

«ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА КЛАСТЕРА — СОБИРАТЬ ДУМАЮЩУЮ АУДИТОРИЮ»

КАК РАЗВИВАТЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ — МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ХОЛДИНГ, НЕ ИМЕЮЩИЙ АНАЛОГОВ В МИРЕ, КОРРЕСПОНДЕНТУ ВG АННЕ СМИРНОВОЙ РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КЛАСТЕРА «ИГРЫ РАЗУМА» ВИТАЛИЙ СОКОЛОВ.

BUSINESS GUIDE: Что собой представляет кластер «Игры разума»? В чем основная идея проекта?

ВИТАЛИЙ СОКОЛОВ: Это большое интеллектуальное пространство на улице Достоевского. Главная задача кластера — собирать думающую аудиторию, которой интересны интеллектуальные мероприятия различного формата: лекции, семинары, тренинги и прочее. Например, универсальный лекторий «Александровская библиотека» — гуманитарный лекторий по истории, моде, урбанистике и языкознанию.

В Высшей школе методологии мы проводим методологические семинары, различные образовательные мероприятия, тренинги, посвященные механизмам работы мозга, встречи с известными авторами и экспертами в области науки, философии и психологии.

В кластере работают центр детского развития «Сократик» для ребят от 3 до 12 лет и их родителей; научно-просветительский проект «Зануда» по популяризации науки для молодежи; образовательный проект нового интеллектуального формата «Академия смысла»; коворкинг «Агора»; собственное арт-пространство Delos, в котором проходят выставки, презентации и модные показы; два этажа лофтов для различной физической активности: танцев, йоги и пилатеса. А еще есть бутик-отель «Ахиллес и Черепаха», ресторанный комплекс «Симпозиум», гастробар MadLabBar, студия красоты Camera Obscura, агентство нейромаркетинга Olympia, типография и издательство «Трактат».

BG: Почему выбрали такой формат проекта? Есть ли что-то подобное в России?

В. С.: Основатель и инвестор проекта — Андрей Курпатов, один из популяризаторов психологии и психотерапии на постсоветском пространстве. Он всю жизнь занимался интеллектуальной деятельностью и сейчас занимается популяризацией науки и методологии мышления в частности, выступает с лекциями и пишет книги на эту тему. Среди наших гостей были и главный художник Google, и автор знаменитого романа «Поколение X» Дуглас Коупленд, и выдающийся ученый, популяризатор науки Ричард Докинз, и другие известные личности. По их словам, место у нас «восхитительное» и «в мире такого нет». Было очень приятно это услышать. В России аналога нет точно.

BG: Какие исследования вы проводили перед запуском проекта и что анализировали, чтобы понять, как привлекать аудиторию?

В. С.: Мы изучали опыт различных креативных пространств Петербурга (таких как «Этажи», «Ткачи» и прочих), но не было ощущения, что это цельные проекты — различные арендаторы, разно-

форматные выставки... Мы же хотели создать цельный продукт интеллектуального формата, где люди ассоциируют себя с конкретным местом, которое отвечает их потребностям: образовательным, досуговым и развлекательным. И в этом смысле наша концепция уникальна.

BG: Каковы инвестиции в проект? Какой срок их окупаемости?

В. С.: У нас все помещения в собственности — это три флигеля общей площадью 3500 кв. м, объединенных внутренним двором, штат сотрудников — около 100 человек. Поскольку мы еще достраиваемся, то инвестиционный период пока не закончен, поэтому я затрудняюсь назвать финальную цифру, но в целом она будет немаленькой. По нашим расчетам, на окупаемость кластер выйдет примерно через два года. Сложность оценки еще и в том, что проекты запускаются поэтапно, а у каждого направления свой срок окупаемости. Ресторан и отель — год, агентство нейромаркетинга и типография — полтора года и так далее.

BG: Кто клиенты «Игр разума»? Многие ли из них приходят в несколько проектов сразу? Возвращаются ли они к вам?

В. С.: Клиенты абсолютно разные, поскольку направлений довольно много. От молодежи, которая интересуется современной наукой в рамках проекта «Зануда», до более зрелой аудитории, которую в большей степени волнует эффективность мышления в рамках Высшей школы методологии. Для «Сократика» — дети и их родители. Для отеля — зарубежные и российские туристы, студия красоты — в основном женская аудитория. Большая часть гостей кластера за один визит посещает не только один проект, при этом почти всегда в их числе ресторан или гастробар. Постоянные клиенты есть, естественно, в студии красоты, в отеле, в типографии.

Мы в целом работаем в направлении пересечения аудиторий и общей синергии различных направлений кластера.

Например, если мы проводим конференцию делового формата, а часть приглашенных гостей или спикеров приезжает из других регионов России или зарубежья, то они могут на время проведения конференции поселиться в нашем отеле, типография может изготовить всю необходимую полиграфию, в студии красоты можно привести себя в порядок перед выступлением, а в ресторане или гастробаре — пообедать и обсудить с коллегами итоги мероприятия. Таким образом, каждый человек, который попадает в кластер, может получить довольно полный спектр услуг, что экономит не только деньги, но и время.

BG: Ресторан и гастробар не конкурируют между собой?



В. С.: У них разные целевые аудитории: более зрелая и состоявшаяся — в «Симпозиуме», MadLabBar же рассчитан на более молодежную аудиторию, здесь, кстати, есть и вечерний танцевальный формат.

BG: Насколько жизнеспособна модель сочетания такого количества бизнесов разного направления?

В. С.: Когда мы задумывали «Игры разума», то понимали, что наши интеллектуальные продукты, особенно на этапе становления, не будут особенно прибыльными. Поэтому возникла идея создать сопутствующие бизнесы, кото-

рые будут вовлечены в интеллектуальные направления работы кластера и поддерживать их экономически. Наиболее прибыльные из всех направлений — отель, ресторан и гастробар, а также конференц-возможности.

BG: Как сезонность бизнеса сказывается на положении всего кластера?

В. С.: В целом наш кластер — это единый холдинг, и наличие в нем бизнесов с различной сезонностью обеспечивает экономическую устойчивость в течение всего года. Например, высокий сезон для отеля — поздняя весна и лето, а вот ресторан пользуется большим спросом зимой. ■