

Изобрести Васалоппет

Текст: Максим Березницкий



Как превратить локальное развлекательное мероприятие в спортивное событие мирового масштаба? Об этом хорошо знают в шведской провинции Даларна, где уже более 90 лет проводятся уникальные массовые соревнования

Бегство и хитрость

В 1920 году у журналиста Андерса Перса родилась идея: провести лыжный марафон в области, куда ровно 400 лет назад бежал от датчан будущий король Швеции Густав I. Идея публике понравилась, но осуществить ее удалось только в 1922 году. Первая гонка между городами Селен и Мура состоялась 19 марта 1922-го. На старт вышли 119 лыжников. Всего за год интерес к этому событию вырос настолько, что в Селен послали киносьемочную группу. Уникальные кадры, сделанные тогда, очень помогли впоследствии в продвижении бренда «Васалоппет». Правда, деятелям кино пришлось пойти на хитрость: если бы они снимали настоящий старт, перевезти свое оборудование за 90 километров к финишному створу они бы попросту не успели. Поэтому накануне настоящей гонки была проведена ее репетиция – она и дошла до нас на пленке вместе с кадрами настоящего финиша.

Зима-лето

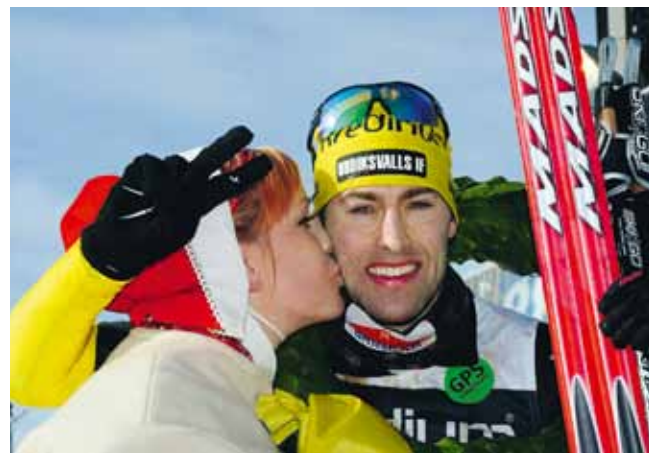
Здесь стараются чтить традиции. К примеру, оформление финишного створа практически не изменилось за 90 лет. В то же время «Васалоппет» сегодня – это развитое предприятие с годовым оборотом 12 миллионов евро и 30 штатными сотрудниками. Зимняя лыжная неделя собирает до 65 тысяч спортсменов – профессионалов и любителей из разных стран. На старт основной гонки выходят более 15 тысяч человек, при этом за участие нужно заплатить.

Осознав, что большее число участников выпустить на лыжню невозможно, организаторы пошли на неожиданный шаг, добавив к зимним и летние соревнования. Теперь «Васалоппет» – это не только лыжи, но и велосипед, и состязания в беге. В 2012 году общее число участников всех этих соревнований достигло почти 90 тысяч человек – и это при населении Швеции, едва превышающем 9 миллионов.

В общей сложности соревнования, проводимые под маркой «Васалоппет», длятся две недели в году, при этом экономический эффект для региона от их проведения превышает 30 миллионов евро.

220 тысяч за 10 дней

«Васалоппет», будучи платным для участников, в то же время не является коммерческим предприятием. Ос-



новной его целью, как и 90 лет назад, является популяризация лыжных гонок. Взносы, которые собирают организаторы, идут не только на проведение собственно соревнований, но и на развитие различных видов спорта в трех городах – Селене, Море и Эвертсберге, через которые пролегает маршрут марафона. Во время недели «Васалоппет» население этих городов увеличивается в несколько раз, а в Море открывается выставка-ярмарка, для которой построен отдельный павильон площадью 5 тыс. квадратных метров.

За десять дней он принимает 220 тысяч посетителей. От проведения гонок выигрывают все: участники размещают не только в гостиницах и школах, их с удовольствием пускают в свои дома местные жители. Рестораны, кафе, магазины в это время испытывают приятные хлопоты: приходится заранее озаботиться заполнением товарных складов, что обеспечивает торговым предприятиям колоссальную выручку.

Дефицит номеров

Организация таких крупных соревнований требует опыта и больших затрат. Для гонщиков по пути следования устраивают семь станций питания, а это более 700 метров столов с напитками и закусками. Для перевозки грузов задействуют полсотни автомобилей – их предоставляют партнеры из компании DHL. Центр Моря, где расположен финиш, в обычное время тщательно чистят от снега, поэтому для гонок его приходится специально сюда завозить.

<http://www.skigo.no>, <http://news.madhus.com>, <http://www.bt.dk>, <http://www.browni.net>

Достигнув предела по количеству участников, «Васалоппет» столкнулся и с другой проблемой. Сразу по окончании гонки в продажу поступают стартовые номера на соревнования следующего года. Они раскупаются в течение нескольких недель. Приходится так или иначе отбирать участников, стараясь соблюсти баланс между местными спортсменами и гостями из других стран.



Пиппа Миддлтон, сестра герцогини Кембриджской в рамках своего благотворительного проекта «Волшебный завтрак», пробежала на лыжах дистанцию 90 км за 7:13 и заняла 412 место в своей возрастной группе (Васалоппет-2012)

Лицом к 65 тысячам лиц

«Сейчас многие воспринимают «Васалоппет» как должное, – говорит исполнительный директор управляющей компании Sweden's Vasaloppet Андрес Селлинг, – и приходится напоминать людям, с чего все начиналось. За нашим успехом стоит многолетняя кропотливая работа. Мы прошли путь от «просто гонок» до настоящего зрелища, за которым тысячи зрителей наблюдают на трибунах, а миллионы следят у телеэкранов.

Мы стараемся не стоять на месте и задаемся серьезными вопросами: можем ли мы поставить себе задачу сделать «Васалоппет» круглогодичным? Возможно ли такое? Фактически трасса гонок – это арена протяженностью 90 километров. Для производителей экипировки тут уникальная возможность лицом к лицу встретиться с 65 тысячами потребителей – самый надежный способ активации спонсорства. Поэтому наши партнеры дорожат сотрудничеством с «Васалоппет», а их число постоянно растет». ■

«Васалоппет»

Дата рождения – 19 марта 1922 года

Протяженность основной дистанции – 90 километров

Основная лыжная гонка проводится в первое воскресенье марта

Число участников лыжных гонок 2014 года – 68 400

Число участников велосипедных гонок – не менее 18 тысяч

Число участников состязаний в беге – 5 тысяч

Годовой оборот управляющей компании – 12 миллионов евро

Экономический эффект провинции Даларна от проведения соревнований – 30 миллионов евро в год