

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора 3

ТЕМА НОМЕРА

Городские парки Ростова
— центры культурного досуга
и семейного отдыха

М.А. Чернышев 4

Новая жизнь старого парка

А.М. Рыхлова 6

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Финиш сезона: итоги выставки
«РАППА- Осень 2010»

М. Горбачева 10

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Залог успеха зоны redemption
в развлекательном центре

Р. Храмов 16

СОБЫТИЕ СЕЗОНА

«Золотой пони» летит в Москву

Д. Тосетто 20

ПАРКОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Опыт ландшафтной организации
и комплексного благоустройства
городских парков и зон отдыха

К. Лазарева 22

Галопом по Европе, или как
сформировать коллектив в парке

А. Резниченко 28

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Римские «каникулы»: EAS 2010

Д. Лукина 30



**ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ
V МОСКОВСКАЯ
ОСЕННЯЯ ВЫСТАВКА**

19-21 ОКТЯБРЯ

МОСКВА, ВВЦ ПАВИЛЬОН 55

**РАППА ЭКСПО
ОСЕНЬ 2011**

**АТТРАКЦИОННЫ
И
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ**

**OCTOBER 19-21
MOSCOW, VVTc, PAVILION 55**

**RAAPA EXPO
AUTUMN 2011**

**V MOSCOW AUTUMN EXHIBITION
Amusement Rides & Entertainment Equipment**

Organizing Committee:
Tel/Fax: +7 499 760 3814, +7 495 748 3448. E-mail: raapa@raapa.ru,
vystavka@raapa.ru. Internet: www.raapa.ru.



Организатор выставки:
129223, Москва, Проспект Мира, 119, ВВЦ, павильон 69, офис 307-310
Tel./fax: (495) 748 3448, 988 8947. E-mail: raapa@raapa.ru, Internet: www.raapa.ru

«АТТРАКЦИОННЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»

Информационно – рекламный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Российская Ассоциация Парков и Производителей Атракционов (РАППА)

ИЗДАТЕЛЬ:

Автономная некоммерческая организация
«Учебный Центр РАППА»

Журнал распространяется бесплатно по адресной рассылке. Редакция не несет ответственность за содержание рекламных материалов. Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции журнала.

Использование материалов, опубликованных в журнале, допускается только с разрешения редакции.

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор: Игорь Родионов
Дизайн, вёрстка: Юлия Бондаренко

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

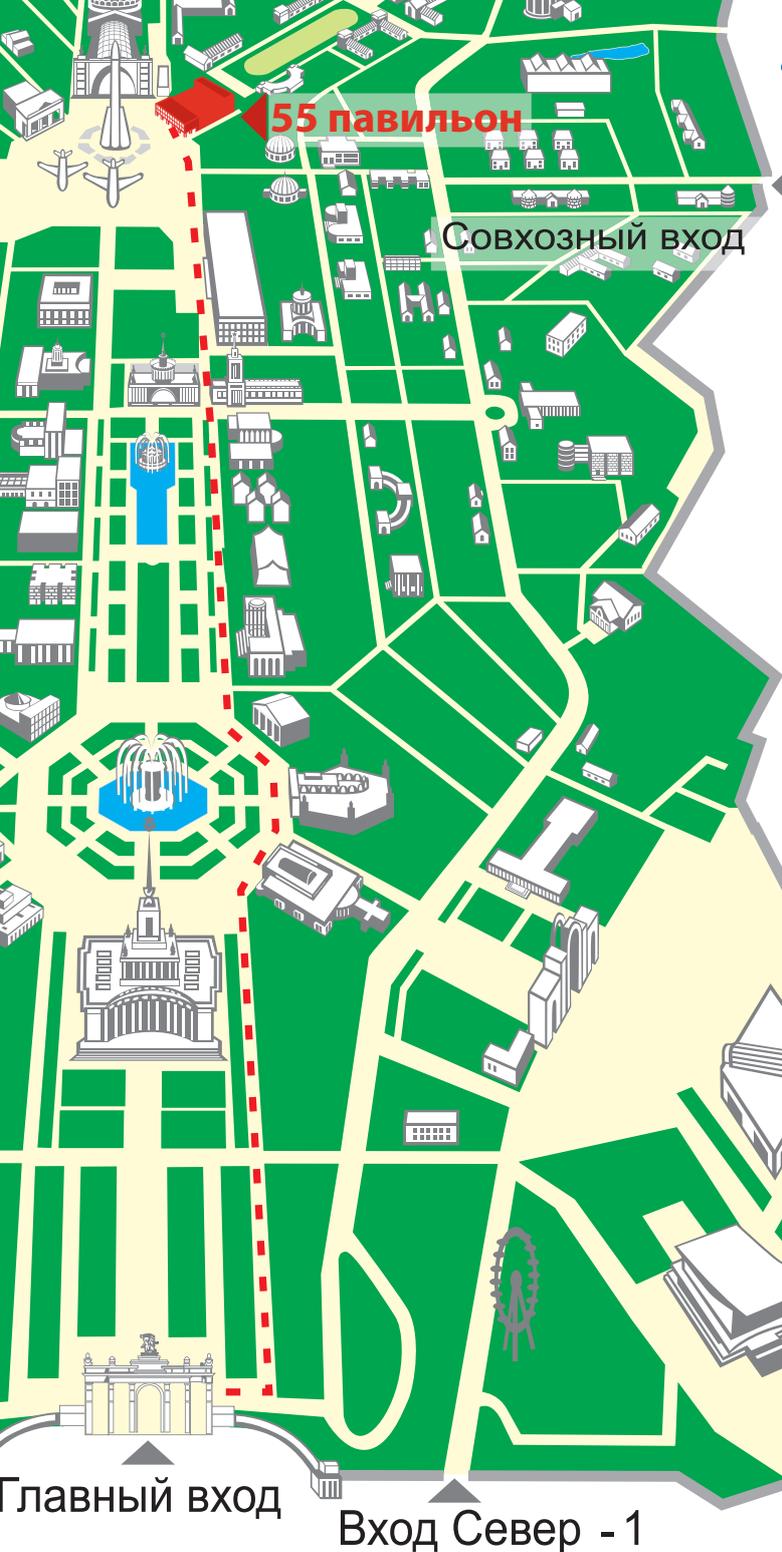
Андрей Осипов Ульяна Кухтина
Марина Горбачева Виталий Неворотов
Диана Лукина Антон Плотников
Ольга Чуланова

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ:

(499) 760-35-97

НА ПЕРВОЙ СТРАНИЦЕ ОБЛОЖКИ:

Михаил Анатольевич Чернышев – Мэр г. Ростова-на-Дону



РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Боулинг: от спорта в мир
развлечений

А. Шаповалов 32

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Орландо – Американская мечта

И. Родионов 38

ИНТЕРВЬЮ

Организационное заседание
комитета ISO/ ТК 254

В.А. Гнездилов 44

НАШ РЕПОРТАЖ

Индустрия развлечений
Санкт-Петербурга

В. Неворотов 48

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

От двух до пяти

А. Власов 58

ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ

Total Interactive выходит из тени

Е. Пономарева 60

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

Ученье – свет.. и безопасность

И. Родионов 62

СТАТИСТИКА И ФАКТЫ

Развитие индустрии развлечений

в России продолжается **64**

ENGLISH VERSION

Finish of the season: Results
of the exhibition

«РААРА - Autumn 2010» **67**

Golden Pony flies to Moscow **68**

The organizing meeting of the committee
ISO / TC 254 «Safety of amusement
rides and amusement devices» **70**

Development of Amusement Industry
in Russia is going on. **72**

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

Россия, 129223, г. Москва, пр-т Мира, ВВЦ, пав. №69, оф. 301
АНО «Учебный Центр РАППА»
Тел/факс: (499) 760-35-97
E-mail: tec@raara.ru; <http://www.raara.ru>
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за
соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и
охране культурного наследия.
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77 – 26958
Товарная марка журнала «Аттракционы и развлечения»
зарегистрирована в Роспатенте.
Свидетельство на товарный знак № 351922

Отпечатано в ООО ПО «Периодика» Тираж 5 000 экз.



Дорогие читатели!

Вы держите в руках новый номер журнала «Аттракционы и развлечения». Свое традиционное обращение в этот раз я хотел бы начать со слов благодарности вам, уважаемые читатели. Именно благодаря вашему интересу журнал «Аттракционы и развлечения» существует уже более пяти лет!

Последствия экономического кризиса, к сожалению, сказались на темпах развития развлекательной отрасли, поэтому для возрождения парков культуры и создания новых объектов семейного досуга жизненно важно, чтобы власть и бизнес объединили свои усилия. В связи с этим, темой номера мы обозначили – развитие индустрии развлечений через взаимодействие городских администраций и представителей бизнеса.

Мы продолжаем посещать наиболее интересные предприятия развлекательной сферы. В этом номере Вы найдете целый ряд репортажей: о европейской выставке EAS 2010 в Риме, о всемирной выставке IAAIA Expo и парках развлечений в Орландо (США). Так же мы начинаем серию репортажей об индустрии развлечений Санкт-Петербурга. В конце 2010 года наши корреспонденты посетили Северную столицу, чтобы познакомиться с ее лучшими крытыми парками и развлекательными центрами, а также пообщаться со специалистами, которые в них работают.

Для представителей развлекательного бизнеса в номере подняты актуальные во-

просы по организации зоны redemption в развлекательном центре, эксплуатации детских игровых комплексов и современного боулинг-центра. Квалифицированные специалисты расскажут об опыте ландшафтной организации парков и благоустройства городских зон отдыха. Так же в журнале подняты всегда злободневные темы обучения и мотивации персонала.

Будем рады встретиться с Вами на международной выставке «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА-2011», которая по-прежнему остается главной выставкой индустрии развлечений в России. Выставка не стоит на месте, она развивается вместе с индустрией развлечений. В 2011 году выставка будет проходить в новом современном павильоне. Также в рамках «РАППА-2011» состоится церемония вручения международной премии «Золотой Пони», которая впервые пройдет в России. Об истории этой награды Вы сможете прочитать на страницах журнала.

Приближается очередной сезон, и я надеюсь, что на страницах нового номера журнала «Аттракционы и развлечения», уважаемые коллеги, вы почерпнете интересную для себя информацию, которая поможет в вашей работе.

*С наилучшими пожеланиями,
Главный редактор
Игорь Родионов*

ГОРОДСКИЕ ПАРКИ РОСТОВА

– Центры культурного досуга и семейного отдыха



Михаил Чернышев
Мэр г. Ростова-на-Дону

Без преувеличения можно сказать: ростовчане парки любят. Любят проводить там свободное время, отдыхать с детьми, встречаться с друзьями. Парки, считают в Ростове, часть нашего менталитета, часть наших городских традиций, передающихся из поколения в поколения.

А вот конкретные цифры: в Ростове-на-Дону на земельных участках площадью 91 га расположено 8 парков культуры и отдыха, в том числе детский парк имени В. Черевичкина. Каждый парк имеет свою историю, архитектурный облик и зоны отдыха.

Сегодня социальная роль и значимость парков культуры и отдыха значительно выросла. Из объектов культуры и досуга именно парки остались общедоступными для всех социальных слоев населения. Их и посещают чаще, и объем и ассортимент услуг, которые здесь оказывают, устраивает подавляющее большинство жителей. У нас успешно реализуется долгосрочная городская целевая программа «Сохранение и развитие культуры и искусства г. Ростова-на-Дону на 2011-2013 гг.». Программой предусмотрены мероприятия по благоустройству и развитию парков культуры и отдыха и замене устаревшего аттракционного оборудования. Стоит отметить, что к услугам ростовчан и гостей города более 100 различных аттракционов. Причем время на них с удовольствием проводит и детвора, и любители экстремального отдыха и острых ощущений.

Часть аттракционов приобретаются за счет бюджетных средств и устанавливаются в муниципальных парках. Наряду с выделением бюджетного финан-

сирования на модернизацию аттракционного хозяйства в Ростове-на-Дону применяются различные формы взаимодействия администрации города и бизнеса в сфере развития парковой инфраструктуры.

Так, хорошо себя зарекомендовал опыт последних лет, когда аттракционы берутся в аренду у инвесторов. Подобное применяется парком им. М. Горького, где наряду с муниципальными аттракционами установлено 9 новых аттракционов («Миксер», «Интерпрайс», «Джокер», «Цепочная карусель», «Свадебная карусель», миниджет «Прыгающие машинки», миниджет «Герои Диснея», миниджет «Вертолеты», «Прыгающая звезда») на условиях аренды.

Имущественные комплексы двух парков культуры и отдыха города переданы в долгосрочную аренду. Инвесторы успешно выполняют инвестиционные программы по их развитию.

Благодаря этому в нашем городе работают новые аттракционные комплексы. Причем наряду с реконструкцией аттракционного хозяйства инвесторами построены ледовые катки, дельфинарий, спортивные площадки, выполнено благоустройство территорий.

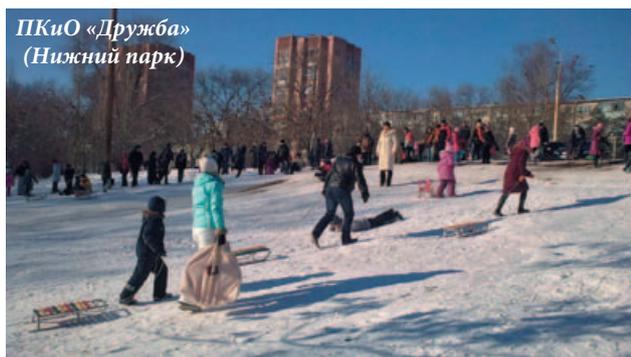
Инвестиционные вложения в развитие и реконструкцию двух парков составили свыше 460 миллионов рублей.

Еще одно новое направление по привлечению инвестиций в реконструкцию и развитие парков — использование концессионных соглашений.

Ну и конечно, строительство новых парков. Сейчас, например, выполняется разработка проектно-сметной документации по строительству парка в поселке Александровка (ул. Вересаева). В этом районе парков пока не было, и этот будет первым.

Кроме парков культуры и отдыха, в городе существуют 23 сквера и парка, в которых установлены детские, спортивные и игровые площадки. Здесь тоже любят бывать ростовчане.

Хотелось бы также сказать и о досуговых объектах, являющихся неотъемлемой частью парков. Это детские и спортивные площадки, летние эстрады, шахматно-шашечный и читальные павильоны, ротонды, аквапарк. Наряду с аттракционами они также являются



ПКиО «Дружба»
(Нижний парк)



ПКиО им. Н. Островского

важным фактором по созданию комфортных условий для активного отдыха жителей и удовлетворения их духовных и спортивных интересов. В настоящее время в парках Ростова существует 208 различных досуговых объектов. Парки живут яркой и насыщенной жизнью. Ежегодно в них проводится более двух тысяч мероприятий, традиционно ориентированных на самые различные возрастные категории граждан.

Конечно, наиболее яркими и масштабными являются праздничные программы, посвященные Дню Победы, Дню защиты детей, Дню России, Дню города, новогодним и рождественским праздникам. На концертных площадках парков в эти дни выступают лучшие творческие коллективы города, победители городских фестивалей народного творчества, духовые оркестры, муниципальный джазовый оркестр центра Кима Назаретова. На протяжении последних лет стали традиционными выступления учащихся и преподавателей детских школ искусств города.

Ростов-на-Дону является многонациональным городом, поэтому в парках культуры и отдыха тра-

диционно проводятся национальные праздники «Ростов-многонациональный», «Сабантуй», фольклорный праздник «Ивана Купалы». В этих мероприятиях принимают участие не только представители этнических групп, но и все жители города, независимо от национальности. Надо сказать, что удовольствие в данном случае получают и сами устроители, и участники. А уж недостатка в последних точно не наблюдается. И это не может не радовать.

Как отмечалось выше, у большинства ростовчан парки культуры и отдыха по-прежнему популярны и востребованы. По оценкам специалистов, выявлена устойчивая тенденция увеличения посещаемости ростовчанами праздничных массовых мероприятий. Особенно в выходные и праздничные дни. Поэтому с точки зрения массовости, свидетельствующей о возрастающем интересе ростовчан к паркам как к объектам традиционной культуры, месту отдыха и развлечений, они незаменимы для города-миллионника. Так что и в дальнейшем эти объекты культуры будут развиваться, причем по всем направлениям своей деятельности, привлекая, прежде всего, жителей донской столицы и ее многочисленных гостей.

