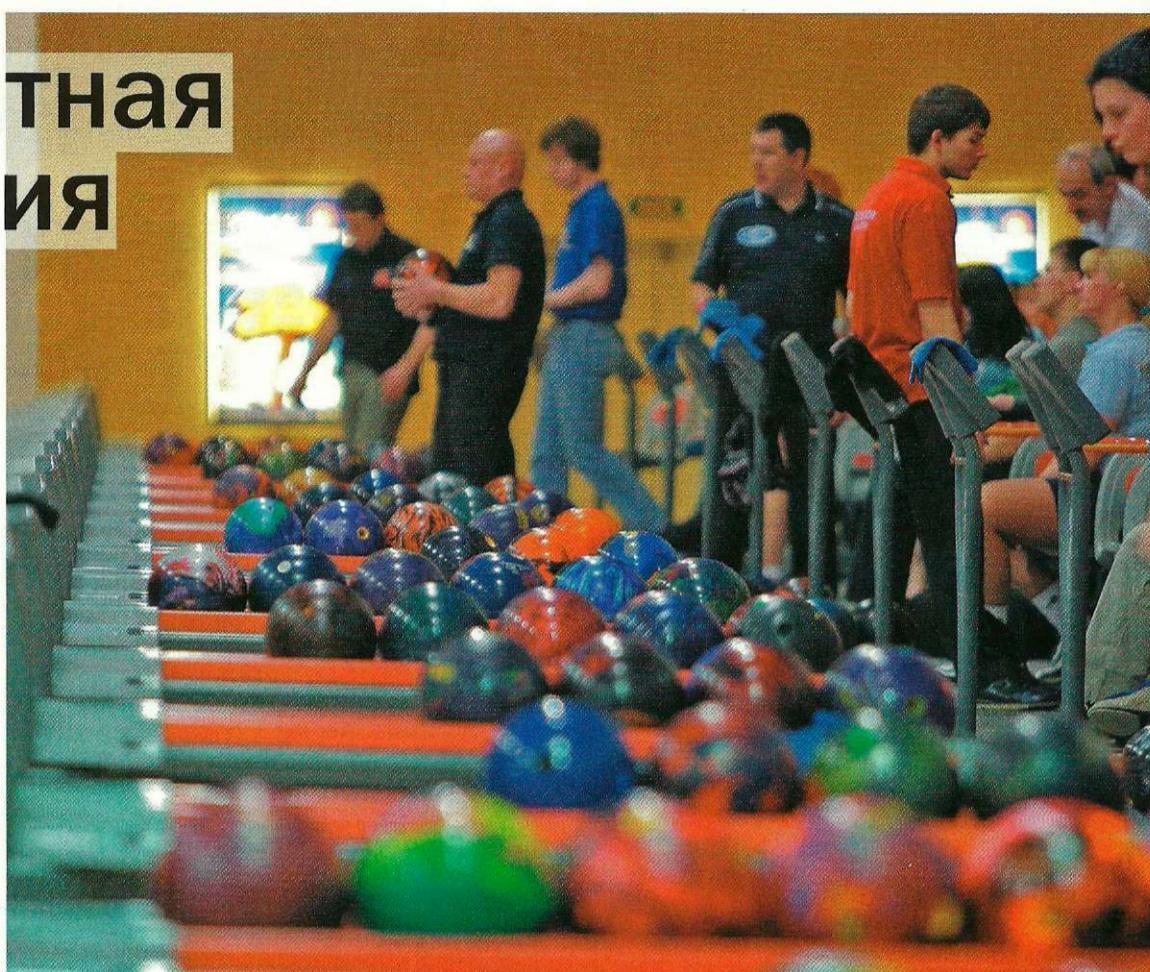


→ Развлечения:

