, к зрелищности соревнований, связанной, прежде всего, с организацией церемоний открытия и закрытия, культурной программой, сувенирной продукцией и т.д;

- слабые финансовые возможности командирования на официальные соревнования и турниры спортсменов и тренеров, что препятствует выполнению программных требований по количественным показателям соревновательной практики, что в свою очередь сказывается на отсутствие соревновательного опыта, на результатах выступлений в финальных соревнованиях по серфингу

- серфинг воспринимается частью серф-сообщества как контркультурное явление, что мешает восприятию системных действий со стороны спортивной федерации;

- отсутствие спортивных результатов на международной арене;

- отсутствие лидеров мнений;

- новизна данного вида спорта для общества;

- отсутствие научной методологии развития серфинга на всех уровнях: детско-юношеский, взрослый, любительский и т.д.;

- отсутствие опыта при взаимодействии с бизнесом, не изучены следующие направления: популярность, целевая аудитория и узнаваемость вида спорта.

Приоритетными направлениями решения проблем развития серфинга могут быть:

- создание инфраструктуры в виде искусственной волновой установки для обеспечения устойчивого развития серфинга в Российской Федерации;

- формирование интереса различных категорий граждан к виду спорта как одной из доступных и массовых форм физической активности населения России;

- завоевание передовых позиций в мировом спорте;

- формирование интереса к философии серфинга и серф культуре;

- популяризация вида спорта через федеральные СМИ.

Популярность серфинга в странах Европы, Океании и Северной Америки настолько велика, что в ряде стран, например, в Новой Зеландии, Австралии, серфинг включен в программу общеобразовательных школ. Однако в Российской Федерации школьный спорт не может быть развит в связи с дальностью морского побережья от школьной инфраструктуры и нестабильностью погодных условий, которые формируют волны.

Особое внимание стоит уделить детско-юношескому спорту. Физкультурно-спортивные организации дополнительного образования по серфингу на данный момент отсутствуют.

Однако постепенно дети школьного возраста приобщаются к культуре серфинга в регионах с достаточно сильно развитой серф-культурой. Постепенно создаются серф-сообщества, где детей обучают смежным с серфингом дисциплинам – плавание в бассейне на досках, катание на серф-скейтах, тренировки на батутах и баланс-досках.

Эти сообщества становятся основой для дальнейшего развития детско-юношеского спорта в регионах и позволяют подрастающему поколению тренировать навыки, необходимые для катания на океанских и морских волнах.

Наиболее эффективными методами привлечения детей и молодежи к занятиям серфингом является проведение информационных встреч со школьниками, выезды в школы-интернаты и открытые уроки и мастер-классы по серфингу, включая популяризацию адаптивного направления серфинга.

Серфинг в мире чрезвычайно популярен в среде студенческого сообщества. Он представляет собой значимую часть студенческой культуры в ряде стран. Целесообразно проводить работу во взаимодействии с Российским студенческим спортивным союзом для популяризации спорта в соответствующих субъектах федерации. В некоторых ВУЗах открываются студенческие серф-клубы, которые начинают развиваться и связывают свою деятельность с поездками по России и за границу с целью заниматься серфингом, путешествовать и совершенствовать навыки катания на волнах.

Ранее чемпионаты России по серфингу среди студентов не проводились, однако, это является одним из перспективных направлений работы Российской федерации серфинга, так как именно студенты могут стать спортивной элитой серфинга в ближайшее время.

Важнейшими критериями развития системы подготовки спортивного резерва в стране являются количество и квалификационный уровень спортсменов.

Несмотря на то, что в последние годы количество отделений по серфингу в Российской Федерации стало расти и наблюдается значительный рост интереса к данному виду спорта, во многих регионах остается проблема отсутствия спортивных секций, тренеров и баз для проведения занятий серфингом, несмотря на желание людей тренироваться.

Опыт работы Российской федерации серфинга с партнерами в 2017 году показал, что популяризация спорта путем создания событийного спортивного продукта имеет колоссальные перспективы.