НАДУВНЫЕ и ВОДНЫЕ Производство, продажа, гарантия, сервисное обслуживание

АТТРАКЦИОНЫ **vector-m** INFLATABLES

ДЕТСКИЕ ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ

г. Москва Осташковское шоссе, д.45а,
тел/факс: (495) 229-53-85 (многоканальный)
www.vector-m.ru, www.neposedaplus.ru, info@vector-m.ru

Водные горки, бананы, надувные бассейны аквапарки, мини-аквапарки
надувные батуты, парковые аттракционы, детские игровые комплексы
воздухоупорные здания развлекательные центры "под ключ"

Новая жизнь старого парка



Экономический кризис, пусть и не так ощутимо, но все же затронул рынок развлечений России. Сегодня, когда этот непростой период постепенно остается позади, очень важно власти и бизнесу объединить свои усилия для развития индустрии развлечений в нашей стране. Возрождение парков культуры и благоустройство зон отдыха может быть намного эффективнее при взаимодействии городских администраций и представителей развлекательного бизнеса. Об опыте такой успешной работы под названием «Новая жизнь старого парка» нам рассказала Генеральный директор Группы компаний «Карусель» Анна Михайловна Рыхлова.

– Анна Михайловна, расскажите, пожалуйста, как появилась идея проекта «Новая жизнь старого парка»?

– Все мы когда-то были детьми. И всегда для нас было огромной радостью, когда кто-нибудь из старших говорил: «Собирайся! Пойдем гулять в парк», — потому что мы знали — в парке нас ждут аттракционы, мороженое, газировка и еще много-много разных приятных вещей! Каждый поход в парк оставался ярким воспоминанием.

Позже, когда мы стали старше, мы уже сами сбегали в парк с уроков, чтобы потратить на тиры и карусели сэкономленные на школьных завтраках деньги.

Еще позже, когда школа осталась позади, мы с девчонками и мальчишками бегали в парк кататься на лодочках (летом) или на коньках (зимой), и эти романтические воспоминания нас не покинут, наверное, никогда!

Потом, когда у нас появились свои дети, мы тоже повели их в парк, но выяснилось, что это уже совсем не тот парк, что был когда-то: газировку и мороженое больше не продают, аттракционы устарели, дребезжат и вот-вот развалятся, дорожки никто не убирает, поломанные ветки деревьев могут при случае выколоть глаз, и вообще публика, которая собирается в парках, очень отличается от гулявших там граждан во времена нашего детства и отрочества.

Однако постепенно мгла смутного времени рассеивается, и в парки снова стали возвращаться порядок и красота. Правда, происходит это не везде и не так быстро, как всем нам хотелось бы.

Чтобы приблизить это время, группа компаний «Карусель» направила свои усилия на реконструкцию и развитие парков культуры и отдыха в тех городах, администрация которых считает, что им необходимо возродить утра-

ченную культуру семейного



отдыха и поднять ее на уровень требований сегодняшнего дня.

– По каким направлениям ведется реконструкция парков?

– Реконструкция парков ведется по четырем основным направлениям: реконструкция инфраструктуры и благоустройство территории, оснащение новыми аттракционами, создание сети сопутствующей розничной торговли, развитие программы культурно-массовых мероприятий.

– Сколько времени требуется для реализации одного проекта?

– Понятно, что одновременное движение по всем этим направлениям требует серьезных инвестиций, которые не всегда и не всем (в том числе и нашей компании) под силу, поэтому мы всегда исходим из реальных возможностей, тем более что возрождение парка – процесс довольно продолжительный, который обычно разбивается на несколько этапов и длится не один год. Главное в этих проектах не столько финансовые возможности, сколько наличие общего желания и стремления сделать для жителей города красивый современный парк, который бы в самом деле являлся Парком Культуры и Отдыха.

– Итак, что же было в начале?

– Первым опытом нашей компании стал городской парк в г. Орехово-Зуево. В 2007 году в бывшем парке господ Морозовых открылся парк аттракционов «Карусель», первый наш парк на территории Московской области. В состав парка вошли 16 современных аттракционов для детского и семейного отдыха. А в 2008

году силами наших специалистов были реконструированы и введены в эксплуатацию аттракционы «Колесо обзора», «Железная дорога» и «Веселые горки», принадлежащие городу.

За эти годы парк стал одним из любимых мест отдыха жителей города. Сейчас на территории парка эксплуатируется более 20 аттракционов, и мы планируем дальнейшее развитие. Благоустройство и озеленение, различные кафе, веселые праздники всегда привлекают и детей, и родителей.

– Этот парк функционирует только в летний период?

– Летом наши гости катаются на аттракционах, а зимой парк превращается в ледовый каток. К услугам посетителей прокат коньков, камеры хранения, теплая раздевалка и много музыки, света, веселья и хорошего настроения!

– Но это не единственный ваш проект?

– Нет. В августе того же 2007 года наша компания открыла небольшой парк аттракционов в городе Балашиха на территории городского парка. Долгие годы он был в запущенном состоянии, но постепенно администрация города и руководство парка начали облагораживать территорию, восстанавливать освещение, и парк стал оживать, в него потянулись жители города. А наши аттракционы внесли разнообразие в развлечения и отдых маленьких горожан.



На начальном этапе, в основном, это были детские аттракционы, в дальнейшем произошло перепрофилирование парка в сторону семейных аттракционов для детей и родителей. На данный момент в парке нами установлены и эксплуатируются 10 аттракционов.

– Как складывается дружба с другими парками и городами ближнего Подмосковья?

– В общем, неплохо. У нас замечательные отношения, к примеру, с городом Долгопрудный, который стал третьим проектом нашей компании.

В 2008 году администрация города закупила у компании «Карусель» комплект детских аттракционов для городского парка, в котором была проведена реконструкция. В парке появились детские площадки, зеленые зоны отдыха, сцены для проведения праздников и аттракционы, что значительно разнообразило отдых жителей города. Эксплуатацию аттракционов доверили нашей компании, которая пополнила парк собственными аттракционами с учетом потребностей и пожеланий посетителей парка.

В будущем по договоренности с администрацией города планируется расширение аттракционного комплекса — добавление семейных и экстремальных аттракционов, которые позволят создать полноценный парк развлечений для всех возрастных категорий.

– Какова дальнейшая география ваших проектов?

– Наш последний, на данный момент, проект реализован в г. Коломна. В 2009 году по поручению администрации города наша компания

занялась модернизацией аттракционного комплекса, расположенного в Парке Мира. Часть аттракционов была утилизирована, оставшиеся были реконструированы и получили вторую жизнь. Обновленные, яркие, светящиеся аттракционы «Круговой обзор» и «Автодром» сегодня являются «точками притяжения» в парке.

В начале сезона 2009 года мы сразу установили 4 новых аттракциона, а к летнему сезону 2010 года парк был полностью обновлен и насчитывал порядка 20 аттракционов. Среди них, катальная гора «Гусеница», «Цепочная карусель», «Виртуальный симулятор», водные аттракционы и др. В результате, получился полноценный семейный парк отдыха с детскими, семейными и экстремальными аттракционами, кафе для детей и взрослых, праздниками, музыкой и хорошим настроением. Красивые клумбы, фигуры сказочных героев, бассейны и альпийские горки создают особенную атмосферу отдыха, поэтому посетители возвращаются в парк снова и снова.

– Что, по Вашему мнению, ещё необходимо для реализации подобных проектов, кроме финансовой поддержки?

– В реализации всех этих проектов важную роль играет, прежде всего, желание городских администраций восстанавливать и развивать культуру отдыха жителей своих городов.

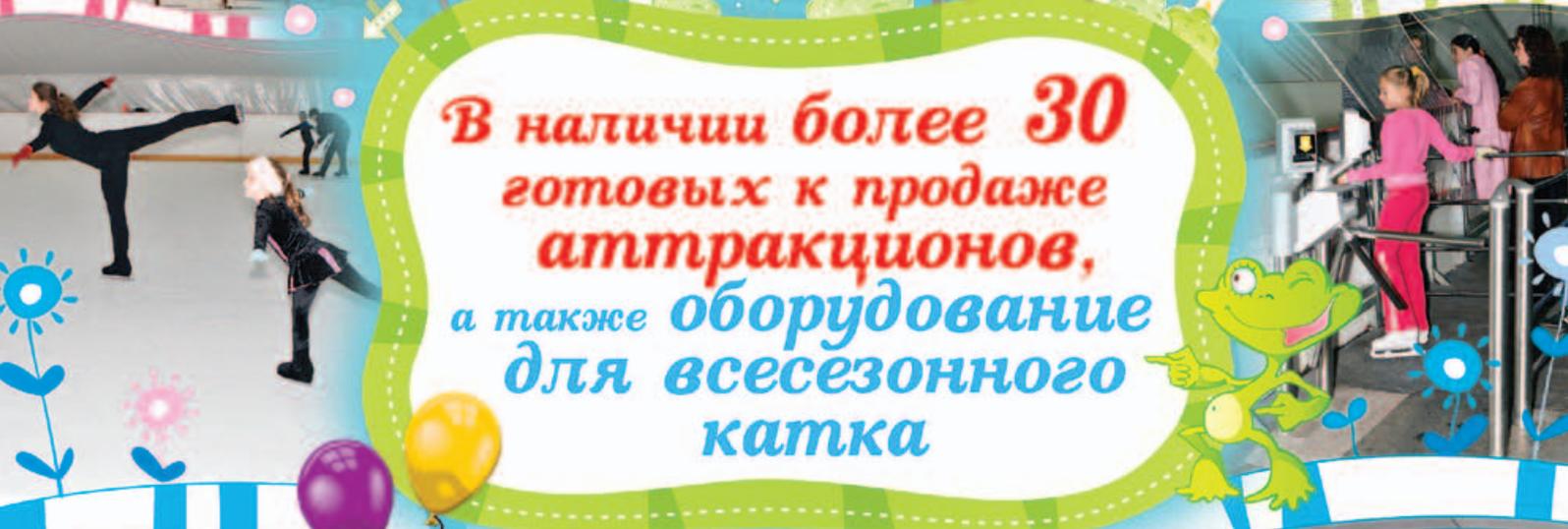
Мы в свою очередь готовы сотрудничать в этом направлении, помогать, вкладывать средства и силы, чтобы приносить радость и взрослым, и детям! Очень надеемся, что в недалеком будущем сможем пополнить список возрожденных парков. Мы были бы этому очень рады!



Радость — в движении!



**В наличии более 30
готовых к продаже
аттракционов,
а также оборудование
для всесезонного
катка**



КАРУСЕЛЬ
Carrousel

Компания «Карусель»

119049 Москва, Крымский вал, 9

тел. +7 /499/ 237-1360, +7 /495/ 995-7577

e-mail: info@carrousel.ru www.carrousel.ru



Финиш сезона

ИТОГИ ВЫСТАВКИ «РАППА – ОСЕНЬ 2010»

*Если вы будете работать для настоящего,
то ваша работа выйдет ничтожной;
надо работать, имея в виду только будущее*
А.П. Чехов



С 20 по 22 октября в Москве на ВВЦ с большим успехом прошла IV Московская осенняя выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА- Осень 2010».

Как и в прошлом году, осенняя выставка проходила в формате «Дня производителя», который в конце сезона предоставляет поставщикам развлекательного оборудования прекрасную возможность предложить потенциальным клиентам к следующему году свои последние новинки.

Всего в выставке приняли участие 48 компаний из пяти стран мира, что говорит о росте и постепенной трансформации осенней выставки РАППА из российской в международную. Присутствие производителей из Белоруссии, Италии, Латвии, Украины, Испании свидетельствует об интересе и желании иностранных компаний работать на российском рынке.

Из российских участников свою продукцию на «РАППА- Осень 2010» представили компании из Московского региона, Санкт-Петербурга, Краснодарского края, городов Тюмени, Волгограда, Красноярска и др.

За два дня выставку посетило более 650 специалистов и представителей бизнеса из 52-х городов России, а также делегации из зарубежных стран.

В рамках деловой программы выставки прошел семинар «Продление срока службы аттракционов и развлекательного оборудования» и бизнес-тренинг «Повышение доходов от деятельности подразделений развлекательного центра», который проводила компания Park Management. В работе деловых мероприятий приняли участие свыше 70 человек.

По мнению участников «РАППА- Осень 2010», выставка принесла много положительных результатов, как для эксплуатантов, так и для продавцов развлекательного оборудования.

Надо отметить, что расширилась география участников выставки, появились молодые фирмы, отзывы которых для нас очень важны.

Игорь Курчинский — Директор по развитию компании «SideShow Nova», Украина:

«Организация мероприятия проходила на высшем уровне. Присутствие на выставке **только заинтересованных** лиц автоматически сократило



День производителя

время на бессмысленные разговоры. На выставке мы представили свое собственное изобретение «Пушка» — экстремальный аттракцион свободного полета, не имеющий аналогов в мире.

«День производителя» помогает новым участникам рынка заявить о себе, узнать о ми-

ровых тенденциях в развитии индустрии развлечений и является прекрасным форматом для общения производителя, клиента и партнера. Поэтому участие в выставке РАИПА — это прекрасная возможность заявить о себе не только на территории СНГ, но так же это выход на европейский рынок.



Семинар «Продление срока службы аттракционов и развлекательного оборудования»

Мы молодые участники рынка аттракционов, и, являясь экспонентами «РАППА- Осень 2010», заработали очень важные бонусы для нашей компании, а именно: появились новые контакты, расширилась клиентская база, подписаны договора о сотрудничестве. Также мы приобрели новых партнеров среди участников выставки.

Большое спасибо организаторам за предоставленную возможность участия в осенней выставке, ждем весны!».

Ирина Меек — Директор компании «Карамболь», г. Владивосток:

«Наша компания принимала участие в выставке впервые с целью представить на ней свое новое развлекательное оборудование — фотостудию 3D формата «Artink».

Хотелось бы поблагодарить РАППА за отличную организацию мероприятия. Понравилось все: грамотное и вежливое консультирование по телефону и электронной почте, помощь в выборе выставочного места, порядок и сроки оформления документации, внимание и помощь при проведении выставки, подарки участникам (которые оказались очень кстати к погодным условиям).

На счет результативности рано еще делать какие-то уверенные прогнозы, но для нашей компании выставка

«РАППА- Осень 2010» — это прежде всего возможность познакомиться Центральную часть России с нашим оборудованием. Мы приобрели хороший опыт, установили много контактов, заключили не один контракт на поставку и надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество с РАППА».

В очередной раз выставка РАППА подтвердила статус ведущей профильной выставки индустрии развлечений в России. Главный секрет успеха наших выставок заключается в их постоянном совершенствовании, творческом поиске и стремлении к максимально возможной экономической эффективности.

Мы рады, что на протяжении многих лет участие в выставках и мероприятиях РАППА позволяет специалистам развлекательной сферы реализовывать большинство намеченных целей.

Ждем Вас на XIII Международной выставке «Аттракционы и Развлекательное оборудование РАППА-2011» (23-25 марта, Москва, ВВЦ, павильон 75), а также на V Московской осенней выставке «Аттракционы и Развлекательное оборудование РАППА- Осень 2011» (19-21 октября, Москва, ВВЦ, павильон 55)

*Зам. директора выставки
Марина Горбачева*

ДЛЯ ЗАКАЗА ПЛОЩАДИ ОБРАЩАЙТЕСЬ:

vystavka@raapa.ru
raapa@raapa.ru

Более подробную информацию вы можете получить в РАППА:

Тел./Факс: +7 (495) 748-3448,
988-8947, 988-8948,
+7 (499) 760-3814

КОНТРОЛЬНЫЕ БРАСЛЕТЫ
ТЕМПКО
САМЫЙ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ В РОССИИ!

для парков развлечений, дискотек и концертов для курортов, санаториев и домов отдыха для аттракционов, аква-парков и бассейнов а также для спортивных комплексов, бань и других мест отдыха или мероприятий.