## Шарокатная эволюция

журналист:  
Марина Лебедева

фото:  
архив CRE

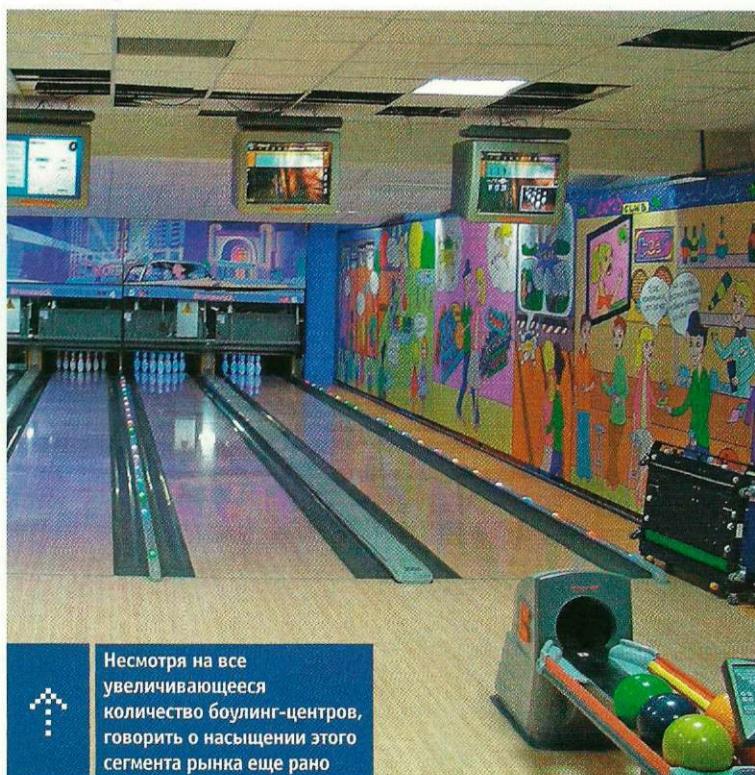


❖ Российская индустрия боулинга выходит на очередной этап развития. Боулинг-бум последних двух лет постепенно сходит на нет, а количество переходит в качество. Спектр услуг боулинг-центров расширяется, на рынок выходят новые игроки. В регионах активно осваивается совершенно новый развлекательный формат – боулинг плюс кинотеатр.

Сегодня в России порядка 600 мест, где можно поиграть в боулинг, общее количество дорожек перевалило за отметку 4500. Однако о том, что рынок насыщен, говорить пока рано – к примеру, в США насчитывается более 5600 боулинг-центров и около 116 тыс. дорожек.

Несмотря на то что отечественный рынок эксперты относят к развивающимся, самый крупный боулинг-центр Европы находится не в Германии и даже не в Финляндии, а у нас, в Санкт-Петербурге. Речь идет о проекте «Пулково III» на 52 дорожки. Правда, городу на Неве недолго оставаться лидером отрасли: в Москве, на Олимпийском проспекте, идет строительство еще более крупного боулинг-центра. Проект осуществляется компанией «СУИ Холдинг». По словам ее представителя, Ольги Баулиной, срок сдачи спортивно-оздоровительного комплекса с боулингом на 54 дорожки намечен на март 2009 года.

**10 лет в погоне за страйками**  
История боулинга в России началась в конце 1997 года: официальным стартом принято считать открытие 8-дорожечного клуба «Боулинг Алекс» в Москве. Несложная игра в шары и кегли в один момент стала



↑  
Несмотря на все  
увеличивающееся  
количество боулинг-центров,  
говорить о насыщении этого  
сегмента рынка еще рано

популярной: первые столичные клубы были забиты «под завязку», при стоимости \$70 в час свободных дорожек приходилось ждать до утра. После того как первые боулинг-центры окупились за 7–8 месяцев, число желающих открыть собственное шарокатное заведение превысило количество подходящих помещений (для установки боулинга необходимо помещение длиной минимум 30 м). После кризиса многие проекты были заморожены, и следующий всплеск активности пришелся на 2002 год, когда было открыто более семи десятков боулинг-центров. Все последующее время индустрия стабильно развивалась, боулинг проникнал даже в самые отдаленные уголки нашей страны. Любимой забаве американских дальнобойщиков нашлось место и в ведомственных санаториях, и на базе подводников Тихоокеанского флота. В прошлом году в России открылось порядка 70 развлекательных заведений, имеющих в своем арсенале боулинг.

Если одни клубы открываются, то другие уходят в небытие: в Москве, например, число шарокатных заведений вот уже третий год остается неизменным. Закрываются не только маленькие клубы, расположенные на периферии, но и самые центральные заве-

дения. В частности, прекратили свое существование клуб «Катапульта» в «Атриуме» на Земляном Валу и «Манеж» в ТЦ «Охотный ряд». За 10 лет клиентура боулинг-центров поменялась радикально. Если раньше сюда приходили исключительно с друзьями, то сейчас в боулинг-центр приходят отдохнуть всей семьей. По-прежнему актуально проведение новогодних корпоративных вечеринок в боулингах – до 30% годовой выручки клубы собирают в декабре–январе.