Так, фестиваль «Locals Only!», посвященный популяризации культуры серфинга и завершающий официальные спортивные соревнования по серфингу продемонстрировал следующие ключевые метрики по итогам 3 фестивалей, 3 всероссийских соревнований и 3 Чемпионатов России:

- более 18 000 гостей чемпионатов и фестиваля
- более 300 млн. совокупный медиа охват
- 9 музыкальных коллективов
- 50 мастер-классов
- более 300 спортсменов, принявших участие в соревнованиях
- поддержка городских администраций (Калининград, Санкт-Петербург, Сочи).

Генеральные партнёры агентство спортивного маркетинга «Around Sport&Marketing» смогли привлечь к мероприятию партнеров с мировым именем – Титульный партнер Чемпионата по серфингу Bulli Surf Cup – компания «Volkswagen Коммерческие автомобили», Музыкальный партнер - компания «HARMAN». Для таких партнеров как «Tele2» были разработаны специальные программы активации бренда, например, обеспечение доступного для гостей мероприятия интернета на площадке и зоны виртуального серфинга. Также партнером мероприятия была компания «World Class», которая проводила консультации по программам тренировок, активности для гостей фестиваля в зоне кросс-фита и мастер-классы.

Для привлечения партнёров была разработана стратегия, основными критериями поиска и отбора которой стали:

1. Партнёрская позиция: мы не искали спонсоров, а привлекали партнёров, показывая высокую эффективность по результатам участия в ивентах и пиаре всего турнира.
2. Позиция «Win to Win», все вложенные средства дали максимальный результат как организаторам, так и партнёрам.
3. Все партнёры близки нам по духу и разделяют нашу философию.

Важно заметить, что это был первый цикл чемпионатов на таком масштабном и высоком уровне. В рамках проведения чемпионатов в 2017 году был разработан уникальный формат, соединивший в себе спортивную и фестивальную часть мероприятия, что позволило добиться максимального результата и охвата аудиторий. Более того, подобный формат будет использован при проведении Олимпийских игр в Токио 2020 в рамках проведения турнира по серфингу – соревновательная часть пройдет за 2 дня, а остальные 2 недели будет проходить международный фестиваль серфинга.

По итогу 2017 года, проект организации Российской федерацией серфинга спортивных мероприятий, тура соревнований «Bulli Surf Cup» совместно с партнерами «Around Sport&Marketing», проект стал социально-значимым, объединил большую географию соединив Калининград, Санкт-Петербург и Сочи, получил поддержку государственных структур и положительные отзывы в СМИ в качестве единственного в России проекта федерального масштаба развивающего серфинг не только как вид спорта, но и пропагандирующий здоровый образ жизни среди молодежи.

По итогам прошедших чемпионатов и фестивалей можно сделать вывод, что серфинг очень зрелищный и эмоциональный вид спорта, кроме того, имеет высокую присоединяемость и очевидный рост поклонников. По факту, серфинг не такой уж дорогой и недоступный вид спорта, как все привыкли считать. Его можно сравнить с горными лыжами и сноубордингом, т.к. для занятий данными видами спорта требуется специальная экипировка и погодные условия (так называемый прогноз). Но они более привычны для Российской аудитории. Поэтому у серфинга в России есть все шансы встать на одну ступень по популярности и востребованности. Все что мы делаем, направленно на достижение этой цели.

Knaus A. – President of Russian Surfing Federation, Dudova T. – GR-Manager of Russian Surfing Federation, Zhukovskii S. – Managing Partner of Around Group Co.

Annotation

Surfing is a popular sport in many countries, however, in Russia it has been systematically developed since 2016. This article examines the main problems of surfing as a sport and the priority directions for surfing popularization. The example of the sports event "LocalsOnly!", held in 2017 in 3 russian cities, the procedure of Partners' attraction to the extreme industry from commercian and governmental spheres is considered in the text below,

Keywords: surfing, sports marketing, sport events, extreme industry