а также:
надежные и удобные
БРАСЛЕТЫ для КЛЮЧЕЙ

предъявителю данного купона предоставляется
СКИДКА 10%
Данное предложение не может быть добавлено к скинченным или специальным ценам, а также к ценам при сезонных распродажах. Срок действия: со дня опубликования до 31.12.2010

(495) 972-1870, (926) 537-3345, (909) 685-0115, (926) 272-0808
<http://wizard.msk.ru/zakaz@tempko.ru> ICQ: 8094381 Skype: TEMPKO

ВИЗАРД-М
БРАСПЕТЫ В РОССИИ

5D-кинотеатр
www.5D.by

«Аватар-VIP»

- 3 степени свободы
- 4 кресла
- 6 спецэффектов
- 10 стереофильмов

www.5D.by

АП /
Технологии Развлечений
Беларусь, г. Минск

aet
тех. факс: +37517 2775452
тел.: +37517 254474
aet@5d.mh.com
технологии развлечений



Аттракцион.Ру

© ОПТОСИБ

**Производство и продажа
аттракционов**

г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, 6, оф. 32

Тел./факс: (383) 221-37-41

www.attraction.ru e-mail: optosib@attraction.ru



«Game City» – У НАС ЕСТЬ ВСЕ...

Карина Елиференко
пресс-секретарь
группы компаний «Game City»

В современном мире темп жизни постоянно ускоряется, и мы порой среди насущных дел и забот начинаем забывать, что является для нас самым главным. А что может быть для человека более важным, чем его семья и близкие люди.

В эпоху глобализации возрождение семейных традиций и ценностей становится актуальной проблемой, и досуг здесь играет самую не последнюю роль.

Индустрия развлечений в России сегодня взяла «семейный путь» развития: активно строятся семейные развлекательные центры, а существующие развлекательные комплексы стараются расширить спектр предоставляемых услуг, чтобы охватить все возрастные категории. Отдыхать всей семьей становится модным!

Однако индустрия развлечений достаточно новый для России бизнес, и такие вопросы: какое оборудование выбрать для своего парка, у кого его приобрести, как долго оно будет окупаться – основные моменты, которые волнуют инвестора.

В настоящее время существует немало компаний, предоставляющих различного рода услуги на рынке развлекательного оборудования, но анализ их деятельности показал, что в основном они имеют достаточно узкую специализацию в области предоставляемых услуг, а география их работы в большинстве случаев распространяется только на столичный регион и города-миллионники. Исключением здесь является группа компаний «Game City», которая уже много лет работает на рынке развлечений страны. Более подробно о деятельности компании нам рассказала пресс-секретарь **Карина Елиференко:**

Группа компаний «Game City» работает на рынке развлекательного оборудования с 2003 года. Твёрдость в достижении поставленных целей, гибкость форм работы, высокое качество предоставляемых услуг, позволило нам завоевать значительную долю регионального рынка, а также построить партнёрские отношения со многими представителями этого бизнеса.

На сегодняшний день в деятельности группы можно выделить следующие направления:

- продажа развлекательного оборудования;
- предоставление развлекательного оборудования в аренду;
- ремонт и сервисное обслуживание развлекательного оборудования;
- консалтинг по подбору оборудования для развлекательных центров.

«Game City» является официальным представителем в России ведущих производителей развлекательного оборудования. Нашим клиентам мы предлагаем новую для нашей страны форму сотрудничества — «One Stop Shop», что в дословном переводе с английского языка означает «у нас есть всё». Данная форма сотрудничества, широко распространена на западе, и, наконец-то, дошла до России. Она позволяет инвесторам значительно экономить время и средства, затрачиваемые на поиски того или иного вида оборудования у разных поставщиков, доставку оборудования, на приведение разных условий поставок к одной удобной форме и т.д. С «One Stop Shop» – всё гораздо проще!

Нашим клиентам мы, предлагаем весь перечень развлекательного оборудования, начиная с детских качалок и заканчивая парковыми аттракционами, с последующим гарантийным и после гарантийным обслуживанием.

Мы рады сотрудничеству, как с начинающими, так и с имеющими опыт работы бизнесменами.

Работая с нами, Вам больше не придётся заниматься поисками постоянного партнёра!

Мы предлагаем выгодное, удобное и честное сотрудничество!

Вы получите желаемый результат, а Ваши клиенты — хорошее настроение!



ВСЕ ВИДЫ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Game city
entertainment group

ПРОДАЖА, АРЕНДА, СЕРВИС

Группа Компаний «**GAME CITY**»

308002, Россия, г. Белгород, ул. Щорса, 53

Тел: +7-4722-578-047 Факс: +7-4722-578-047 Моб: +7-910-329-23-25

Эл. почта: gamecitygroup@gmail.com | info@gamecitygroup.com

Сайт: www.gamecitygroup.com | www.развлекательныеавтоматы.рф



Залог успеха зоны redemption в развлекательном центре

*Роман Храмов
Директор бизнес-направления
KidsPlay*

Название зоны «редемпшн» происходит от английского слова redemption и дословно означает «выкуп, погашение, возвращение». Развлекательный аппарат формата редемпшн, принимая в качестве оплаты игры монеты, жетоны или магнитные карты, по результатам игры выдаёт билетки, которые в призотеке можно обменять на понравившийся приз. Казалось бы, процесс предельно прост, однако на самом деле от правильного подхода к организации системы редемпшн зависит коммерческий успех не только самой зоны, но и всего развлекательного центра, в котором эта зона расположена. Как показывает опыт компании «KidsPlay», именно зона развлекательных аппаратов с выдачей билетиков приносит детскому центру 60-70% всей выручки, и именно она является тем магнитом, который привлекает в центр основную массу посетителей.

В этой статье мы уделим внимание основополагающим правилам организации зоны редемпшн, несоблюдение которых часто приводит к неудачам в создании и управлении всем развлекательным центром. Заметим сразу, что мы совершенно не отменяем такие важные факторы функционирования аппаратов, как их полная техническая исправность, а также необходимость постоянной маркетинговой поддержки развлекательного центра. Также в развитие зоны редемпшн вносит большой вклад проведение детских корпоративных мероприятий (дней рождения, школьных и детских выпускных). Однако в рамках данной статьи мы вряд ли сможем рассказать обо всех факторах, поэтому поговорим об основных.

ПОДБОР ОБОРУДОВАНИЯ

Это основополагающий этап, с которого начинается создание зоны редемпшн. Главное правило, которым нужно руководствоваться при подборе

оборудования – ни одна из категорий аппаратов редемпшн не должна быть забыта! Ведь чем разнообразней представлены аппараты, тем шире аудитория редемпшн-зоны. Обязательно должны присутствовать и шарокаты, и спортивные, и видеоаппараты, а также аппараты, тренирующие ловкость и скорость реакции. Желательно присутствие аппаратов быстрого выигрыша, так как именно они взвинчивают градус азарта на головокругительную высоту. Все аппараты зоны редемпшн, как правило, выполнены в красочном дизайне, способном издали привлечь внимание и вызывать неподдельный интерес посетителей развлекательного центра.

Следует иметь в виду, что при подборе аппаратов учитываются также особенности расположения развлекательного центра, специфика окружающих его арендаторов, средняя посещаемость, качество ремонта и многое другое. Именно поэтому при разработке бизнес-плана очень важно обращаться к людям, имеющим большой практический опыт в этом вопросе.



РАССТАНОВКА АППАРАТОВ

При расстановке оборудования обязательно необходимо одновременно принимать во внимание целый ряд факторов: начиная от анализа планировки имеющегося помещения со всеми пожарными проходами, проложенными коммуникациями и прочими особенностями, и заканчивая расположением электрических выводов. Распространённой ошибкой является размещение видеоаппаратов с жидкокристаллическими экранами в ярко освещенной естественным светом части зала. Большую часть дня экраны бликуют, и аппараты простаивают, что негативно сказывается не только на посещаемости центра, но и на его имидже в целом. Именно поэтому очень важно произвести тщательное зонирование помещения перед закупкой оборудования, предусмотрев все мелочи.

Так как исправление ошибок по зонированию помещения и подбору оборудования – одно из самых сложных и трудоёмких занятий, требующих привлечения массы сил и средств, лучше всего с самого начала обращаться за консультацией к профессионалам. При профессиональном зонировании обязательно учитываются также технологические помещения и принимаются во внимание все возможные сложности с расстановкой крупногабаритных аппаратов и аттракционов.

ЦЕНА ИГРЫ

Цена игры рассчитывается индивидуально для каждого аппарата и зависит от желаемого срока его окупаемости, себестоимости системы редемпшн, сложности самой игры, а также от конкурентной среды.

Цена игры позволяет эффективно управлять потоком посетителей и является одним из определяющих факторов в конкурентной борьбе. Средняя цена за игру в России обычно колеблется от одного до двух долларов.

Вышеперечисленные критерии настройки игровой зоны являются универсальными и распространяются также на другие развлекательные аппараты и аттракционы. Ниже мы рассмотрим только те специфические настройки, которые отличают аппараты редемпшн от всех остальных – количество билетиков, выдаваемых за одну игру, процент выдачи одним игровым аппаратом, и поговорим о призовете.

КОЛИЧЕСТВО ВЫДАВАЕМЫХ БИЛЕТИКОВ

На вопрос, сколько же билетиков должен выдавать тот или иной аппарат, однозначного ответа не существует. С одной стороны, билетиков не должно быть слишком мало. Ребёнок, тратя время, силы и эмоции на игру, ожидает получить достойную награду. А так как понятие «себестоимости» билетика детям недоступно, они определяют



размер своего выигрыша именно количеством билетиков, а не их номиналом. Любой ребёнок будет разочарован, потратив 10 минут на игру и получив взамен один или два билетика.

С другой стороны, билетиков не должно быть слишком много, так как они сами по себе стоят достаточно дорого и, чем больше билетиков выдаёт каждый отдельный аппарат, тем больше накладных расходов ложится на зону редемпшн, что, в свою очередь, влияет на стоимость призов в призотеке. Неправильная настройка этого параметра может привести к тому, что ребёнок выиграет охапку билетиков, но не сможет получить достойный приз, так как билетиков на него попросту не хватит. Стоит ли говорить, что это приведёт к разочарованию и потере лояльности.

ПРОЦЕНТ ВЫДАЧИ

Процент выдачи одного развлекательного аппарата – та часть цены игры, которая возвращается игроку в виде билетиков. Это один из основных критериев, позволяющих поддерживать посещаемость зоны редемпшн на требуемом уровне. Чем жестче конкурентная среда, тем выше устанавливаемый процент выдачи, который удерживает поток гостей и обеспечивает высокую конкурентоспособность центра.

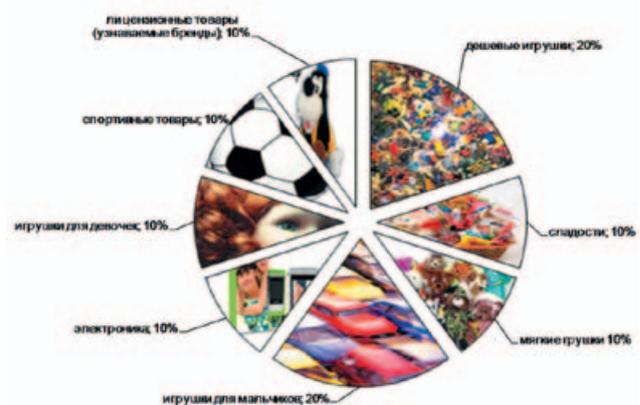
Количество выдаваемых билетиков и процент выдачи являются важными параметрами и рассчитываются очень тщательно. Поэтому мы советуем доверять настройку этих парамет-



тров профессионалам, которые проведут тщательный анализ ситуации и только потом выскажут свои рекомендации.

ПРИЗОТЕКА

Призотека — ещё один важный фактор, который по праву называют «сердцем» зоны редемпшн. Действительно, призотека магнитом притягивает к себе посетителей всех возрастов со всего развлекательного центра. И для того, чтобы детям захотелось играть на аппаратах, а родители не стали бы им возражать, необходимо наполнить призотеку таким образом, чтобы она заинтересовала и тех, и других.



Частая ошибка при наполнении призотеки — акцент на мягкие игрушки, которые кажутся привлекательными управляющим детской зоны. Однако среди детей мягкие игрушки не так популярны, они интересуются скорее тем, что в данный момент модно. Именно поэтому ассортимент призотеки нужно регулярно обновлять, а также обязательно включать в него мелкую электронную технику вроде компьютерных флешек, калькуляторов и т.д. А взрослых гостей, без сомнения, привлекут призы в виде сертификатов на другие услуги ТРЦ.

Золотое правило составления ассортимента любой призотеки — «ни один посетитель не должен уйти без приза». Даже после одной игры ребёнок должен иметь возможность выбрать себе приз, причём чем разнообразнее выбор, тем выше вероятность того, что ребёнок захочет снова вернуться в игровую зону.

Не стоит забывать и о выкладке товара, которая должна быть максимально наглядной и привлекательной для гостей. Важно также указывать стоимость каждого приза в билетиках на видном месте. Правильный расчёт стоимости приза — не менее важный параметр, который заслуживает отдельного разговора.



КСИЛ®

www.ksil.ru



ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ВАШЕГО ПАРКА

За 40 лет КСИЛ реализовал сотни проектов детских площадок в парках аттракционов, аквапарках России, СНГ и стран Европы, что позволяет гарантировать нашим клиентам высокое качество, надежность и низкую стоимость эксплуатации.



**Европейское качество,
дизайн,
безопасность**



194223, Российская Федерация
г.Санкт-Петербург
Светлановский пр.,25
тел.:+(812) 552-62-09, 552-80-61
факс:+(812) 552-88-48
E-mail: spb@ksil.ru



«ЗОЛОТОЙ ПОНИ» ЛЕТИТ В МОСКВУ

23 марта в рамках Международной выставки «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА — 2011» состоится церемония вручения международной награды в области индустрии развлечений «Золотой Пони» (Golden Pony Awards), которая впервые пройдет в Москве. В связи с этим событием, давайте вернемся в прошлое и вспомним историю этой всемирно известной награды.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРЕМИЯ

— ПРИЗНАНИЕ МАСТЕРСТВА ВО ВСЕМ МИРЕ

Признание особых заслуг и мастерства является важным аспектом в любой сфере профессиональной деятельности. Существует много парков и операторов индустрии развлечений, которые вносят выдающийся технический, профессиональный и сервисный вклад в свою отрасль, которых не ценят так, как они этого заслуживают. Размышляя об этом, еще в 2002 г., во время своего путешествия по миру в качестве журналиста, я выступил с идеей учреждения награды, пусть даже символической, для операторов индустрии развлечений, так, чтобы это было не только необходимостью, но и возможностью признания обладателя и его профессионализма.

ЛАУРЕАТЫ ПРЕМИИ ИЗ СТРАН СНГ

«Парк Победы», Виктор Бондаренко, Ставрополь, Россия (2002)

«Парк им. М. Горького», Сергей Каруна, Краснодар, Россия (2003)

Валентина Кечина — Президент Ассоциации парков Украины (2003)

Шоу Крокодилов в ДендроПарке Евпатории, Украина (2003)

Парк «Диво остров», Санкт-Петербург, Россия (2005)

Парк «Фантазия», Москва, Россия (2005)

Александр Самедов, Россия (2006)

«Дино Парк», Санкт-Петербург, Россия (2006)

ЦСО «Остров сокровищ», Красноярск, Россия (2007)

Парк «Ривьера», Петр Пигалев, Сочи, Россия (2007)

Борис Рабинович — Вице-президент РАППА, Россия (2007)

Компания «МИР», Владимир Гнездилов, Москва, Россия (2010)

Российская выставка аттракционов, Москва, Россия (2010)

Личное знакомство с владельцами и менеджерами парков развлечений помогло мне понять, как трудно тем, кто выбрал этот бизнес, достичь успеха и поддерживать его. Сегодня это сложнее при возросшей конкуренции, становящейся все более агрессивной — между мультиплексами, кинотеатрами, тематическими ресторанами, организациями по проведению праздников.

Поэтому необходимо искать и развивать те позитивные элементы, которые в состоянии понемногу продвигать дело. Это главная мысль, которая подтолкнула к учреждению европейской награды «Золотой Пони»: признание мастерства в нашей отрасли во всем многообразии его выражения с целью поддержать операторов, которые в значительной степени способствовали развитию индустрии развлечений.

Победители Золотого Пони выбираются на основе объективных критериев, установленных сотрудниками редакции журнала «*Games and Parks Industry*» после анализа материалов и глубоких размышлений, с тем чтобы дать дорогу не только лучшим в абсолютном выражении предприятиям, но и малым и средним субъектам бизнеса, которые по ряду причин блестяще выделяются на фоне своей группы.

Каждый победитель получает статуэтку, представляющую пони, наподобие статуэтки Оскара, вместе с сертификатом, в котором поясняются причины вручения награды. «Статуэтка, которая не может увеличить прибыль, или изменить жизнь, но радует сердце», — такие комментарии часто дают многие победители.