#### Соседство с розницей

До начала повсеместного строительства торговых центров главной проблемой боулинга был недостаток площадей. Где найти помещение размером 1500 кв. м и выше, стало понятно, когда «как грибы после дождя» стали появляться моллы. Идея совмещения торговых и развлекательных зон быстро обрела популярность, в этом вопросе Россия пошла по европейскому пути развития, а не по американскому. По словам Карины Маликовой, генерального менеджера компании Brunswick Bowling & Billiards по России и странам СНГ, в США только 2–3% дорожек для боулинга расположены в торговых центрах, в то время как в Европе многие крупные проекты моллов включают в себя этот вид развлечения. Девелоперы «пустили» к себе боулинг, поскольку это выгодно. «Согласно исследованиям, только 9% людей приходят в торговые центры делать покупки, а 69% идут сюда с целью «что-то купить, а заодно и развеяться», – говорит Карина Маликова.

Боулингу же размещение в торговом центре также «на руку» – стабильные клиентские потоки ему обеспечены плюс отпадает необходимость себя рекламировать. Не надо тратиться на щиты по городу и ломать голову, в каком СМИ дать рекламный модуль. Вопрос прибыли клуба во многом зависит от месторасположения, в некоторых российских городах рынок уже близок к насыщению, и операторы не рискуют там создавать новые проекты. «Основной успеха проекта является локация. Не стоит спешить доверять статистическим выкладкам по человеко-душам на дорожку боулинга, – говорит Дмитрий Сумин, директор по разви-

тию от 2 до 14 лет. Также Дмитрий Сумин советует очень аккуратно и взвешенно оценивать предложения по Санкт-Петербургу и Екатеринбургу – городам-рекордсменам по числу функционирующих дорожек для боулинга. К местам, где ощущается дефицит качественного предложения по шарокатным заведениям, Дмитрий Сумин относит Нижний Новгород, Омск и Новосибирск, поэтому здесь «УК Планета Развлечений» в 2008–2010 гг. представит полный формат семейных развлекательных центров под брендом «Игромакс».

Далеко не все операторы с недоверием относятся к проектам в Северной столице.

**➤ Эксперты полагают, что скоро боулинг и мультиплекс сблизятся еще больше. Сегодня не только боулинг-операторы осваивают новую услугу, но и киносети уже активно оборудуют площадки для боулинга.**

тию ЗАО «Управляющая компания «Планета Развлечений» (бренд «Игромакс»). – Страна многогранна, разноменальна, платежеспособность населения и готовность принять качественный массовый продукт не так очевидны, несмотря на развитие рынка». По словам г-на Сумина, в части боулинга рынок уже насыщен в таких городах, как Краснодар, Казань и Волгоград. Здесь сети «Игромакс» интересен лишь детский формат присутствия – развлекательные центры без дорожек для боулинга, рассчитанные на

до конца года местная боулинг-индустрия пополнится новыми клубами – в частности, должны открыться второй по счету центр сети «Седьмая миля» (24 дорожки, площадь 4000 кв. м) и боулинг «Лидер» на 48 дорожек в ТРЦ «Гранд Каньон». Интересно, что в шаговой доступности от «Гранд Каньона» находятся еще два известных боулинг-клуба, однако Геннадий Плахов, генеральный директор компании Switch Bowling, участвующей в реализации данного проекта, с оптимизмом смотрит в будущее,

поясняя: «Успех боулинг-центра зависит от выбранной концепции, менеджмента, персонала. Мы реконструируем известный в городе клуб «Лидер», скоро он откроется в новом формате и станет крупнее. Если раньше в нем было 30 дорожек, то теперь будет 48. Появятся и другие развлечения – роллердром, например».

#### Большие и маленькие

Пример с питерским «Лидером» отражает одну из главных тенденций прошлого года – укрупнение площадок. Боулинги становятся масштабными. Открытие клуба на 20 и более дорожек уже давно не является сенсацией. Напротив, скорее станет сенсацией появление в городе-миллионнике заведения на 4–6 дорожек. У ряда специалистов такие проекты вызывают недоумение, ведь экономика большого клуба существенно выше экономики клуба маленького ввиду сокращения операционных расходов на единицу выручки. При прочих равных 20-дорожечный проект окупается как минимум в 2 раза быстрее 6-дорожечного.

