

ПЕРВАЯ РОССИЙСКАЯ СЕТЬ НОЧНЫХ КЛУБОВ

# ГОРОД



# КОМПАНИИ ОРГАНИЗАТОРЫ ПРОЕКТА

## (общая информация)

- Инициатором и практическим исполнителем проекта создания сети развлекательных центров ГОРОД выступает холдинговая компания «NEMO Group»
- Компания «NEMO Group» существует с 1996 года
- Основная специализация – все виды маркетинговых и рекламных активностей, шоу-бизнес и реализация крупнейших социумных проектов
- Компания является ведущим оператором рынка рекламных событийных мероприятий: Клинское Продвижение, Nokia Totally Board, Stella Artois Screen, Samsung Road Show, Сникерс Урбания... одни из самых крупных проектов компании за прошедший год.
- Компания занимается прокатной деятельностью в 38 регионах РФ и продюсирует разноформатные музыкальные коллективы
- С 1997 года компания активно присутствует на рынке HORECADI (Hotels, Restaurants, Café, Disco) и развивает сеть бистро «ТОЧИЛКА», сеть мини-пивных «КРУЖКА-ПОДРУЖКА», сеть кофеен «ПРАНА», а также дискотечную сеть.
- В портфолио компании клуб-мейкинг крупнейших и культовых московских ночных клубов: Не бей копытом, Табула Раса, Оракул Божественной Бутылки, Парижская Жизнь, Запасник - Art Garbage и так далее.



# КОМПАНИИ ОРГАНИЗАТОРЫ ПРОЕКТА

(общая информация)

- Организатором финансирования и фонд-райзинга проекта создания сети развлекательных центров ГОРОД выступает Инвестиционная Финансовая Компания «ФИНАНСГРУПП»

## **ИФК «ФИНАНСГРУПП», команда молодых и амбициозных профессионалов.**

- Один из самых эффективных управляющих на рынке ценных бумаг (стабильный ежемесячный прирост портфеля 4-7 %)
- Ведущий игрок в области Доверительного Управления.
- Лидер российского финансового рынка в сегменте прямых инвестиций и фондов защитных активов (венчурные фонды, фонды недвижимости и фонды драгоценных металлов).
- Пионер в области прямых индивидуальных и коллективных инвестиций российских инвесторов за рубежом
- Компания предоставляет все виды индивидуальных и корпоративных финансовых услуг, обеспечивает аналитическую и консультационную поддержку своим клиентам и партнерам.
- Компания является владельцем бренда «Финансовый СоветникЪ» и одноименного специализированного издания для российских коллективных инвесторов.



# ВВЕДЕНИЕ В ПРОЕКТ

(общая информация)

- С января 2004 года маркетинговая компания NEMO Group Horecadi приступает к поэтапной реализации проекта создания **ПЕРВОЙ РОССИЙСКОЙ СЕТИ НОЧНЫХ КЛУБОВ**

Основанием для реализации данного проекта являются:

- **Результаты маркетингового исследования** рынка развлекательных заведений в городах Московской Области
- **Позитивная и утвердительная реакция губернатора Московской Области** на инициативу реализации проекта в городах МО
- **Договор** компании NEMO Group Horecadi с **Комитетом по делам Молодежи МО**
- **Перспективный бизнес-план** проекта
- **Начальный этап проекта предусматривает открытие 40 НОЧНЫХ КЛУБОВ** в крупнейших городах Московской области.
- География проекта на окончательном этапе охватывает все российские города-миллионники, а также, областные и краевые центры.
- К реализации проекта привлечены лучшие клуб-мейкеры и специалисты в области креатива, дизайна, программной политики и клубного движения
- Реализация проекта в регионах РФ является составной частью **Федеральной Молодежной Программы «Молодежь России» 2000 – 2005 гг.**



# СОСТОЯНИЕ РЫНКА

(аналитика)