КРИТЕРИИ ВЫБОРА

История и развитие являются одними из наиболее важных параметров, определяющих наш выбор. Так, при выборе парков развлечений или предприятий-номинантов мы ищем «истории успеха», которые показывают наличие стратегического видения и больших предпринимательских навыков у их учредителей. Один из критериев, который мы используем при выборе, это

также инвестиции, сделанные в последние годы. Число посетителей, которых удалось привлечь в парки или торгово-развлекательные центры, и размеры объекта идут вслед за этим по нашей шкале оценок.

Критерии для награждения могут быть разными, и каждый раз они горячо обсуждаются жюри и применяются индивидуально к каждому конкретному получателю.

ОТ ЕВРОПЕЙСКОГО — К МЕЖДУНАРОДНОМУ МАСШТАБУ

Со времени проведения первого мероприятия, состоявшегося в 2002 г., оно развивалось из года в год как по масштабу, так и по степени признания, с тем чтобы стать по-настоящему международным успешным мероприятием, за которым с большим интересом и большими ожиданиями наблюдают операторы индустрии и СМИ. На сегодняшний момент существует более 200 победителей по всему миру.

Первоначальное число номинаций, включавшее Парки развлечений, Передвижные лунапарки и Карьерное развитие, было расширено, включив номинацию торгово-развлекательных центров, начиная с мероприятия, которое проходило в 2004 г. в Римини. Также была расширена географическая принадлежность получателей награды до мирового масштаба, после чего мероприятие получило название *Международная Церемония Награждения Золотой Пони*. Церемония 2004 г. насчитывала наибольшее число получателей награды — 45 из 23-х стран мира, среди которых можно упомянуть также городской совет города Тилбурга в Нидерландах, продемон-

стрировавшего великолепные навыки в организации ежегодной ярмарки-карнавала с уникальной особенностью, заключающейся в том, что она проводится в черте города, в который приезжают в среднем более одного миллиона человек всего за 9 дней.

Говоря о наиболее далеких местах, которые были в нашем списке участвующих зарубежных стран, можно отметить Бразилию и Мексику, со стороны Запада, в лице г-на Милтона Тромбини и г-на Нава соответственно, область на Севере с СантаПарком (Финляндия), и далее, со стороны Дальнего Востока, Сингапур с г-ном Ли Вун Чан и, наконец, с юга, Саудовскую Аравию, представленную группой Аль Хокаир.

Среди лауреатов премии в номинации парков развлечений можно выделить «Европа Парк» (Германия), «Эфтелинг» (Нидерланды), «Тиволи Копенгаген» (Дания), «Санвей Лагун» (Малайзия), «Рамоджи Фильм Сити» (Индия), «Дримворлд Фэмили Резорт» (Пакистан) и т. д.

Совпав по времени с 25-й годовщиной Games & Parks Industry, в 2009 году была учреждена новая номинация *Производителей Аттракционов*, имевшая целью наградить те компании, которые создали наиболее существенные инновационные вехи в индустрии развлечений за последнюю четверть века. К ним были отнесены «Zamperla Rides» (Италия), «Dotto Trains» (Италия), «Mack Rides» (Германия), «Intamin» (Швейцария), «KMG» и Компания «МИР» (Россия).

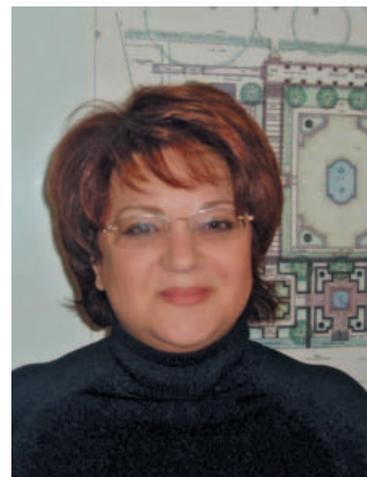
Данило Тосетто
Главный редактор журнала
«Games and Parks Industry», Италия



Опыт ландшафтной организации и комплексного благоустройства городских парков и зон отдыха

Карина Лазарева

Вице-президент «Гильдии профессионалов ландшафтной индустрии»



Значение рекреационных объектов в городской среде трудно переоценить, рассматривая все экологические и социальные аспекты этого вопроса. Специфика парков и зон отдыха, как важнейших элементов системы зеленых пространств города, заключается в их доступности и оптимальной комфортности для горожан всех категорий. Основное назначение парков — публичный отдых в условиях, максимально приближенных к природным. И здесь важно, чтобы каждый посетитель мог найти для себя все необходимое для приятного отдыха и интересного досуга. Задача специалистов состоит в обеспечении этих условий, а именно: в создании всего необходимого спектра функциональных зон парка — от тихих уголков для эстетического наслаждения природой, чтения и спокойных прогулок, до зон активности с игровым и спортивным оборудованием, развивающим посетителей физически, способствующим социальной адаптации. При этом стоит отметить, что ландшафтное проектирование часто позволяет обогатить некоторые природные характеристики территории, создавая новые формы рельефа и неповторимый пейзаж.

Особенности концепции каждого парка и характеристики его параметров во многом определяют гамму необходимого оборудования. Опреде-



лившись с приоритетами и взаиморасположением функциональных зон, можно приступать к выбору гаммы паркового оборудования в соответствии с особенностями проектируемых площадок, а затем корректировать свой выбор по стиливым и колористическим решениям, определиться с используемыми материалами.

Главная задача специалистов в этой работе — создание камерной модели идеального мира, неких оазисов в городе, привлекательных и разнообразных, где можно было бы с удовольствием и пользой провести время в одиночестве, с друзьями или всей семьей. Для этого необходима широкая гамма продукции оборудования для парков различных категорий, которые были бы решены в самых разнообразных габаритных, стиливых и колористических вариациях, а также и возможность разработки и создания эксклюзивного оборудования для тематических парков.

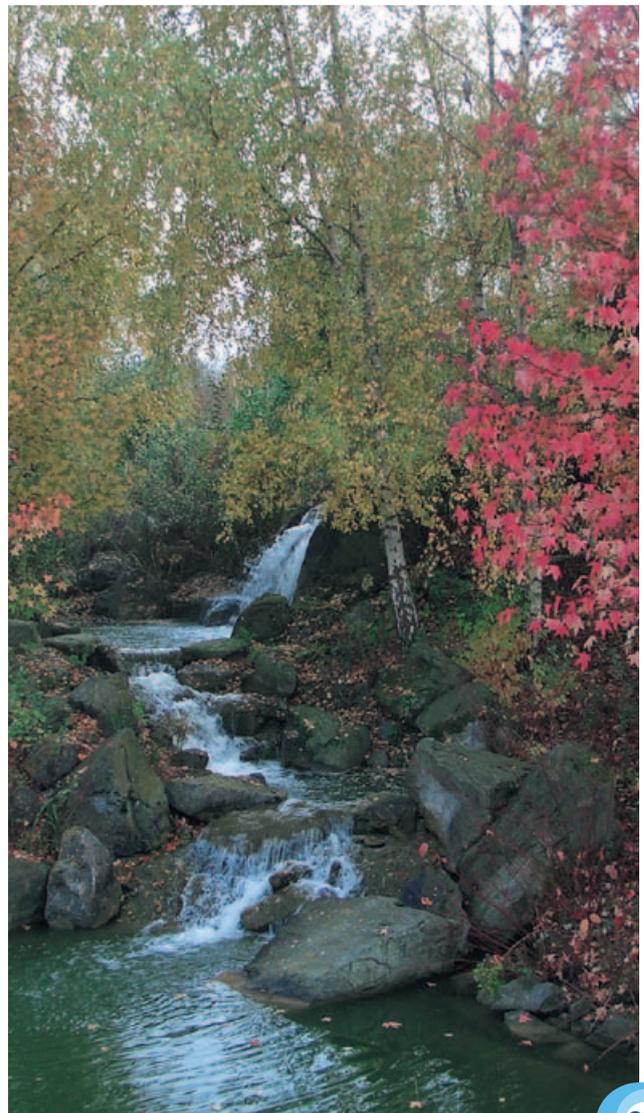
Площадка для аттракционов — это функциональная зона парка, требующая особого внимания при проектировании. Обычно зона аттракционов в ландшафтных парках тяготеет к входной зоне или периферической части парка, расположенной неподалеку от дополнительного входа. Это отвечает задаче сконцентрировать наиболее шумные и оживленные площадки в одном месте и снизить нагрузки на остальную территорию. В случае создания нового парка с искусственным ландшафтом, концепция обычно предполагает соответствие ландшафтного дизайна и природных материалов тематике аттракционов. Например: тема «ковбой» предполагает пейзаж типа «прерия», тема «пираты» предполагает создание водоемов, «экзотических островов» и т.д. Особенности существующего пейзажа, тематика парка и, собственно, зоны аттракционов, определяют выбор оборудования с учетом необходимости компетентного интегрирования зоны аттракционов в городскую среду.

Иногда же, напротив, аттракцион может являться постоянным или временным акцентом городского пейзажа как, например, колесо обо-



зрения на площади Согласия в Париже, ежегодно устанавливаемое там в рождественские праздники. Сверкающая, эффектно освещенная в вечернее время структура в какой-то степени конкурирует даже с Эйфелевой башней и чудесно завершает перспективу Елисейских полей в направлении запад-восток, составляя баланс с Триумфальной аркой. А красочные, забавные аттракционы в зоне рождественских ярмарок могут создать неповторимую атмосферу веселого праздника даже в самых официальных частях города. Точечно установленные в городской среде аттракционы могут существенно обогатить городской пейзаж, особенно если они несут в себе черты, обозначающие национальные особенности или региональные традиции. Такие объекты, установленные непосредственно на улицах и площадях города, могут быть оформлены растениями в крупных кадках, элементами вертикального озеленения и т.п.

Специализированные парки аттракционов встречаются реже и могут быть тематическими как, например парк «Астерикс» во Франции, где вся концепция в этом случае подчинена одной исторической теме, включая ландшафтно-планировочные решения, эксклюзивное оборудование, детали декорирования парка и костюмы персонала. Парк аттракционов также может состоять из нескольких зон различной тематики, составляя тематические контрасты, как в Диснейленде. И здесь предоставляется возможность найти особенно интересные решения в организации ландшафтов отдельных тематических зон — морские пейзажи, лесные чащи или дикие джунгли.





При проектировании важно учитывать соседство зон активности с другими объектами. Стоит ли на площадке устанавливать оборудование, которое может быть источником шума в случае расположения неподалеку зон тихого отдыха? Недопустимо забывать также о необходимом экранировании площадок (в том числе с помощью паркового оборудования, если это возможно) от оживленных и шумных улиц, автомобильных парковок. Размеры отдельных зон, их расположение относительно других территорий парка являются важными параметрами для выбора ассортимента оборудования, в том числе по габаритам, так как эстетический аспект оформления парков диктует зачастую свои условия, требуя максимально скрыть или, напротив, акцентировать ансамбль аттракционов или других структур.

Взаиморасположение площадок для разных возрастных категорий посетителей желательно продумать особенно ответственно, в том числе и с точки зрения безопасности, чтобы, например, относительно ограничить или исключить возможность свободного доступа малышей на территорию площадок для старших возрастных групп. Для этого можно использовать различные виды барьеров, визуально изолировать зоны активности. Площадки же для более старших групп могут быть сосредоточены неподалеку друг от друга. Посетители с ограниченными возможностями не должны оставаться без внимания проектировщиков парка. Достаточная

ширина дорожек и специальные места на парковках, пандусы и широкие проходы в зонах ограждений и сооружений, если это возможно — специальные площадки, структуры и оборудование. Парки, занимающие большие территории, должны быть оборудованы специальным внутренним транспортом, стилизованным в рамках тематики парка.

«Маршруты следования» — важная часть концептуального решения парков, позволяющая посетителям последовательно знакомиться с территорией, открывая ее для себя. В каждой зоне желательно максимально подчеркнуть особые качества этой части территории и использовать особенности микроклимата для создания ландшафтов с живописными пейзажами и интересными формами рельефа: открывать панораму или, напротив, создавать укромные уголки, обыгрывая таким образом возможные ландшафтные вариации. Можно так же найти интересное решение для организации сообщения между зонами. Например, хорошая организация спортивного парка позволит расширить привычный ассортимент зон активности, включив маршруты здоровья в лесной зоне, картинг и маршруты для квадрациклов или что-то другое, что придаст парку особый характер.

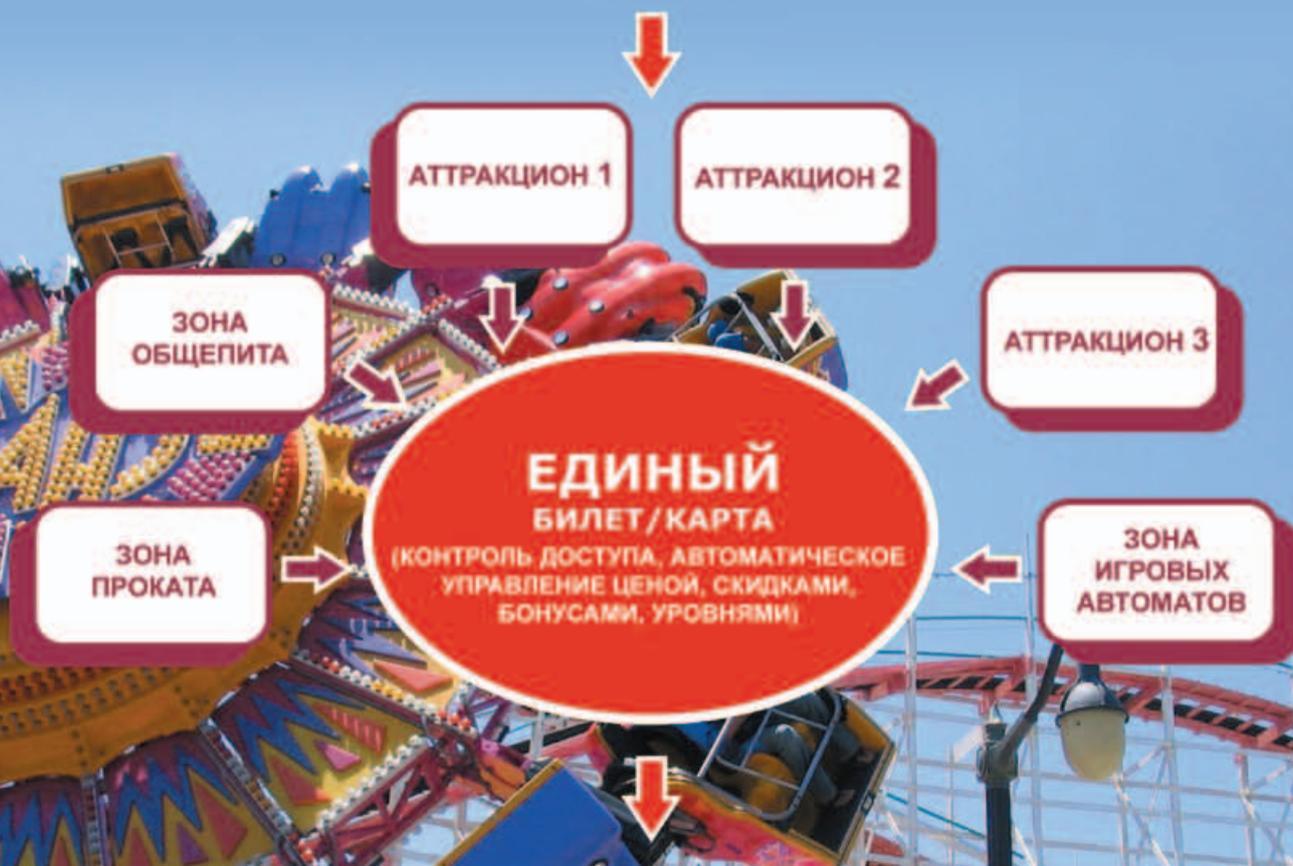
Точки общественного питания и розничной торговли — важные элементы современных парков. Их количество и месторасположение должно определяться общей концепцией пар-

ЕДИНАЯ платежно-пропускная система парка развлечений

UCS-Парк



GAME-KEEPER



СИСТЕМА ОТЧЕТОВ: ПО ТИПАМ ЗОН, ВИДАМ АТТРАКЦИОНОВ, ТИПУ БИЛЕТОВ И ДРУГИМ ПАРАМЕТРАМ.