Однако опять же все дело в концепции. Помимо больших развлекательных центров, тиражируемых сетевыми операторами, в городах России и СНГ существуют так называемые боулинг-бутики. В отличие от продуктов сетевиков, они ориентированы не на семейный отдых, а на VIP-клиентов. «В таких клубах действует жесткий фейсконтроль. Сюда приходят солидные, обеспеченные люди, не желающие играть на соседних дорожках с «кислотной» моло-

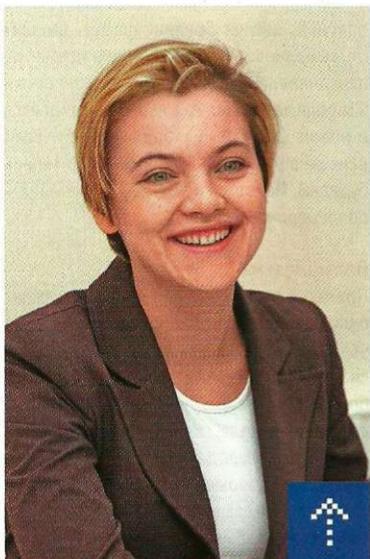


**ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ПАРК  
НА ТЕРРИТОРИИ 206 га  
ИДЕАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ  
И ДОСТУПНОСТЬ**

**Knight Frank**   
**AksiS&Co.**

**Каширское шоссе, 90 км от МКАД**  
**+7 (495) 981 0000**

→ Развлечения:



Карина Маликова,  
генеральный менеджер компании  
Brunswick Bowling & Billiards  
по России и странам СНГ

дежью, – рассказывает Геннадий Плахов. – Здесь стоит эксклюзивная мебель, более пристальное внимание уделено интерьеру. Для одного из клубов, которые мы оборудовали, компания Pininfarina специально разрабатывала дизайн». По словам г-на Плахова, такие боулинг-бутики очень успешны экономически.

Маленьким клубам, стоящим, как говорят профессионалы, «в чистом поле», тяже-

ло тягаться с развлекательными монстрами при торговых центрах. Потребитель приывает к широкому спектру услуг, получаемых в одном месте, ему уже неинтересно после двух часов катания шаров переезжать в другое место, чтобы, скажем, поужинать. Боулинг-центры, создаваемые 7–8 лет назад, в список дополнительных услуг часто включали только бар, а если и была кухня, то в большинстве случаев оставляла желать лучшего. Сейчас таким клубам сложно оставаться полноценными участниками рынка. Если, конечно, ничего не менять. По мнению Геннадия Плахова, «вторую жизнь» боулинг-центру можно дать, поставив туда дополнительные развлечения, – бильярд, игровые автоматы. Если есть возможность, сделать детскую зону. И еще дать возможность клиенту нормально питаться – открыть ресторан, нанять хорошего повара.

Помимо добавления новых развлекательных опций, многие «древние» боулинги сейчас активно проводят модернизацию – меняют оборудование, электронику, интерьер. Вместо кинескопов ставятся жидкокристаллические панели, старые прокатные шары уступают место новым.

Карина Маликова не согласна с тем, что современный боулинг-центр обязательно должен располагаться в торговом центре. «Если у клуба была изначально правильно выбрана концепция, если у него удачное месторасположение, если были сделаны хорошие инвестиции в оборудование и в ремонт, то он будет успешным. Надо толь-

ко продолжать работать над стандартами, сохранять высокий уровень качества предоставляемых услуг». В качестве примера успешно работающего клуба «в чистом поле» г-жа Маликова приводит боулинг «Квантум» в Новосибирске на 36 дорожек.

Время сетевых операторов

Для боулинг-индустрии 2007 год ознаменовался такими новыми тенденциями, как диверсификация предоставляемых услуг и появление на рынке новых игроков. У ряда сетевых операторов несколько изменился формат, появились новые услуги. «Отдельных боулинг-центров мы больше строить не планируем, – говорит Ирина Кириллина, PR-менеджер компании «Созвездие развлечений». – В перспективе у нас только развлекательные центры, имеющие в своем составе боулинг, кинотеатр-мультиплекс, детский центр, рестораны и фуд-корт. Мы хотим предложить самые разные виды развлечений на территории одного торгово-развлекательного комплекса». Такие проекты уже реализованы в Самаре и Казани, стоимость каждого из них составила не менее \$10 млн. По словам Ирины Кириллиной, кинотеатр в составе развлекательного центра дал большое преимущество – компания получила новых клиентов и, соответственно, новую прибыль. «Созвездие развлечений» уходит от прежнего формата, продавая свои старые московские клубы, – в 2006 году закрылась «Планета боулинга» в гостинице «Космос», в 2007 году поменял название и владельцев боулинг на Кожевнической улице.