- **Результаты проведенного компанией NEMO focus group (сентябрь 2002 - март 2003 года) маркетингового исследования рынка развлекательных заведений в городах Московской Области, прямо свидетельствуют о практически полном отсутствии в данных городах ночных клубов среднего класса, рассчитанных на молодежную целевую аудиторию 18-35 лет со средним уровнем достатка**
- **В поле маркетингового анализа находилось 68 городов Московской Области разной величины и удаленности от Москвы. Вне всякой зависимости от этих параметров выявлена общая для всех городов картина:**
- В 43 из 68 городов отсутствует молодежная клубная жизнь (есть дорогие казино, закрытые клубы для хозяев города, модные рестораны, но нет ни одного демократичного молодежного клуба)
- В качестве альтернативы клубной жизни в городах выступают нерегулярные дискотеки и концерты в местных, непригодных для проведения качественных мероприятий домах культуры, всегда проходящие с аншлагом и ажиотажем
- Активная целевая аудитория проекта в каждом из 68 исследованных городов по оценкам составляет не менее 15-20 тысяч человек
- **В ситуации отсутствия прямой альтернативы - любой, открывающийся в данном городе ночной клуб с демократичной ценовой политикой и молодежной ориентацией стопроцентно посещаем и гарантированно прибылен 7 раз в неделю и 365 дней в году.**
- **Новый клуб с интересным креативом и профессиональным подходом к своей программной политике гарантированно становится культовым местом у местной молодежи, местом встреч, тусовок и эпицентром всех молодежных событий города**



# КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

(стратегия)

- **Новый клубный проект - это новый подход к общему принципу организации развлекательных заведений - оригинальности и неповторимости**
- **Новый клубный проект - это первая в России сеть развлекательно-досуговых центров с одинаковым креативом и программной политикой, выстраиваемой из единого, профессионально укомплектованного и стабильно работающего арт-центра**
- **Новый клубный проект - это единая on-line сеть, позволяющая в любую секунду уточнить текущее количество посетителей клуба в любом городе, остатки на складе, финансовый статус, а также, получить видео-картину происходящего в клубе**
- **Новый клубный проект - это новое авторитетное имя для всех представителей молодежной культуры, регулярно дающее работу музыкантам, танцорам и шоу-коллективам на самых раскрученных и культовых площадках разных городов**
- **Новый клубный проект - это первый бренд-ориентированный HORECADI проект, позволяющий не только удачно совмещать продажи и полный торговый эксклюзив, с любыми другими видами маркетинговых активностей**
- **Новый клубный проект - сеть сначала из 40 клубов в крупнейших городах Московской Области, а затем, более чем из 60 клубов в Москве, Московской Области и крупнейших городах-миллионниках, областных и федеральных центрах**
- **Новый клубный проект получил полную поддержку от администрации и губернатора московской области, как первый и уникальный общеобластной досуговый и социально-значимый проект для молодежи.**



# **ОБЪЕКТ ПРОЕКТА**

**(структура досугового центра)**

## **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ОПЦИИ:**

- **НОЧНОЙ КЛУБ**
- **МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ КИНОТЕАТР**
- **INTERNET-CAFÉ**
- **ТВОРЧЕСКАЯ СТУДИЯ:**
  - Студия современного дизайна
  - Академия DJ Мастер
  - Школа современного изобразительного искусства
  - Школа современного молодежного спорта
  - Школа современного молодежного стиля
- **РЕПЕТИЦИОННАЯ БАЗА И ПРОДЮСЕРСКИЙ ЦЕНТР**

## **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ОПЦИИ:**

- БИЛЬЯРД
- ЗОНА ИГРОВЫХ АВТОМАТОВ
- БОУЛИНГ



# ОБЪЕКТЫ ПРОЕКТА

(структура ночного клуба)