Колесо обозрения
на площади Согласия
в Париже

ка, категории должны рассчитываться, исходя из предполагаемых нагрузок и контингента посетителей. Часть из них может быть полноценными ресторанами (возможно, с кухней, соответствующей тематике данного парка), часть — недорогими ресторанами «фаст фуд», часть — открытыми террасами кафе, торгующими сэндвичами, сладостями и напитками. В любом случае территория их должна быть оборудована, адаптирована к ландшафту и оформлена соответственно (желательно в рамках тематики парка). То же относится и к торговым точкам — киоски и су-

венирные магазины желательно размещать в павильонах соответствующего дизайна и габарита в непосредственной близости от зон активности.

Стоит отдельно сказать о сезонной вариативности использования парков: формы рельефа и водные объекты можно использовать по-разному в летний и зимний сезоны, устанавливая сезонное оборудование, к примеру, для катания с горок или на катке зимой, а летом — для катания на велосипедах или катамаранах.

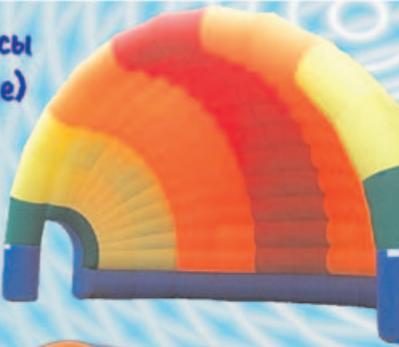
Надеюсь это небольшое описание ряда аспектов организации парков и рекреационных зон дает некоторое представление об опыте ландшафтной организации и комплексного оборудования таких территорий. Продолжая опираться на опыт и творческий потенциал наших специалистов, считаю необходимым назвать в качестве одной из важнейших характеристик любого проекта его индивидуальность. Какими бы не были специфика объекта и его месторасположение, главное — бережное отношение к историческому наследию, национальным традициям и, особенно, к природе, отражающей наши истоки. Бережно сохраняя прошлое, мы должны быть устремлены в будущее в поиске и применении наиболее инновационных технологий и методик.



ООО Амарант предлагает:



Сцены и Сценические Комплексы
(каркасно-тентовые и надувные)



Зрительские Трибуны



Летние Кафе. Шатры. Палатки



Пневмокостюмы



Пневмофигуры:

- Теостаты
- Аэромены
- Цветочные тирлянды



Аттракционы:

- Батуты
- Надувные Аттракционы
- Мягкие Игровые Комнаты
- “Автопоезд”
- Картинги

Изготовим эксклюзивные аттракционы по вашим эскизам

623101, Свердловская обл., г.Первоуральск, проспект Космонавтов, 26, а/я 47
 тел.: (3439) 64-84-69, 64-18-06;
 e-mail: amarant.ural@mail.ru
 тел./факс.: (3439) 25-42-55, 25-44-35;

www.karysel.ru

692900, Приморский край, г.Находка,
ул. Минская 5к, тел.: 8-4236-69-19-08
e-mail:boss@karysel.ru, mail@karysel.ru



ГАРАНТИЯ. СЕРТИФИКАТЫ

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ИГРОВЫХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ:

- ИГРОВЫЕ АППАРАТЫ С ВЫДАЧЕЙ ПРИЗОВЫХ БИЛЕТОВ
- ДЕТСКИЕ КАЧАЛКИ
- СИМУЛЯТОРЫ
- ВИДЕО ИГРЫ С ЭКРАНОМ
- АЭРОХОККЕЙ
- БАСКЕТБОЛ
- МОЛОТОВОЕЦ
- БОКСЕР
- ДЕТСКИЕ ЛАБИРИНТЫ
- ПЛАСТИКОВЫЕ ПЛОЩАДКИ
- СКАЛОДРОМЫ
- ШАРИКОВЫЕ БАССЕЙНЫ
- АППАРАТЫ ДЛЯ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ. ПРОДАЖА И УСТАНОВКА УЛИЧНЫХ ДЕТСКИХ ПЛОЩАДОК, СПОРТИВНЫЕ ГОРОДКИ, УЛИЧНЫЕ КАРУСЕЛИ, КАЧЕЛИ И БАЛАНСИРЫ, ПЕСОЧНИЦЫ, УРНЫ, ЛАВОЧКИ. ВОДНЫЕ И НАДУВНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ.

РАПША
МАРТ 2011
СТЕНД
№С5





«ГАЛОПОМ ПО ЕВРОПЕ»

Анна Резниченко
Директор Парка «Аттракцино-Магия»

как сформировать коллектив в парке



Не секрет, что для любого руководителя очень важно, чтобы его парк приносил прибыль и доставлял радость людям. Достижение этих целей зависит от многих составляющих, одной из которых является эффективная работа персонала парка. Особенно это касается тех людей, которые первыми встречают посетителей, — операторов. Оператор — это «лицо парка», и каким его увидит посетитель, такое у него останется впечатление о парке: захочет он снова сюда придти или не захочет.

К сожалению, в большинстве случаев работа оператора сводится к выполнению чисто механических функций. В итоге сотрудник не чувствует никакого интереса к работе.

Текучка оперативного персонала довольно типичная проблема для парков, и у нас она также имела место. Как известно, операторов аттракционов нигде специально не готовят, и найти людей, которые будут с тобой долго и успешно работать, очень сложно. В основном работать оператором приходят студенты, чаще всего на сезон (2-3 месяца), или люди, которые как-то не состоялись в жизни. Оба контингента очень непростые, но, даже из этих достаточно сложных людей, возможно выбрать тех, кто подходит для парка, но для этого их надо «сделать» самим: обучить и создать такие условия, чтобы они остались работать в парке.

Самый простой способ добиться от человека того, что тебе нужно — это предложить ему то, что его устраивает.

Сначала мы собрали коллектив, с которым запланировали работать не один сезон, а 5-10 лет. Состав операторов в нашем парке летом — 20-22 человек, зимой — 10-12 человек. Но чтобы удержать даже этот небольшой коллектив, необходимо было изменить условия работы парка. Таким образом:

- мы ввели обеды;
- разработали новую систему оплаты труда с учетом стажа и опыта работы;
- ввели должность старшего оператора, — то есть разработали целую систему поощрений, а также штрафов, в соответствии тем, как работает тот или иной сотрудник.

Ну, а в прошлом году у нас родилась идея коллективной поездки по паркам Европы.

Каждый раз, когда руководство возвращалось с зарубежных выставок индустрии развлечений, директора начинали требовать от администраторов, операторов, кассиров более качественной работы, как на Западе. Но это было совершенно бесполезно, потому что «ощущение праздника и радости», которое возникает после посещения тематических парков развлечений остается на подсознательном уровне, и передать его человеку, который ни разу не был в подобных парках, невозможно. Именно за этим «ощущением» мы и отправились в парки Европы.

Как только мы объявили, практически в начале сезона (в июне), что хотим собрать группу и поехать в ознакомительный тур по европейским паркам развлечений, отношение к работе у персонала сразу изменилось: на-



чалось своеобразное соревнование, на общем азарте люди стали работать по-другому – более ответственно и качественно.

К тому моменту, когда надо было оформлять документы, образовался состав группы. Мы решили, что в группе обязательно должны быть люди из разных областей деятельности: механики, администраторы, художник и, разумеется, операторы.

Маршрут нашего путешествия пролегал через Германию, Голландию и Бельгию, где мы запланировали посетить наиболее интересные парки развлечений: «Эфтелинг» (Efteling), «Фантазиялэнд» (Phantasialand), «Муви Парк» (Movie Park) и Аквапарк в г. Кельн.

Для каждого члена коллектива была возможность почерпнуть в поездке что-то новое и интересное именно для своей профессии. Операторам было интересно увидеть, как работают их европейские коллеги, и что значит «передавать посетителям ощущение праздника». В зарубежных парках очень четкая система: полчаса оператор работает на аттракционе, полчаса подает людям руку — запускает на аттракцион, полчаса отдыхает, — то есть работа не является однообразной, и внимание оператора более сконцентрировано.

Технический персонал в поездке имел возможность познакомиться с новыми аттракционами и технологиями; художник — с тематическим оформлением парков.



Большинство парков летом «живут» отлично, зиму «пережить» достаточно сложно, но благодаря подобным поездкам сотрудники понимают, что коллектив руководству небезразличен. После таких туров, персонал возвращается в свой парк с новыми идеями и планами на будущее.

Подводя итог, можно сделать некоторые выводы, какая же польза от посещения зарубежных парков:

- 1) планирование подобного мероприятия в начале сезона мотивирует персонал на работу в течение всего года;
- 2) посещение парков развлечений формирует внутреннее ощущение праздника у персонала, которое они передают посетителям;
- 3) меняется сознание сотрудников, формируется постоянный коллектив;
- 4) полезное знакомство с организацией работы индустрии развлечений за рубежом.

Перед поездкой нам очень многие говорили: зачем вы это делаете? Лишняя трата денег и головная боль! Не буду скрывать, не все было гладко, но все равно мы довольны результатом нашего «эксперимента»: сформировался костяк коллектива, а главное, мы стали говорить на одном языке. Для меня стало понятно, что за люди вообще с нами работают, на кого я могу рассчитывать, на кого мы можем положиться.



Римские «каникулы»

С 6 по 8 октября 2010 г. в Риме прошла европейская выставка аттракционов и развлекательного оборудования «Euro Attractions Show 2010» (EAS). Данная выставка является значимым событием в мире развлечений, поэтому специалисты развлекательной отрасли ежегодно собираются на ней, чтобы увидеть собственными глазами, в каком направлении движется современная индустрия развлечений.

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов является постоянным участником выставки EAS и ежегодно организует на нее профессиональные туры с целью познакомить российских специалистов с европейским рынком развлечений. В 2010 г. в Рим вместе с делегацией РАППА отправились руководители парков, развлекательных центров, а также производственных компаний из Москвы, Екатеринбурга, Ростова-на-Дону, Ейска. Так же к нам присоединились коллеги из Казахстана.

На «Euro Attractions Show 2010» традиционно был представлен широкий спектр парковых аттракционов, развлекательных автоматов, оборудование для семейных развлекательных центров, 3D/4D/5D-кинотеатры, симуляторы, детские игровые комплексы, водные аттракционы, искусственные катки. Помимо аттракционов на выставке было много сопутствующей продукции (иллюминационное, фото-, видеооборудование), а также комплектующих и отдельных составных частей.

Поскольку Италия является одним из центров по производству аттракционов в Европе, то неудивительно присутствие на выставке большого числа итальянских компаний. Однако география экспонентов «EAS-2010» охватывает весь мир, среди которых было приятно в Риме встретить постоянных участников выставок РАППА: «Heimo AAM» (Германия), «KCC Entertainment Design» (Бельгия), Компания «Мир» (Россия), «Moser's Rides» (Италия) и многих других. Стенд РАППА, как обычно, пользовался популярностью и собирал не только русскоязычных посетителей, но и бизнесменов

со всего мира. Из общения с производителями, важно отметить, проявленный интерес к российскому рынку — многие компании для продвижения своих брендов планируют участие в выставке РАППА.

На выставке EAS делегация РАППА познакомилась с новинками аттракционной техники, установила много деловых контактов, некоторые участники тура прямо на выставке приобрели развлекательное оборудование для своих парков и развлекательных центров, заключили контракты на поставку.

Помимо продуктивной работы на выставке EAS, нельзя не рассказать о впечатлениях, которые остались после посещения Рима.

Рим — это поистине музей под открытым небом. За время пребывания в вечном городе мы посетили его культовые достопримечательности: капитолийский музей, собор Святого Петра, музеи Ватикана, где была возможность увидеть фрески Рафаэля Санти и известную «Сикстинскую Капеллу» Микеланджело. Кроме того, для участников тура была организована обзорная экскурсия по городу, в ходе которой мы увидели знаменитый Пантеон, Фонтан Треви и, естественно, символ Рима — Колизей. Необыкновенно красивая архитектура, сочетающая в себе черты различных исторических эпох, узкие улочки, мосты, статуи, фонтаны, уютные кафе с национальной кухней, общительные и шумные итальянцы — только увидев все это можно прочувствовать истинный колорит этого незабываемого города.

Подводя итог наших римских каникул, хочется сказать, что, принимая участие в профессиональных турах РАППА, можно не только продуктивно поработать на выставке и наладить деловые контакты с иностранными партнерами, но и существенно расширить свой кругозор и получить море эстетического удовольствия.

Диана Лукина

Руководитель международного отдела РАППА



УРИ "Завод "Воздушный Замок"

AirPalace®

193079, Россия, г. Санкт-Петербург, Октябрьская наб., 80, корп. 1.
Тел./факс (812) 44-77-949 e-mail: market@airpalace.spb.ru www.airpalace.ru

Секрет привлекательности аттракционов AirPalace® прост:

Высокая мобильность:

- оборудование может работать как на улице, так и в помещении;

- 3-4 аттракциона помещается в машину "Газель";

- монтаж оборудования за 30 минут.

Низкая цена на производимое оборудование:

- мы являемся дочерним предприятием общественной организации инвалидов, то есть некоммерческой организацией;

- наша продукция имеет льготное налогообложение (в том числе НДС, ЕСН и других налогов);

- 90% льгота от ставок аренды госимущества (земля, помещения);

- при закупке не нужно проводить тендеры, потому что наше Учреждение, как "предприятие нуждающееся в господдержке", имеет приоритетное право заключения ГосКонтрактов на поставку товаров, работ, услуг;

- 2-х сменная работа производства.

Стабильно высокое качество:

- банерная печать всех изображений на аттракционах;

- продукция AirPalace® дипломант конкурса "100 лучших товаров России" - 2004, 2009 г.г.;

- продукция AirPalace® изготавливается из высококачественных импортных материалов;

- высококвалифицированный персонал;

- гарантия на все изделия 6 месяцев с момента продажи;

- по заключению Центра научно-практической реабилитации инвалидов им. Г. А. Альбрехта аттракционы AirPalace® рекомендованы к широкому применению, как для здоровых детей младшего возраста, так и с патологией опорно-двигательного аппарата";

- добровольная сертификация всей продукции в системе ГОСТ Р;

- эффективно действующая система менеджмента качества.

Забота о клиентах:

- разработка эксклюзивных моделей по эскизу заказчика;

- гибкая система скидок, в том числе "накопительные", "сезонные";

- комплексный подход к подбору необходимого оборудования;

- сеть региональных представительств помогает оптимизировать транспортные расходы;

- организация доставки оборудования любым видом транспорта в любой регион;

- при необходимости помощь с размещением и транспортом в Санкт-Петербурге;

- наличие Гигиенических и Пожарных сертификатов избавит Вас от проблем при организации эксплуатации;

- вентилятор входит в комплект поставки;

- гарантийное и постгарантийное сервисное обслуживание и ремонт;

- оперативная поставка бланков билетов со склада.

ПРОИЗВОДСТВО НАДУВНЫХ АТТРАКЦИОНОВ



МОБИЛЬНЫЙ
АКВАПАРК



НОВИНКИ
2011 года





БОУЛИНГ:

ОТ СПОРТА В МИР РАЗВЛЕЧЕНИЙ

*Александр Шаповалов
Генеральный директор
компании VIA BOWLING
PRODUCTS*

Что такое боулинг? Подвижная игра? Активный отдых? Еще 100 лет назад он считался только видом спорта, а уже сегодня весь мир увлеченно развлекается с шарами и кеглями, считая боулинг одним из самых интересных вариантов времяпровождения.

Но так ли далеко ушел боулинг в мир развлечений, или все-таки можно утверждать о расширении своей специфики?

Ответ на поверхности. Люди все чаще выбирают комплексные услуги, все чаще предпочитают отдыхать и развлекаться в одном месте. Именно поэтому так популярны клубы, куда ходят целыми командами, где находят новых друзей по интересам.

Если говорить о современном боулинг-центре, то его практически нельзя представить без новых технологий: лазерного шоу, аудиосистем и прочего. Каждая дорожка оснащается подсветкой, везде устанавливаются прожекторы. Создать приятную атмосферу не так просто, но еще сложнее удержать человека и заставить приходить его снова и снова.

ЧЕТЫРЕ ЖЕЛАНИЯ ПРИЙТИ В БОУЛИНГ, ИЛИ КАК ПРИВЛЕКАТЬ КЛИЕНТОВ?

Конечно, одними только нововведениями людей привлечь нельзя. Попробуем понять, чего же хочет человек, приходя в боулинг-центр после тяжелого рабочего дня?