Другой оператор – «Космик» – пошел по пути увеличения детской площадки, в новых проектах сети она занимает до 1500 кв. м. Плюс добавился пивной ресторан. Формат, в котором привычно работать этому сетевому оператору, – 3000–6000 кв. м. В отличие от компании «Созвездие развлечений», активно осваивающей регионы, в последние пару лет «Космик» строит свои развлекательные центры в столице – сегодня здесь функционирует свыше 150 дорожек. В декабре 2007 года оператор открыл центр в ТРЦ «Мега-Белая дача». С точки зрения боулинг-индустрии это стало знаковым событием – после пяти лет переговоров и дискуссий «Мега» подписала контракт о создании внутри своих моллов развлекательных центров. До этого там были только кинотеатры и каток, детская тема и боулинг никогда не интересовали этого девелопера.

Что касается новых игроков в боулинг-сегменте, то они приходят оттуда, откуда их совсем не ждали. Профессионалы с интересом следят за развитием темы «боулинг + мультиплекс», есть основания предполагать, что в будущем эти две развлекательные опции сблизятся еще больше. Сегодня не только боулинг-операторы осваивают новую услугу, но и киносети уже активно оборудуют площадки для боулинга. «Первой ласточкой» стал «Болливуд» в Екатеринбурге – про-

ект компании «ИнвестКиноПроект» (бренд «Киноплекс»). В 2008 году будут открыты 4 развлекательных комплекса в Самаре, Уфе, Новосибирске и Волжском, на 2009 год запланировано открытие еще 4–5 объектов. По словам генерального директора компании «ИнвестКиноПроект» Андрея Орехова, в строительство новых комплексов в 2008–2010 гг. будет инвестировано около \$100 млн. Основной формат каждого объекта включает 6–8 кинозалов, 20–24 дорожки для боулинга, игровую зону, а также бары и кафе. Все это размещается на площади от 5500 до 7000 кв. м. Объем инвестиций в один объект составляет \$6–7 млн., ожидаемый срок окупаемости – 5 лет. «Используя комплексный формат, компания может более эффективно планировать пространство и организовывать потоки людей, – говорит Андрей Орехов. – Кроме того, мы имеем возможность проводить самые разнообразные кросс-маркетинговые акции, более эффективно использовать рекламный бюджет. Наш опыт в Екатеринбурге показал, что эффективная промоакция в кинотеатре положительно сказывается на выручке боулинга, и наоборот». О своих намерениях делать боулинг-площадки говорят – правда, с большой осторожностью – такие киносети, как «Формула кино» и «Киномакс». Как нам сообщили в обеих компаниях, эти проекты пока находятся в стадии разработки.

В 2008 году сетевых боулинг-операторов должно прибавиться, когда откроются сразу три центра активного отдыха под брендом «7 Миля» – это проект компании VIA Bowling. Первый центр сети был открыт летом 2006 году в Санкт-Петербурге, на ул. Типанова. «У проекта «7 Миля» был непростой старт, но о пробуксовке речь не идет, проект активно развивается», – уверяет генеральный директор сети «7 Миля» Андрей Шмырин. Будущей осенью начнут свою работу центры в Санкт-Петербурге, в Иркутске и в одном из районных центров Московской области. По словам Андрея Шмырина, в проект «Седьмая миля» планируется инвестировать 2,5 млрд. руб. и до 2015 года открыть порядка 40 центров. В качестве площадок для строительства центров рассматривается 24 российских города.

Сегодня предложений разместить у себя дорожки для боулинга поступает немало, однако безудержного оптимизма у специалистов это не вызывает. «Настроивает игра на повышение арендных ставок, которая идет со стороны девелоперов. На сегодня эти ставки выше общемировых, – говорит Карина Маликова. – Возможно, девелопер может выиграть в краткосрочной перспективе, получив более высокий доход сейчас. Но в долгосрочной перспективе проиграет и рынок девелопмента, и рынок развлечений. Потому что высокие арендные ставки не позволят компаниям эффективно оперировать на рынке и развиваться дальше». С|R|e

## КРУПНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОМПАНИЯ ИЩЕТ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДИ

В КРУПНЫХ  
ТОРГОВЫХ  
ЦЕНТРАХ  
МОСКВЫ

ДЛЯ  
ОТКРЫТИЯ  
МАГАЗИНОВ  
ЖЕНСКОЙ  
ОДЕЖДЫ  
И АКСЕССУАРОВ

ПЛОЩАДЬЮ  
ОТ 150  
ДО 300  
КВ.М

Контактное лицо: Шимаров Антон  
тел. +7 926 135 52 72