- **Dance and Drive Zone**  
(концертно-танцевальная зона)
  - **Beer Zone**  
(пивная зона, зона пивных конкурсов и промо)
  - **Movie Zone**  
(зона просмотра видеорядов, клипов и рекламы)
  - **Relax Zone**  
(чилл-аут, зона отдыха)
  - **Play Zone**  
(игровая зона)
  - **Dress Zone**  
(гардероб и раздевалка)
  - **WC Zone**  
(нулевая зона)
  - **Hostess Open Air Zone**  
(зона перформенсов на входе, входная зона)
- 
- **Минимальная вместимость каждого клуба – не менее 500 человек**
  - **Среднее количество посадочных мест – 200**
  - **Режим работы клубов – 5 дней в неделю, ежедневно: среда-воскресенье, с 19.00 до 06.00**
  - **Планируемый объем аудитории посетителей – от 7 000 человек еженедельно**



# БРЕНД ИНТЕРЕСЫ

(мотивация для бренда к участию в проекте)

## Комплексное решение цикла маркетинговых задач в масштабах аудитории ЦЕЛОГО города:

- Длительная и стабильная реклама (клубы регулярно рекламируют свои акции, а значит и своих партнеров - в прессе, на радио, в наружной рекламе)
- Длительный и стабильный sales promotion (общий креатив клуба, его дизайн изначально будут содержать основную рекламную линию бренда. На бренд в течении всего времени будет работать сплоченная команда ведущих, ди-джеев и MC, а также, многочисленных приезжих звезд)
- ПОЛНЫЙ ТОРГОВЫЙ ЭКСКЛЮЗИВ и возможность стимулирования дистрибьюторов (полный торговый эксклюзив и демократичная ценовая политика, вкпе со стабильно высокой посещаемостью – это реальный и заметный рост продаж в масштабах города)
- Продолжительность во времени (новый клубный проект рассчитан не менее, чем на 10 лет работы, таким образом одномоментное инвестирование в него средств становится залогом более чем десятилетней высокой маркетинговой и торговой активности)
- Высокая эффективность и отдача в сравнении с просто спонсорскими акциями при незначительных затратах (внесезонность - круглогодичность, отсутствие проблем с организацией торгового эксклюзива, отсутствие проблем с организацией продаж в принципе, постоянство - в отличии от разовости при проведении акций в чужих клубах)
- Уникальность позиционирования проекта - ни один торговый бренд не имеет ассоциированных структур для постоянной работы с целевой аудиторией - клубов.



# ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА

(города МО)

- **Балашиха \_ 132 900,**
- Видное \_ 53 800,
- **Воскресенск \_ 79 900**
- Дедовск + Нахабино \_ 53 900
- **Дмитров + Яхрома \_ 80 200**
- **Долгопрудный \_ 67 600**
- **Домодедово + Востряково \_ 77 600**
- Дубна \_ 67 800
- Егорьевск \_ 72 700
- **Железнодорожный \_ 100 100**
- Жуковский + Быково + Малаховка \_ 137 600
- **Зеленоград \_ 170 000**
- Ивантеевка \_ 51 100
- Климовск \_ 55 400
- Клин \_ 89 100
- **Коломна \_ 150 700**
- **Королев \_ 132 400**
- **Красногорск \_ 90 600**
- Лобня \_ 59 700
- Лыткарино \_ 49 900
- Люберцы + Котельники + Томилино \_ 221 100
- Мытищи \_ 155 700
- **Нарофоминск \_ 57 700**
- **Ногинск \_ 117 200**
- Одинцово \_ 127 400
- **Орехово-Зуево \_ 124 900**
- Павловский Посад \_ 66 200
- **Подольск + Щербинка \_ 223 600**
- **Пушкино \_ 70 200**
- **Раменское \_ 85 100**
- **Реутов \_ 71 400**
- **Сергиев Посад \_ 111 100**
- **Серпухов \_ 132 000**
- Солнечногорск \_ 58 000
- **Ступино + Кашира \_ 107 000**
- Фрязино \_ 53 000
- Химки \_ 133 700
- Чехов \_ 59 100
- **Щелково \_ 104 900**
- **Электросталь \_ 147 000**
- **Итого: 3 999 300 человек**



# РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА

(механика и последовательность)

