



В марте этого года россияне потратили на занятия фитнесом 900 млн руб., это на 60% больше, чем за тот же месяц годом ранее

Сейчас Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) советует детям заниматься спортом как минимум час в день. Об этом недавно заявил руководитель Европейского офиса ВОЗ по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними Жоао Бреда, предупредив, что отсутствие физической активности может оказать негативное действие. «Когда родители физически активны, дети тоже втягиваются в спорт», — комментировал он. Впрочем, россияне, согласно данным исследования Всемирной организации, к этому вопросу подходят достаточно ответственно. 36,1% детей в стране в возрасте шести-девяти лет занимаются спор-

Роспотребнадзора. Теперь даже в торговом центре на территории проекта москвичи могут найти спортивные залы для своих занятий и различные секции для детей всех возрастов — как самых маленьких, так и подростков.

Спортивные перспективы

Тренд на массовый интерес к занятиям спортом в России не станет краткосрочным: он уже начал менять смежные сферы жизни людей, прежде всего питание. Согласно данным Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ), потребительский спрос на диетические продукты с марта по май 2020 года вырос на 45%. Горожане активно покупали льняное масло, растительное молоко и семена чиа. Этот всплеск получил пролонгированный характер: по итогам минувшей осени аналитики Wildberries отмечали восьмикратное увеличение продаж миндальной муки и четырехкратное — кокосового масла. Одновременно россияне по данным компании купили в полтора раза больше книг о здоровом питании и стали чаще интересоваться товарами для поддержания вегетарианской диеты.

Очевидно, что в таких условиях не может не поменяться и облик жилых районов. В «Метриуме» отмечают, что продвинутые девелоперы уже не ограничиваются базовыми площадками, а создают тематические, используя высококачественные материалы и внедряя новые развивающие форматы, учитывающие особенности всех возрастов. Одним из трендов консультанты называют размещение больших детских площадок и развлекательных зон не внутри дворов, а на отдельной территории. Похожая концепция была реализована на территории «ВТБ Арена Парк», где помимо детской зоны есть также спортивная площадка для баскетбола, футбола и волейбола, скейт-парк и зона для воркаута. По словам гендиректора УК «Динамо» Андрея Лунтовского, главной миссией компании является создание комфортной среды для воспитания здорового поколения, и опыт нескольких семей показывает, что «ВТБ Арена Парк» — яркий пример гармонично организованной жизни в современном мегаполисе для всей семьи ●

глава АОФИ Ольга Киселева. Меняться на этом фоне пришлось и объектам коммерческой недвижимости, сделав очевидную ставку на развитие спорта и фитнес-составляющей. Например, на ВТБ Арене действуют спортивные школы по боксу и хоккейному мастерству, а на первом этаже комплекса в торговом центре «Арена Плаза» сейчас предусмотрены несколько спортивных операторов: первый в России UFC GYM формата Signature площадью более 2 тыс. кв. м, фитнес-центр Way2Fit и сайклинг-студия Velobeat, которая откроется летом.

Семейные ценности

Массовое возвращение в привычные фитнес-клубы не заставило россиян отказаться от приобретенной за период пандемийных ограничений привычки проводить больше времени на улице вместе с семьей. Об этом свидетельствует их изменившаяся потребительская корзина. По данным Wildberries, с 1 по 10 мая россияне увеличили закупки спортивных товаров на 111% год к году. Спрос на спортивную обувь для бега вырос на 206%, также потребители активно скупали товары для командных видов спорта. Например, продажи ракеток и сеток для бадминтона и большого тенниса выросли на 50%, футбольных бутс — в два раза, баскетбольных корзин — в 36 раз, а бейсбольных бит — в пять раз.

Такая динамика может объясняться стремлением россиян заниматься спортом всей семьей. По данным ис-



ПРЕДОСТАВЛЕНО ВТБ АРЕНА ПАРК

следования Mail.ru, у 79% респондентов дети школьного возраста посещают кружки и секции, и в 78% случаев это спортивные занятия. Среди возможных направлений чаще всего выбирают плавание (27%), танцы (26%), хореографию (13%), гимнастику (12%), футбол (11%). Спортивные секции — наиболее востребованная форма дополнительного образования детей в России и по данным опроса НПФ Сбербанка, согласно которому в них занимались дети 40% респондентов. Стремление отдавать детей в спортивные секции вполне объяснимо: пандемия COVID-19 заставила родителей больше думать об укреплении здоровья и иммунитете ребенка.

том не менее четырех часов в неделю. Выше это значение среди рассматриваемых европейских стран оказалось только в Латвии — 41,1%. Для сравнения: в Турции речь идет только о 5,8%, а в Чехии — о 17,5%.

Стремление жителей крупных российских городов проводить больше времени в кругу семьи, занимаясь спортом, положительно отразилось на крупных девелоперских проектах. Так, на «ВТБ Арене» минимизировали количество массовых концертов в пользу спортивных турниров и мероприятий, которые более востребованы и в условиях сложной эпидемиологической обстановке более приспособлены для соблюдения всех мер