1 Отдохнуть

Современному мужчине или женщине просто некогда заниматься спортом, активными физическими нагрузками, если, конечно, у них нет конкретной цели и желания. По статистике, работа сегодня отнимает у нас до 70% времени: не ограничиваясь 8-часовым рабочим днем,

многие трудятся на дому и в выходные. Что ж, такое положение дел диктует время. Однако без отдыха настроение падает, силы уходят и трудоспособность снижается. Что может дать боулинг-центр? Мы отвлекаемся от работы и снимаем стресс не только благодаря кеглям и шарам, но и благодаря комфорту, который дарят окружающие вещи: мебель, боулинг-оборудование, приветливые улыбки обслуживающего персонала и т. д.

2 Набраться новых впечатлений

Музыка, танцы, знакомства с интересными людьми... Мы бежим из серых будней в разноцветный мир, где можно почувствовать себя другим, где можно раскрыться, дать волю эмоциям, узнать что-то новое. Многих сегодня привлекает лазерное шоу, дискотеки и одновременное катание шаров.

3 Пообщаться

Живое общение никуда не исчезало. Хотя мы и привыкли переписываться с живущими в одной квартире по ICQ или Skype, все больше молодежи тянется к общению один на один. Но и люди старшего поколения так же с удовольствием посбивают кегли и сидят за столиком в кафе. Боулинг объединяет семьи. Каждый имеет шанс посвятить свободное время родным и близким, но всего за один вечер в боулинг-центре можно наверстать упущенное, даже если вы совсем давно не виделись.

4 Размяться

Сидячий образ жизни влияет не только на здоровье. Человеку, проводящему много времени за компьютером, для нормального психологического состояния важно играть, тан-



цевать, снимать напряжение. Именно поэтому боулинг-центр, в котором находится еще и дискотека, другие игры типа бильярда, будет более прибыльным местом.

Сегодня успешные боулинг-центры представляют собой целые развлекательные городки. Если зарубежные центры на своих территориях с удовольствием размещают самые разные кафе, рестораны, то в Россию это только приходит. Учитывая желания клиентов, о которых мы говорили выше, можно сделать выводы:

- Пища в кафе или ресторане должна быть разнообразной. Играть в боулинг ходят обычно большой компанией друзей или семьями. Значит, кроме «традиционных» в мире торговли пицц, суши и мексиканской кухни, нужно сделать упор в меню на сладком (различные сорта кофе, напитки, шоколад, мороженое, торты) и диетическом (легкие салаты, свежевыжатые соки, фрукты).
- Места в ресторане и кафе должны быть удобными. Не следует брать пример с фаст-фудов и размещать неудобную мебель ради обеспечения постоянного потока. Посетители боулинг-центра должны иметь возможность подольше посидеть: отдохнуть от игры, пообщаться.
- Постоянное проведение акций и скидок в кафе или ресторане, или же продажа специального абонеента в боулинг-центр (по принципу «все включено»), позволит удерживать посетителей. Постоянные клиенты всегда нужны!

Если же у создателей боулинг-центра есть возможность, кроме обеспечения музыки в центре, организовать еще и дискотеку, танцевальные вечера, приглашать известных ди-джеев, в том числе иностранных, то это будет только на пользу: приток новых клиентов обеспечен.

КАК ПРАВИЛЬНО ОБУСТРОИТЬ БОУЛИНГ-ЦЕНТР?

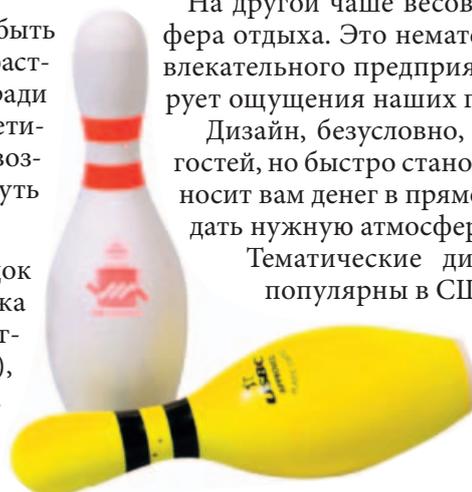
Так называемое архитектурное планирование — залог будущего успеха.

Этот этап решает две встречно направленные задачи, каждая из которых напрямую влияет на финансовый результат развлекательного центра. На одной чаше весов — эффективность предприятия в пересчете на каждый квадратный метр, т.к. избыток площадей — это нагрузка на расходную часть предприятия.

На другой чаше весов — комфорт и атмосфера отдыха. Это нематериальный актив развлекательного предприятия, который формирует ощущения наших гостей.

Дизайн, безусловно, привлекает внимание гостей, но быстро становится фоном и не приносит вам денег в прямом смысле. Важно создать нужную атмосферу, а не удивить.

Тематические дизайнерские решения популярны в США и в Европе. Так появляются боулинг-центры в стиле Короля-Солнце Людовика XIV, в стиле





африканских саванн и джунглей, пещер первобытных людей и др.

Декоративные панели с эффектами свечения в темноте, космические, морские темы, специальные системы бегущих огней оживляют замкнутое, как правило без окон и естественного освещения, пространство.

Рынок становится все более требовательным. Если раньше было достаточно «поиграть ценами» и угостить гостя бонусом за страйк, то сегодня наши гости уже не готовы покупать услугу по стандартным ценам и в прежних объемах. Сегодня мы должны стимулировать спрос на следующую покупку и увеличивать средний чек. Если мы просто снизим цены – мы проиграем. Следует продавать наши услуги с новым наполнением, формируя пакетные предложения конкретному потребителю.



VIA BOWLING PRODUCTS

12 лет
на рынке России и СНГ!

Более 200
успешных проектов

www.viabowling.ru
info@viabowling.ru
127018 г. Москва
ул. Складочная, д. 6
+7 (495) 22-595-00

Комплексные решения
для Развлекательных Центров

- РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ
- ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ ОБОРУДОВАНИЯ ИЗ КИТАЯ, ЯПОНИИ, США
- ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА
- УПРАВЛЕНИЕ
- СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ПОСТАВКА КОМПЛЕКТУЮЩИХ

Например, современная система подсчета очков в боулинге уже не ограничивается своей основной функцией: включение/выключение дорожек, бронирование и проведение турниров. Сбор и обработка статистики на основе непрерывного «наблюдения» за поведением гостей в каждой зоне развлекательного центра дает нам необходимую информацию для формирования системы лояльности и удержания клиента.

Новые способы привлечения гостей накладывают новые требования к зонированию помещений. Видеоигры и, так называемые, силовые аттракционы вполне в духе нашей целевой аудитории.



Заворачивать вполне банальную услугу «игра в боулинг» во вкусную обертку, наполняя новой начинкой, нам помогают кухня и многофункциональная зона (зона-трансформер). Теперь мы можем проводить детские праздники, вечеринки друзей и корпоративные мероприятия.

VIA BOWLING PRODUCTS — официальный представитель в России и СНГ всемирно известного бренда-производителя оборудования для боулинга VIA/Zhonglu Group.

Мы не только продаем современное оборудование для семейных развлекательных центров, но и формируем концепцию будущего предприятия. В активе у нас опыт эксплуатации собственной сети боулинг-центров «7Миля» и более 200 предприятий наших партнеров. Это важно, поскольку большинство наших клиентов, приходя к нам, не имеют опыта ведения бизнеса в развлекательной сфере.

Чтобы построить успешное предприятие в сфере развлечений и отдыха достаточно помнить одно: человек и его желания помогают бизнесу процветать. Мы постоянно работаем с гостями, комфорт которых зависит от обслуживающего персонала. Ведь боулинг — это не просто игра, а эмоции, азарт и живое общение. Подарите комфорт, удобство и хорошее настроение. И будьте готовы к «большому спасибо!»

МЕХАНИЧЕСКИЕ ЛОШАДКИ

Сезон 2010 года ознаменовался появлением на рынке аттракционов совершенно нового вида механического устройства, используемого как аттракцион – поницикла или механической лошадки. Данное изделие китайских производителей приводится в действие мышечным усилием ребенка или взрослого человека и преобразует вертикальное силовое усилие в горизонтальное движение. Оригинальность и простота конструкции могут только вызывать удивление и восторг. Первым поставщиком в Россию данного устройства стала компания ООО «Счастливый день» из г. Южно-Сахалинска, которая через своих представителей в Сибири и на Урале смогла реализовать значительное количество механических лошадок. Они появились во многих парках крупных городов России от Южно-Сахалинска до Калининграда.

Привлекательность данного аттракциона заключается не только в его быстрой окупаемости при незначи-

тельной стоимости, но и легкости перемещения, в отсутствие каких-либо особых требований для размещения, ремонтпригодности конструкции, плюс оригинальность и красочность видов животных. Дети всех возрастов просто в восторге от такой новой игрушки.

Экономика данного аттракциона оказалась очень привлекательной для индивидуальных предпринимателей, которых на сегодняшний день большинство в городских парках и зонах отдыха. Анализ доходности данного вида аттракционов в городах-миллионниках показал, что 5 механических лошадок окупаются примерно за 30-45 дней, в зависимости от количества посетителей на конкретном месте. Причем это время взято с большим запасом, на практике оно оказывается, как правило, меньше. Прогнозируется, что в ближайшее время эти игрушки займут достойное место на рынке развлечений и аттракционов.



Продукция сертифицирована в России.

Поставщик: **ООО «Стройинтеграция»**

телефон: +7 (343) 378-69-07, +7 (912) 24-59-407, факс: +7 (343) 376-77-73

www.ponyrussia.ru, e-mail: sale@ponyrussia.ru



ООО ПО «Грос» г. Красноярск представляет...

Производственное объединение «Грос» представляет очередную серию новинок аттракционного оборудования собственного производства:

- Джет «Летающий слоник «Дамбо»
- Семейная горка «Гусеница»
- Цепочная карусель «Ретро»
- Паровозик «Пират»
- Батут на растяжках «Air-Trampoline»

А также продолжаем производить, уже ставшие, без ложной скромности, «хитами», такие аттракционы как: «Автодром», «Ракушки», «Колесо обзора» и др.

Аттракционы «Ракушки», «Автодром», «Гусеница» и «Колесо обзора» — СЕРТИФИЦИРОВАНЫ.

МЫ УВАЖАЕМ НАШЕГО ПОКУПАТЕЛЯ!

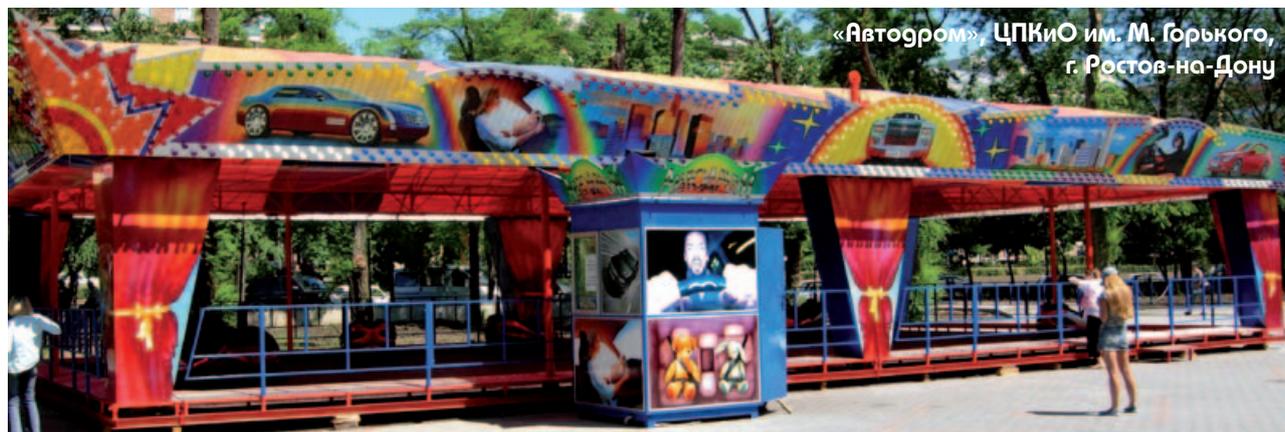
660115, г. Красноярск, ул. Гросовцев, стр. 3
т. (391)226-24-26; т/факс (391)226-27-35;
моб. тел. +7 902 942 1682; +7 902 940 0512;
e-mail: info@inpark.su; www.inpark.su



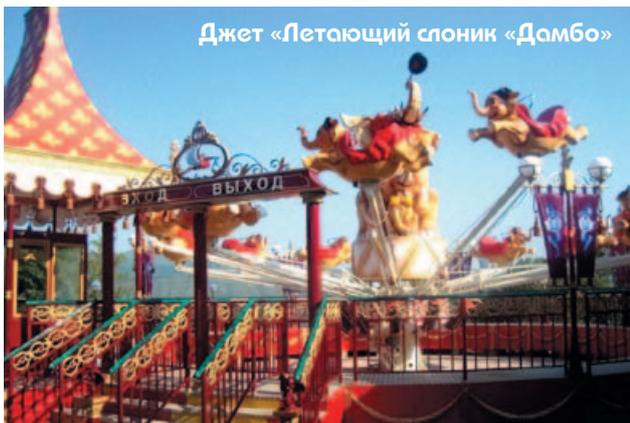
Паровозик «Пират»



«Ракушки», ЦПКиО г. Тамбов



«Автодром», ЦПКиО им. М. Горького,
г. Ростов-на-Дону



Джет «Летающий слоник «Дамбо»



«Колесо обозора»,
ЦПКиО
им. М. Горького,
г. Москва



«Цепочная карусель»,
ГПКиО г. Саранск



Семейная горка «Гусеница»
Испытательная площадка ПО «Грос», г. Красноярск

ОРЛАНДО

АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА



IAAPA Attractions Expo 2011



IAAPA Attractions Expo 2011



Стенд РААПА на IAAPA Expo 2011

В ноябре вместе с делегацией Российской ассоциации парков и производителей аттракционов мы совершили увлекательное путешествие в Америку на всемирную выставку аттракционов «IAAPA Attractions Expo 2011», которая проходила в г. Орландо, штат Флорида, где также посетили лучшие парки развлечений США.

Каждый год на выставку IAAPA Attractions Expo приезжают специалисты индустрии развлечений из многих стран мира, чтобы своими глазами увидеть самые последние новинки аттракционной техники, узнать, какие тенденции сегодня намечаются в отрасли, а также пообщаться и обменяться опытом с коллегами и друзьями «по цеху».

В 2011 году в выставке IAAPA Attractions Expo приняли участие около 1200 компаний. Среди экспонентов была и российская компания «Мир», которая выступила «золотым спонсором» выставки. Вообще, посещая подобные выставки, необходимо вначале задать цель «что нужно», и начать осмотр именно с тех компаний, предложения которых для Вас сейчас наиболее актуальны. Оставшееся время уже можно посвятить обзору других многочисленных экспозиций. Остановимся на основных разделах выставки «IAAPA Attractions Expo 2011», которые являются, на наш взгляд, особенно интересными и показательными.

Во-первых, это **виртуальные аттракционы**: 4D и 5D-кинотеатры и симуляторы, которые с каждым годом становятся все более реалистичными и экстремальными. Сегодня те посетители, которые так и не смогли преодолеть страх перед американскими горками, могут смело идти в виртуальный кинотеатр, где испытают примерно те же ощущения (с ускорением, ветром, падением), но куда в более щадящем состоянии для своей психики.

Отельным разделом на выставке были «ужастики». Всевозможные монстры и оборотни выглядели настолько натурально, что действительно вызывали неподдельный ужас у посетителей, а оживающее кресло, например, чуть не довело меня до сердечного приступа. Сжимающаяся комната страха, оборотни, клоуны-монстры, пираты и мертвецы — все это составляло главный «кошмар» выставки «IAAPA Attractions Expo 2011». Причем, что следует отметить, персонажи представлялись не только, как отдельные экспонаты, практически все они являлись частью тематических комплексов страха, проекты которых представляли компании-участники. Среди членов нашей группы предприниматели из Ростова-на-Дону приобрели целый набор различных «страшилок»: от «Ворот в царство мертвых» до «Скелета в гробу».



Парк «Гарри Потера»

Чем заметно отличается выставка IAAPA Expo от других выставок, это присутствием на ней, помимо аттракционов и развлекательного оборудования, сопутствующих индустрии развлечений направлений. Здесь следует отметить **общепит и фаст-фуды**, которые составляли примерно пятую часть выставки. Чипсы, напитки, пицца, мороженное, кофе, конфеты – все это неотъемлемые компоненты современной индустрии развлечений.