- Фиксация городского Объекта под Проект, согласно адресной программе от Комитета по делам Молодежи Московской Области  
10 дней
- Создание и согласование дизайн-проекта с привязкой к Объекту  
10 дней
- Общестроительный цикл  
20 дней
- Отделочный цикл  
20 дней
- Установка светового и звукового оборудования  
5 дней
- Установка торгового и игрового оборудования  
5 дней
- Набор и тренинг персонала  
15 дней
- **ВСЕГО** на запуск одного Объекта проекта:  
70 дней



# ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТА

## (виды и структура)

### Расчетная стоимость открытия одного Объекта, планируемого формата:

- Москва: 270-300 тысяч долларов
  - Московская Область: 100-140 тысяч долларов
  - Саттелит Москвы: 120-160 тысяч долларов
- **ОБЩИЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПЕРВЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА (20 ОБЪЕКТОВ):  
3 000 000 ДОЛЛАРОВ США**

### Структура финансирование проекта:

- внутреннее инвестирования (ресурсы NEMO group) - 50%
- внешнее инвестирования (привлеченные ресурсы, инвесторы) - 40%
- бренд-спонсоринг (рекламные бюджеты) - 10%

### Схема внешнего инвестирования:

- кредитование
- проектное финансирование
- доленое инвестирование

### Схема бренд-спонсоринга:

- взносы за торговый эксклюзив
- взносы за торговую представленность
- взносы за маркетинговые активности



# ЭКОНОМИКА ПРОЕКТА

(бизнес-план на один Объект)

## Параметры затрат:

- Ремонтно-отделочные работы: 45 000 долларов
- Звуковое оборудование и инсталляция: 25 000 долларов
- Световое оборудование и инсталляция: 14 000 долларов
- Торговое оборудование и инсталляция: 12 000 долларов
- Мебель: 15 000 долларов
- Дополнительные затраты: 20 000 долларов
- Непредвиденные расходы: 10 000 долларов

[СМЕТА ЗАТРАТ](#)

**ИТОГО, ОБЩИЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ОДИН ОБЪЕКТ:  
до 140 000 ДОЛЛАРОВ США**

## Параметры прихода (ежемесячно):

- Входная касса: 17 000 долларов
- Барная касса: 20 000 долларов

[БИЗНЕС-ПЛАН](#)

## Параметры расходов (ежемесячно):

- Персонал: 5 500 долларов
- Аренда и коммунальные платежи: 5 000 долларов
- Организация программ: 7 000 долларов
- Дополнительные расходы: 6 000 долларов

**ИТОГО, СРЕДНЯЯ ПРИБЫЛЬНОСТЬ ОБЪЕКТА (ежемесячно):  
до 15 000 ДОЛЛАРОВ США**



# ОКУПАЕМОСТЬ И ПОТРЕБНОСТИ ПРОЕКТА

(структура и условия)

## Основные параметры:

- Сумма инвестиций в один Объект  
120-140 тысяч долларов
- Средняя прибыльность одного Объекта  
15-20 тысяч долларов
- Средний срок окупаемости одного Объекта  
10-12 месяцев
- Прибыльность проекта  
до 100 % годовых в валюте

## Потребность в инвестировании:

- 2004 год (старт проекта, открытие первой очереди в 20 клубов):  
2 000 000 – 2 500 000 долларов
- 2005 год (развитие проекта, открытие второй очереди в 20 клубов):  
1 500 000 – 1 750 000 долларов
- 2006 год (завершение проекта, открытие третьей очереди клубов в городах РФ и Москве):  
2 500 000 - 3 000 000 долларов

