

В Перми «Парма» сыграла вничью, а во Франции, к сожалению, проиграла. Хотя, оговорюсь, если бы мы проиграли с менее внушительной разницей, могли бы продолжить участие в турнире.

Для нас это опыт, причём опыт не только игровой. Так сложилось, что во Франции «Парма» играла не в полном составе: были совершены ошибки в заявочной кампании, были сложности с логистикой и документооборотом; надеюсь, что они больше не повторятся.

«Парма», пожалуй, самая популярная команда в городе. По-моему, это связано с использованием клубом сильных современных маркетинговых шагов. Вы согласны с тем, что именно в этом секрет успеха?

— Считаю, что нам ещё очень много и упорно предстоит работать над продвижением команды. Мы не конкурируем и не сравниваем себя с нашими партнёрами и коллегами в Перми и Пермском крае. Не буду сейчас называть конкретных имён и названий клубов, но, определённо, есть команды, которые работают мощнее, чем мы, нам есть куда стремиться.

В чём конкретно нужно усилить работу с болельщиками?

— У нас непросто найти те ниши, через которые надо вести основную работу для привлечения к себе внимания.

БЛАГОСОСТОЯНИЕ НАШЕГО НАСЕЛЕНИЯ ПОКА НЕ ПОЗВОЛЯЕТ ЕМУ ПОЛУЧАТЬ ЗРЕЛИЩЕ И ПЛАТИТЬ ЗА НЕГО ТУ ЦЕНУ, КОТОРУЮ ЖДУТ В КЛУБАХ

Чаще всего в голову приходит аналогия с Национальной баскетбольной ассоциацией (НБА), по сравнению с нами это совершенный продукт. Мы у них, конечно, некоторые вещи подсматриваем. Но сравнивать в принципе наши рынки бессмысленно, потому что ёмкость капитала, ёмкость рынка сильно разнятся. Если перевести это на русский язык, то благосостояние нашего населения пока не позволяет ему получать зрелище и платить за него ту цену, которую ждут в клубах. Мы стараемся найти отклик у публики, увеличить хотя бы количество продаваемых билетов. Клуб присоединился к раз-

личным акциям, и вывод однозначный: есть определённая доля постоянных клиентов, которые приходят к нам на игру и покупают билеты, и эта доля по итогам таких скидочных акций не увеличилась. Сейчас самый популярный и наиболее дешёвый способ продвижения продукта — это интернет, социальные сети. Будем делать упор именно на этот канал.

МОЛОДОГО ПАРНЯ ПРИХОДИТСЯ ДОУЧИВАТЬ И ПЕРЕУЧИВАТЬ

С чем вы связываете тот факт, что «Парма» является одной из самых посещаемых команд в Единой лиге ВТБ?

— В первую очередь люди ходят на баскетбол благодаря традициям. Есть ещё одна привлекательная черта в команде — у нас много доморощенных игроков. В прошлом году мы не выиграли ни одного домашнего матча и всего один домашний матч выиграли в этом сезоне, но зритель, спасибо ему, приходит, чтобы посмотреть на своих. У нас игроки с местной пропиской составляют костяк команды, такое достаточно редко встречается. Я не могу сказать, что это единственно правильный путь развития, но мы для себя такой путь выбрали и очень хотим его придерживаться.

Естественно, в случае если команда будет расти в части требуемого результата, никто не даст гарантию, что такое же количество местных спортсменов останется, но нам хотелось бы помимо того, чем мы занимаемся сейчас, увеличивать ещё и качество подготовки наших молодых звёздочек. У нас пока нет полноценной структуры подготовки качественных кадров среди молодых ребят, на это тоже нужны определённые резервы, которые мы пока себе позволить не можем, но я надеюсь, что в ближайшее время у нас получится в этой части продвинуться вперёд.

Если говорить про нынешнюю структуру подготовки юных игроков, какие в ней есть звенья?

— Первое наше звено — это команда, играющая в первенстве ДЮБЛ, в Детско-юношеской баскетбольной лиге, там выступают ребята школьного возраста.

Как происходит отбор в эту команду: ребята занимаются в своих секциях или спортивных школах, а уже тренерский штаб команды ДЮБЛ набирает, скажем так, сборную — кто-то приезжает в ДЮБЛ из одной школы, кто-то из другой, кто-то из края, есть у нас ребята, приглашённые из других городов России.

Сколько игроков в этой команде?

— Одно дело — сколько человек в заявке, другое — сколько играет. Часто бывает пересечение: парню нужно играть и за свою спортшколу, и за ДЮБЛ. В заявке там 16 человек, но на тренировке из-за пересечений со спортшколами и с нашей «молодёжкой» меньше — иногда две пятёрки набрать не получается.

Какова численность тренерского штаба у ДЮБЛ?

— Два тренера.

Второе звено, насколько я понимаю, — молодёжная команда («Парма-2»). Там примерно та же ситуация, что и в ДЮБЛ?

— Не совсем. Там ребята всё же больше участвуют в тренировочном процессе, но, бывает, некоторые игроки, в частности из ДЮБЛ, привлекаются в молодёжную команду, так что иногда не все присутствуют на тренировках. Тренеров там тоже двое.

Какой должна быть в идеале структура подготовки молодых игроков?

— Считаю, что в нашу структуру нужно добавить ещё два звена. Первое — команда суперлиги, это второй дивизион и тот самый турнир, откуда вышла «Парма». На мой взгляд, такая команда — необходимая ступень для того, чтобы ребята, возможно даже школьники, сразу же сталкивались с жёсткими условиями конкуренции в мужском баскетболе. Только так появится возможность прогрессировать гораздо быстрее.