Другое сопутствующее направление — это **игрушки и сувенирная продукция**, представленная огромными стендами, увешанные сверху до низу всевозможными сказочными персонажами разных размеров.

Игровые автоматы, батуты, детские игровые комплексы, системы автоматизации, аттракционы от механических до водных, боулинг — все это лишь часть выставки «IAAPA Attractions Expo 2011». Описывать впечатления от нее можно до бесконечности, поэтому главное, что следует сказать, выставка — это идеальное место, где можно познакомиться с участниками этого рынка, испытать продукцию на себе, заключить выгодные контракты и узнать что-то новое для развития своего бизнеса.

Не менее яркие впечатления оставила у нашей группы сама Америка и, главное, ее парки развлечений, которые являются одними из лучших и круп-

нейших в мире. Вместе с нашей группой, куда входили специалисты индустрии развлечений из Москвы, Екатеринбургa, Ростова-на-Дону, Ейска, Владивостока, и делегацией РАППА мы посетили наиболее интересные парки вблизи г. Орlando.

Среди них было три парка компании «Дисней»: «Magic Kingdom», «Animal Kingdom» и «Epcot».

Первый из них — парк «Magic Kingdom», я бы назвал «классикой Диснея». Он ориентирован в первую очередь на детскую аудиторию, но его по-



Парк «Animal Kingdom»,
аттракцион «Полет на Эверест»



сещение не может оставить равнодушным ни одного взрослого, и уж тем более людей, которые работают в этой сфере. Именно здесь находится знаменитый Замок Спящей красавицы — символ Диснея.

«Animal Kingdom» — парк не только зверей, если судить по названию, но и место уникальных аттракционов. Таким, например, является тематическая катальная гора «Полет на Эверест».

«Ерсот» — парк будущего. Попадая сюда, оказываешься в каком-то футуристическом мире. Первая часть парка состоит из различных тематических аттракционов. Например, аттракцион «Space ship Earth» (Космический корабль Земля) позволяет познакомиться с историей Земли и развития человечества от Древнего Мира до полетов в Космос. В центре парка расположено озеро, вокруг которого раскинулись различные уголки Света. Так, прогуливаясь вдоль озера, можно успеть побывать во Франции, Мексике, Италии, Китае, Марокко и в других странах мира, каждая из которых представлена копией какой-то известной достопримечательности. Причем точность воспроизведения распространяется и на кухню в кафе, и на язык и национальность персонала.

Все три парка Диснея очень интересные и совершенно разные.

Отдельный день был посвящен парку «Bush Gardens», расположенному в 100 км от Орlando в г. Тампа. Этот парк — своеобразный зоопарк с аттракционами, где кроме различных экзотических животных находятся самые экстремальные в мире катальные горы. Также в парке есть уникальный аттракцион «Сафари» — поездка на автомобиле по дикой местности, где можно покормить из рук жирафов, и совсем рядом увидеть носорогов, страусов, антилоп и других животных.

В дни выставки нам удалось найти время и посетить еще один интересный парк «Sea World», посвященный морской тематике. Этот парк известен не только уникальной коллекцией редких морских обитателей, которых можно разглядеть в самых различных ракурсах (например, на потолке), но и своими шоу-программами с участием касаток, тюленей, дельфинов. Также в парке есть несколько экстремальных аттракционов, среди которых больше всего запомнилась катальная гора «Manta», где посетители практически «летят» по воздуху и над водой.

Уже буквально перед отъездом мы посетили еще два интересных парка: «Universal Studios» и «Universal Islands of Adventure». Оба парка представляют собой захватывающие парки развлечений с уникальными тематическими аттракционами, посвященные сюжетам известных фильмов, снятых одноименной киностудией. Впечатлений здесь, конечно, мож-

Парк «Magic Kingdom»



Парк «Sea World»,
аттракцион «Manta»



но получить массу: испытать ужас от проклятия «Мумии», убежать от динозавров в «Парке Юрского периода», уплыть от акул в аттракционе «Челюсти», испытать на себе «Торнадо» и «Крушение метро». В парках Universal представлена эволюция современных виртуальных аттракционов-симуляторов: от «Человека-паука», где еще присутствуют стереочки, и «Симпсонов», где пока есть «почва под ногами», до совершенно уникального симулятора «Гарри Потер», где посетители являются частью виртуального пространства, и в буквальном смысле «летят на метле» вместе с юным волшебником. Парк «Гарри Потера» — это новая тематическая зона в парке «Universal Islands of Adventure», и он, наверное, впечатлил нас больше всего: и своими масштабами, и удивительно точным воспроизведением известной сказки.

Безусловно, парки США — это идеальное место для отдыха всей семьей, но поскольку наш тур носил не только развлекательный, но и профессиональный характер, хотелось бы отметить те моменты, которые наиболее отличают индустрию развлечений США, а также, как американский опыт работы можно использовать в российской действительности.

Во-первых, это **работа персонала**, внимание которого проявляется постоянно к каждому посетителю. И это выражается не в навязчивом сервисе и цели что-то продать, а в заботе и желании помочь гостям парка даже в самой мелкой проблеме. Я уже не говорю о том, что все сотрудники парков приветливы, улыбаются и опрятно выглядят. Можно предположить, что секрет такого идеального исполнения своих обязанностей персоналом заключается в высокой оплате труда, но уровень зарплат операторов в американских парках средний по США. Весь секрет состоит в сложившейся годами системе наставничества и передачи традиций того или иного парка, а также престижности этой работы.

Второй отличительной чертой американских парков является наличие **сувенирных магазинов** (сувенирной индустрии), по размерам иногда достигающих уровня супермаркетов. Причем речь идет не о традиционных сувенирах, которые можно купить в любом магазине в Орландо, а о тематической продукции, посвященной данному парку или конкретному аттракциону. Аттракционы в американских парках устроены таким образом, что после сеанса ты обязательно попадаешь в сувенирный магазин.

Конечно, больше всего парки США потрясают своим **тематическим оформлением**: от представления самих парков до оформления отдельных аттракционов, точек общепита, сувенирных магазинов, аллей и т.д. Для российских парков это пока, к сожалению, недостижимый уровень, но, как говорится, есть куда стремиться. В любом случае, познав зарубежную практику, можно найти кучу недорогих идей, которые затем воплотить в своем парке.

Еще одной отличительной чертой американских парков развлечений являются **шоу-программы**, которые проходят в течение всего дня. Это может быть костюмированное шествие или театральное

Парк «Epcot»



IAAPA Attractions Expo 2011



представление сказочных героев, шоу с участием животных, ночное лазерное шоу или фейерверк. Подобные мероприятия не приносят прямой доход, но способствуют тому, чтобы посетители как можно дольше времени задержались в парке. У нас проведение подобного карнавального шоу потребовало бы значительных средств, которые не скоро себя оправдают, но организовать индивидуальную работу аниматоров, чем также отличаются американские парки, мы вполне можем. Создать хорошее настроение для посетителей — главная задача персонала парка.

Это всего лишь акценты, которые мне хотелось расставить от посещения парков США, из которых

не все возможно повторить в нашей российской действительности, но все же на многие довольно простые мелочи мы иногда не обращаем внимание, а как раз именно они многое решают. Как гласит мудрая поговорка: «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». В 2011 году выставка IAAPA Attractions Expo снова пройдет в Орландо, поэтому не упустите возможность совместить бизнес и отдых, и посетить парки США, знакомство с которыми, безусловно, даст стимул для работы и развития Ваших предприятий индустрии развлечений.

Игорь Родионов

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТУРЫ РАППА в 2011 г.:

ВЫСТАВКА «ASIAN ATTRACTIONS EXPO» (21-24 ИЮЛЯ) СИНГАПУР

ВЫСТАВКА «EAS-2011» (27-29 СЕНТЯБРЯ) ЛОНДОН, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

ВЫСТАВКА «CHINA INTERNATIONAL GAMES & AMUSEMENT FAIR»
(3-6 НОЯБРЯ), ЖОНГШАНГ, КИТАЙ

ВЫСТАВКА «IAAPA ATTRACTIONS EXPO 2011» (14-18 НОЯБРЯ), ОРЛАНДО, США



FUN MARKET
продажа и
производство
аттракционов и
батутов

(495) 723-13-32
(495) 509-69-23
www.fun-market.ru
www.ftgk.ru

The advertisement features a background image of various colorful inflatable attractions, including a tiger-shaped slide, a castle, and a character, set against a blue sky with clouds. The text is overlaid on a corkboard-style background.



Лидер на мировом рынке
по дизайну, производству
и установке
Аквапарков и водных
аттракционов

**Свыше 1500
аквапарков
в 75 странах мира**



**Всегда
ИННОВАЦИОННЫЙ**



**Лидер в области
технологий**

**Прозрачные горки
по технологии RTM**

- | Гладкое стекловолокно |
- | Улучшенное визуальное воздействие |
- | Превосходный внешний вид |
- | Видимая прозрачность |



**Самые большие
компоненты горок
в индустрии по
RTM технологии**

- | Эстетически лучший продукт |
- | Более прочные и легкие водные горки |
- | Более простая установка |
- | Более чистое производство |
- | Гладкая и блестящая поверхность с обеих сторон |

Polin[®]
Аквапарки & Водная техника

www.polin.com.tr

Главный офис Polin Waterparks & Pool Systems
Istasyon Mah. 1495/2 Sk. No: 1 41400 Gebze - Kocaeli / TURKEY
T.: (+90262) 656 64 67 (PBX) Ф.: (+90262) 656 64 75

Офис в России: ООО «ПолинРус»
г. Краснодар, ул. Селезнева 191/2
T.: (861)210-97-27, 210-97-29
Ф.: (861)210-97-28
aquapark@polin.com.ru

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ КОМИТЕТА ISO / ТК 254

Безопасность аттракционов и развлекательных устройств

В предыдущем номере журнала мы писали о том, что Россия выступила инициатором создания международного комитета ISO/ТК 254 «Безопасность аттракционов и развлекательных устройств». 20-21 января 2011 г. в Москве состоялось первое заседание этой новой структуры, деятельность которой направлена на повышение уровня безопасности аттракционной техники во всем мире. Более подробно о работе комитета нам рассказал Председатель ISO/ТК 254, президент РАППА — Владимир Алексеевич Гнездилов.

Редактор: Владимир Алексеевич, поясните читателям, что такое комитет ИСО/ТК 254, чем он занимается?

В.А. Гнездилов: В современном мире при глобальном перемещении товаров и услуг чрезвычайно важно иметь одинаковые процедуры оценки безопасности товаров вне зависимости от того, где они изготовлены и на каком национальном рынке размещаются. Международная организация по стандартизации — ИСО была учреждена в 40-е годы прошлого века при участии СССР для разработки международных стандартов, на основе которых различные страны могли бы создавать или гармонизировать свои национальные стандарты безопасности. Существует 258 комитетов ИСО, из которых активно действует порядка 200.

В 2009 году Президент Д.А. Медведев подверг критике Правительство РФ за недостаточную работу по техническому регулированию и потребовал ее активизации. Федеральное Агентство Росстандарт по поручению Правительства РФ обратилось в ИСО с предложением создать, возглавить и вести секретариат комитета ИСО/ ТК «Безопасность аттракционов». Решением Совета директоров ИСО комитет был создан, поскольку за его создание высказалось несколько десятков

Ю. Непова, В.А. Гнездилов,
А.В. Зажигалкин, В.Б. Бойцов



стран: 12 вошли с правом голоса, 18 — как наблюдатели. Для принятия решений в ИСО/ТК 254 голосуют уполномоченные представители государств-участников. Международной организацией ИСО в качестве Председателя комитета утвержден В. Гнездилов (РФ), секретарем — А. Новикова (РФ), куратором — Стивен Кеннеди (ISO).

В первом заседании комитета приняли участие представители национальных органов по стандартизации и эксперты индустрии развлечений из 11 стран, включая Великобританию, Италию, Германию, Данию, Швецию, Финляндию, США, Австралию, Китай, Сингапур и Россию. Заседание открыл г-н Стивен Кеннеди, технический руководитель проекта, представляющий Центральный секретариат ISO, Женева. С приветствием к участникам заседания обратились В.Б. Бойцов, директор Департамента государственной политики в области технического регулирования и обеспечения единства измерений Минпромторга РФ, и А.В. Зажигалкин, заместитель Председателя Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт).



Редактор: Какие вопросы решались на заседании ИСО?

В.А. Гнездилов: Было утверждено название комитета ISO/TK 254 «Безопасность аттракционов и развлекательных устройств», а также область деятельности комитета, направления первоочередных работ и кандидаты в руководители рабочих групп по разработке основных стандартов.

В их числе:

- термины и определения (Richard Barnes (BSI, UK));
- оценка рисков (Gianni Chiari (UNI, Italy));
- требования по безопасности, включая биомеханические эффекты, ускорения, антропометрию, эргономику, поведение посетителей (Борис Рабинович ГОСТ Р, РФ);
- требования по проектированию, включая системы управления, электрические системы, конструкцию, механические системы (Stefan Kasper DIN, Germany);
- требования к изготовлению и производству (Stefan Kasper DIN, Germany);
- безопасность наддувных конструкций (SAC China);
- безопасность прыжковых устройств (Ulf Johansson SIS, Sweden).

Второе пленарное заседание ISO/TK 254 решено провести в Лондоне осенью 2011 г.

Редактор: Как известно, существуют американские, европейские, российские стандарты. Как будет увязываться новый стандарт ИСО с ними и другими национальными стандартами?

В.А. Гнездилов: Стандарты ИСО вберут в себя последние редакции стандартов EN 13814, ГОСТ Р 52170 и 53130, требования стандартов ASTM и других национальных стандартов. Это

откроет возможность для гармонизации всех национальных стандартов.

Редактор: Требования в новых стандартах будут повышены?

В.А. Гнездилов: Скорее, лучше систематизированы. Тем более, что новое научное направление — повышение безопасности на основе анализа рисков, пока недостаточно понимается и используется инженерами, а от этого зависит безопасность аттракционов непосредственно.

Редактор: Стандарты действуют в отношении механизированных аттракционов?

В.А. Гнездилов: Не только. Любой аттракцион в парке, на детской площадке и ином общественном месте, на котором ребенок или взрослый может получить тяжкий вред здоровью, должен быть доработан до состояния приемлемой безопасности в соответствии с техрегламентами или стандартами, или выведен из эксплуатации.

Редактор: Сколько времени уйдет на создание первых стандартов ИСО?

В.А. Гнездилов: 2-3 года с учетом различных подходов и опыта, а также необходимости одобрения каждого стандарта 75% голосов стран-участников комитета ИСО/TK 254.

Редактор: А дальше?

В.А. Гнездилов: Работа займет десятки лет, поскольку нет стандартов в отношении множества аттракционов, и каждый год появляются новые конструкции развлекательного оборудования.

Редактор: Ну, что ж, разрешите пожелать плодотворной работы новому комитету.

В.А. Гнездилов: Большое спасибо за поддержку.



С НОВЫМ СЕЗОНОМ, СТРАНА!



Водная карусель

Сезон 2011-го года начался у нас 24 декабря 2010-го. Получив приличный заказ от Московской фирмы, финансируемой мэрией Москвы, наша служба маркетинга тут же начала срочно закупать все необходимые комплектующие по ценам 2010-го года. Успели взять многое. Но поднять цены на аттракционы всё-таки пришлось с учётом выросших в 2011-м году статей затрат. Два года мы не поднимали стоимость и гордились этим, а тут...

Что такое приличный заказ для нашего предприятия? Шесть паровозиков для московских парков (одна «Весёлая радуга» с двумя вагонами и пять «Малышей» с тремя вагонами каждый) — если все эти составы выставить в одну линию — около 80-ти метров получается. Много это или

мало? Фишка в том, что договор был заключён по ценам 2010 года, а делаем в 2011. И срок — 2,5 месяца, включая традиционно «сонные» новогодние 10 дней. Спать нам уж точно было некогда! Мало того, сейчас, когда уже вся страна зашевелилась, мы по-прежнему отправляем аттракционы со склада, делаем аттракционы под заказ, работаем, работаем...