## Потребность в проектном кредитовании:

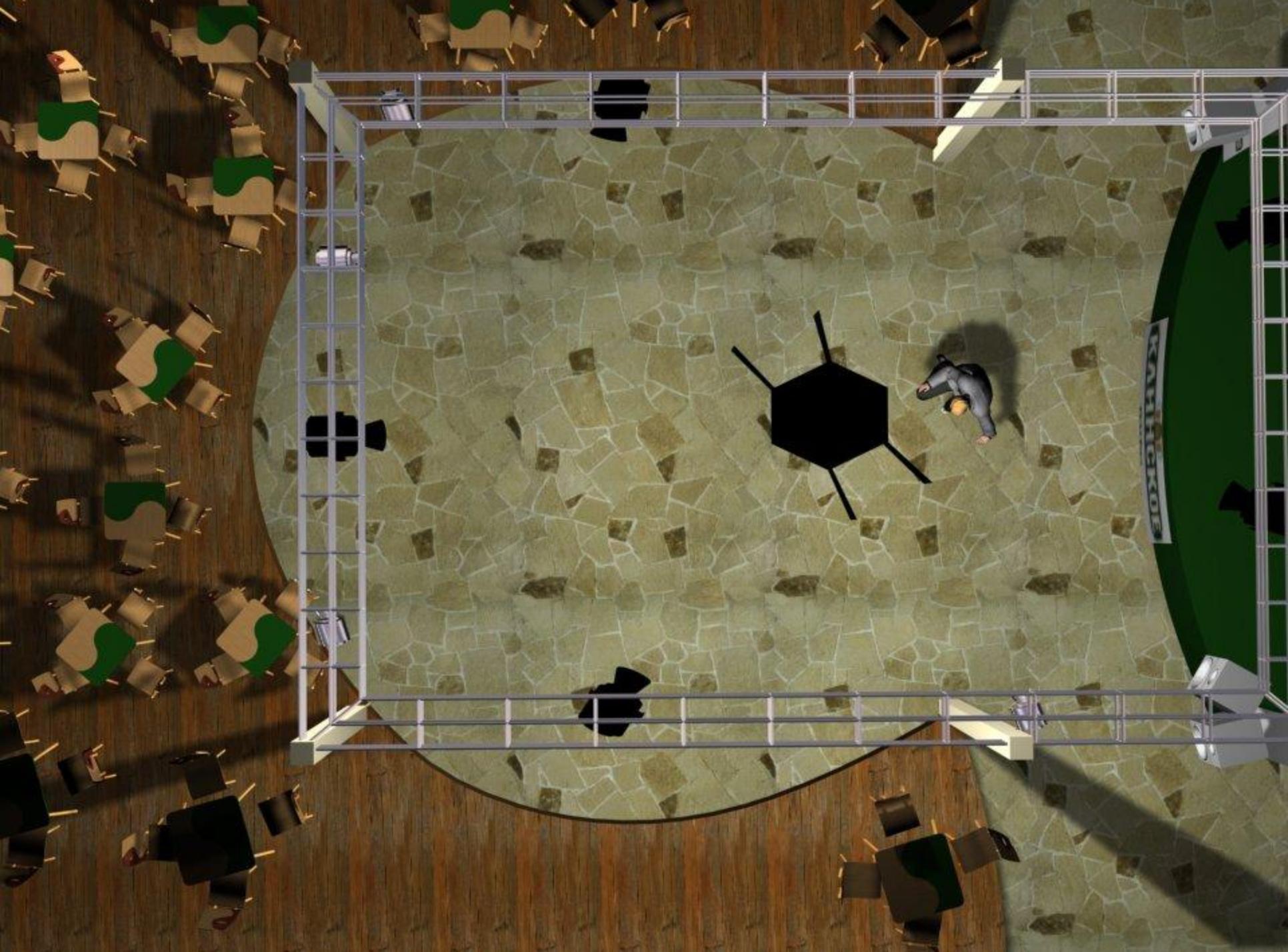
- 2004 год  
сумма: 1 000 000 – 1 500 000 долларов, срок 18 месяцев
- 2005 год  
сумма: 1 500 – 2 000 000 долларов, срок 24 месяца





  
**КЛИНСКОЕ**  
ПИВО







STELLA  
ARTOIS

КЛАННО  
СТЕ...