Конечно, аттракционы, которые мы выпускаем по 8-12 лет — паровозики, тиры разных комплектаций, мы можем изготовить и отправить достаточно быстро по Вашему заказу (от 7 до 30 дней). Но водные аттракционы, особенно любимые всеми катера «Акваплан» и новый двухпалубный «Арго» — для получения их к сезону необходимо позаботиться заранее. Не забывайте о том, как мы любим удивлять Вас новыми аттракционами, регулярно просматривайте информацию на нашем сайте. Там Вы найдёте много нового и неожиданного — «Водную карусель», «Водные качели», музыкальные «Шарманку», «Волынку» и много другого. Как всегда, ждём Ваших заявок, чтобы оперативно их выполнить. Звоните, пишите!

Всегда Ваша



*Ефименко Галина Алексеевна,
Старший менеджер
СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»*



Арго



Аквалан

**СП «АТТРАКЦИОНЫ
ИЗ ВОЛЖСКОГО»**

**404111, г. Волжский,
Волгоградская обл.,
ул. Молодежная,
д. 30, офис 207**



Водные качели



Кроха

**Тел./факс:
(8443)27-53-13,
(8443)27-35-30,
8-902-311-00-93
www.locomotive.org.ru;
topol@vlz.ru**



Чих-Пых



Малыш

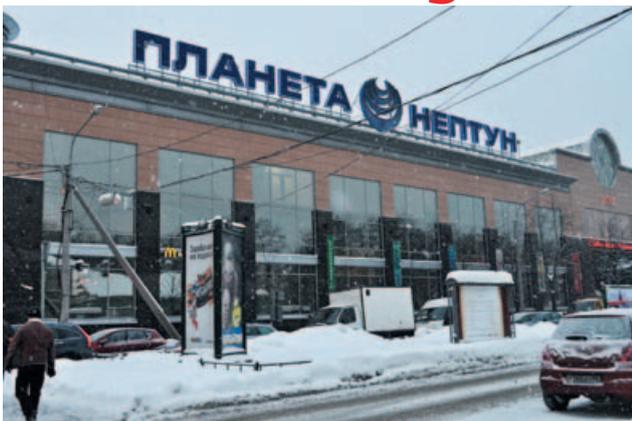
ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

*Город-сказка, город-мечта,
Попадая в его сети, пропадаешь навсегда
«Танцы Минус»*

География российской индустрии развлечений сегодня охватывает практически всю страну. Причем, об этом можно судить не только по числу парков и развлекательных центров в регионах, но и по количеству производственных предприятий и компаний-поставщиков развлекательного оборудования. Наибольшая концентрация индустрии досуга закономерно приходится на два крупнейших мегаполиса – Москву и Санкт-Петербург.

Если об операторах Москвы мы уже не раз писали на страницах журнала, то индустрию развлечений Северной столицы пока подробно не рассматривали, а ведь она представляет значительный интерес для специалистов. С целью заполнить этот пробел, мы отправились в Санкт-Петербург, чтобы познакомиться с наиболее интересными проектами и участниками развлекательного бизнеса. Поскольку время нашей командировки выпало на зиму, в этом номере речь пойдет о развлекательных центрах города.

Планета Нептун



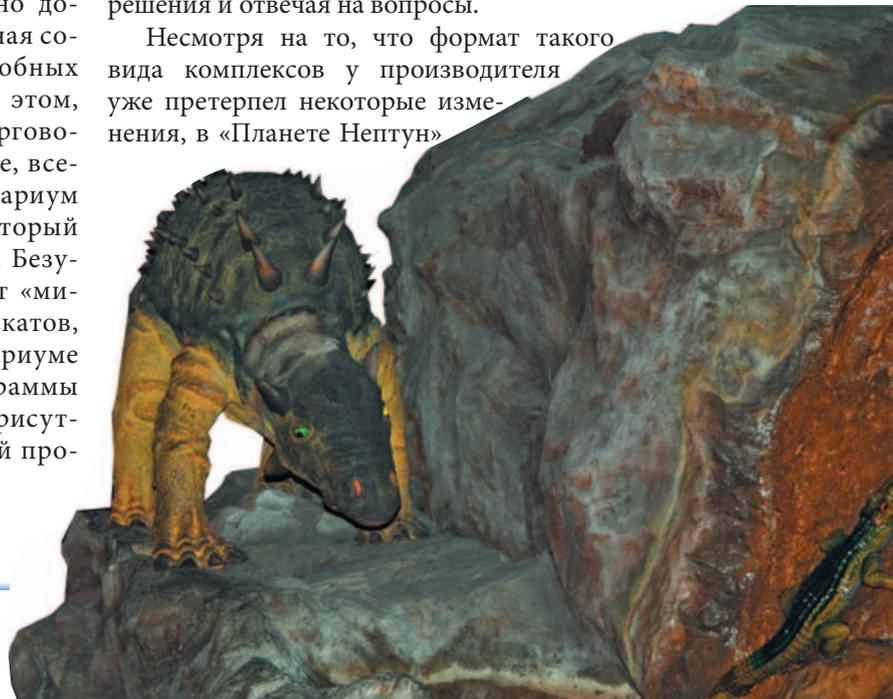
Наше путешествие началось с торгово-развлекательного центра «Планета Нептун», где представлено сразу несколько операторов и ряд интересных проектов.

Самым масштабным среди них является современный океанариум – оригинальная, но довольно редко встречающаяся развлекательная составляющая, в силу высокой стоимости подобных проектов и сложности эксплуатации. При этом, «Планета Нептун» не самый большой торгово-развлекательный центр в Санкт-Петербурге, всего 28 800 кв. метров. Однако именно океанариум служит основным «якорным» объектом, который привлекает посетителей в торговый центр. Безусловно, зрелище морских обитателей — от «микроскопических» креветок до гигантских скатов, не может не впечатлять. Также в океанариуме регулярно проходят различные шоу-программы с тюленями и акулами. Стоит отметить и присутствие сувенирного магазина с тематической продукцией.

Интерактивный развлекательный комплекс «Транс-Форс»

— еще одна интересная «достопримечательность» Планеты Нептун, которую продвигает создатель этого аттракциона компания «Транзас». Составляющие комплекса: панорамный экран, столы с пультами управления, с помощью которых не только можно поучаствовать в виртуальной игре, но в режиме online сделать заказ в кафе. Посетители аттракциона могут в один миг переместиться в самые известные города мира и космические галактики, а за счет трехмерной имитации окружающего пространства и звуковых эффектов, почувствовать себя на борту космического корабля. Виртуальное путешествие проходит под «присмотром» ведущих и аниматоров. Оригинальность аттракциона заключается в том, что сюжет происходящего непредсказуем: участники сами определяют ход событий, принимая в процессе игры решения и отвечая на вопросы.

Несмотря на то, что формат такого вида комплексов у производителя уже претерпел некоторые изменения, в «Планете Нептун»





Дино Парк

он продолжает пользоваться популярностью. Во время школьных каникул здесь проходит много образовательных программ, в новогодние праздники – это площадка для проведения детских утренников.

Дино Парк — детский парк аттракционов на территории «Планеты Нептун», и один из проектов компании «Гагарин Парк», которая успешно работает в Санкт-Петербурге. Дино-Парк один из первых крытых тематических парков в нашей стране, который является не только площадкой аттракционов, но так же своеобразным музеем динозавров.

Парк спроектирован по мировым стандартам: в нем есть тематическое кафе, сувенирный магазин, проводятся специальные мероприятия. Интерьер парка оформлен в стиле «империи инков», и вписанные в него динозавры, многие из которых двигаются и рычат, смотрятся очень эффектно. Аттракционы подобраны так же согласно тематике парка: свадебная карусель с маленькими динозавриками, детский поезд, качалки и другое оборудование исполнены в дино-стиле. В 2006 году Дино-Парк стал лауреатом международной премии индустрии развлечений «Золотой Пони».

Ужасы Петербурга — территория призраков

Данный аттракцион заслуживает отдельного полноценного репортажа, но пропустить его в нашем кратком обзоре мы никак не можем, поскольку это уникальный развлекательный

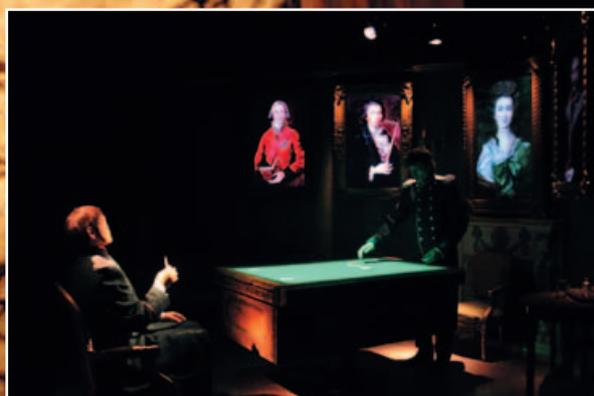
комплекс, реализованный компанией «Гагарин Парк».

Аттракцион представляет собой череду комнат и помещений, проходя через которые зрители становятся участниками мини-историй по заранее запланированному сюжету. Аналогом проекта послужил аттракцион «Амстердамская темница» в Голландии, который был посвящен различным ужасам Средневековья. В истории нашей страны кошмаров не меньше, поэтому у компании «Гагарин Парк» родилась идея создать подобный аттракцион в Санкт-Петербурге.

Для сюжета были выбраны наиболее интересные и узнаваемые эпизоды из истории России – смерть Павла I и Княжны Таракановой, убийство Григория Распутина, а также литературные произведения: «Преступление и наказание», «Нос», «Шинель» и др.

При реализации проекта много времени было затрачено на техническое оснащение и подбор оборудования. В аттракционе были использованы самые последние на тот момент видеотехнологии и эффекты, голографическая проекция, двигающиеся восковые фигуры и роботы. Значительные средства были вложены в тематическое оформление и создание настоящей атмосферы ужаса. Однако искусственно не все возможно воплотить в жизнь, поэтому, кроме техники, в аттракционе задействована целая труппа артистов (10 человек).

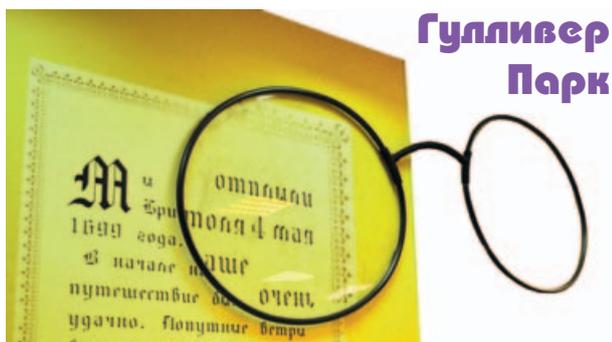
За сеанс, который длится 50 минут, зрители совершают увлекательнейшее путешествие по «самым жутким» местам Петербурга: проходят через казе-



*Ужасы Петербурга —
территория призраков*

маты Петропавловской крепости; поднимаются на лифте, который затем неожиданно падает вниз; становятся свидетелями преступления Раскольникова, убийства Павла I и трагедии Германа из «Пиковой дамы». Испытав кульминацию страха от воскрешения Распутина, зрители попадают в зеркальный лабиринт, из которого не так просто выбраться, но сопровождающий на протяжении всего сеанса группу «ведущий-юродивый» помогает зрителям.

«Ужасы Петербурга» — это, несомненно, уникальный проект, который несет элементы экстрима, азарта и просвещения, поэтому не удивительно, что сегодня он включен в ряд туристических программ Санкт-Петербурга.



Гулливер Парк

Еще один проект компании «Гагарин Парк» — детский парк «Гулливер», который расположен в одном торговом-развлекательном центре. Это первый крытый парк развлечений в Санкт-Петербурге, который к тому же является тематическим.

Оформление парка соответствует сюжету известной книги Джонатана Свифта, поэтому в разных точках Гулливер-парка можно наткнуться на предметы и вещи, которые, без сомнений, принадлежат гигантам: огромные часы, посуда, шляпа, очки. Операторы аттракционов одеты в костюмы лилипутов. Все это создает сказочную атмосферу, которую хотели передать создатели парка.

Что касается технического оснащения, то самым заметным аттракционом является свадебная венецианская карусель, расположенная в самом центре парка. В целом в парке есть практически все необходимое оборудование для детского парка: минид-

жет, автодром, 3D-кинотеатр, лабиринт, качалки, детский поезд и т.д. Для детей старшего возраста выделена специальная зона игровых автоматов и симуляторов. В парке много самого разного развлекательного оборудования, и территория использована с позиции ее максимального заполнения, но при этом отметим наличие различных тематических уголков.

Определенной сложностью для парка является расположение в торгово-развлекательном центре. Из-за сложной конструкции здания и плохой навигации найти Гулливер-парк достаточно непросто. Однако, благодаря наличию крупных гипермаркетов, здесь обеспечена большая проходимость, позволившая сформировать постоянную аудиторию, которая регулярно приходит на мероприятия и акции, проходящие в Гулливере. Здесь отмечаются детские дни рождения и школьные праздники, после которых фотографии юных гостей вывешиваются в разноцветных рамках на стенах парков — недорогой, но зато эффективный способ для поддержания постоянной аудитории парка.

Гранд Каньон и Лидер

Наше путешествие по развлечениям заснеженного Санкт-Петербурга продолжилось в ТРЦ «Гранд Каньон», главной развлекательной составляющей которого является комплекс «Лидер».

Развлекательный комплекс «Лидер», занимающий площадь 25 000 кв. метров и работающий почти 10 лет, изначально существовал как самостоятельный проект и не зависел от популярности торгового центра. Кстати, если говорить о самом торговом центре, то на наш взгляд, «Гранд каньон» один из самых удобных комплексов среди тех, которые мы посетили в Санкт-Петербурге. Планировка торговых залов очень комфортная для покупателей, широкие проходы, яркое освещение, удобное расположение в городе и т.д.

Как театр начинается с вешалки, так и «Лидер» начинается с гардероба, который рассчитан

ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ

СКАМЕЙКИ, ВАЗЫ, УРНЫ, ОГРАЖДЕНИЯ, ТРЕНАЖЕРЫ

«АВЕН-СПб» Санкт-Петербург, ул. Малая Пушкарская, д. 32. Тел: (812) 600-30-55 многоканальный
(812) 716-29-92, 716-92-04, 974-72-56, 716-92-05, 970-49-25. Факс: (812) 232-25-04; E-mail: avenspb@mail.ru

«АВЕН-М» Москва, ул. Б. Марьинская, д.15, к. 2, оф. 121. Тел: (495) 225-00-52 многоканальный
(495) 998-93-21, 997-86-54, 687-23-27. Факс: (495) 687-17-98. E-mail: aven-m@mail.ru



Узнайте адрес представительства Компании «АВЕН» в любом городе России
+7 (812) 600-30-55 (многоканальный) или на нашем сайте WWW.AVENMAY.RU

AVEN
МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ



на 15 тыс. мест. Эта цифра вполне оправдана, если учитывать рекорд по посещению центра, который был установлен в 2010 году, — 13000 человек.

Развлекательный центр «Лидер» полностью соответствует концепции многофункциональности и предлагает посетителям большой комплекс разнообразных услуг и развлечений.

Единственный в городе роллердром служит не только по своему прямому назначению, но является большой концертной площадкой и местом, где проходят детские утренники (мы попали как раз в период новогодних елок), корпоративы, соревнования и другие мероприятия. «Лидер» — это место и ночной жизни Санкт-Петербурга. В комплексе четыре ночных клуба различной тематики.

Гордость «Лидера» — крупнейший в Европе бильярдный зал, насчитывающий 120 столов для разных направлений этой игры. Среди спортивных развлечений в комплексе также 48 дорожек боулинга, мишени для игры в дартс с автоматическим ведением счета. Отдельно следует выделить Q-zag, или Лазертаг, который, благодаря грамотной организации, пользуется большой популярностью у посетителей комплекса.

Парк «Динозаврия», созданный два года назад, является главным местом для досуга детей в развлекательном центре. При входе в парк посетителей встречает динозавр, который благодаря специальной технологии реагирует на движение и неожиданно для всех оживает. Оформление парка так же соответствует своему названию: кроме разнообразных ящеров и птеродактилей, обстановку древности подчеркивают лианы, камни и др. Помимо аттракционов и игровых автоматов, в парке есть несколько оригинальных развлечений для детей, так же соответствующих общей тематике. Одно из них «Намывка сокровищ»: купив небольшой пакет с «сокровищами», который затем высыпается в небольшой водо-





пад, дети с ситом в руках пытаются намыть драгоценные камни. Еще один подобный аттракцион – «Раскопки», где дети в пещере, надев каски и вооружившись фонариками, пытаются найти кости динозавров. Очень простые в организации и эксплуатации развлечения.

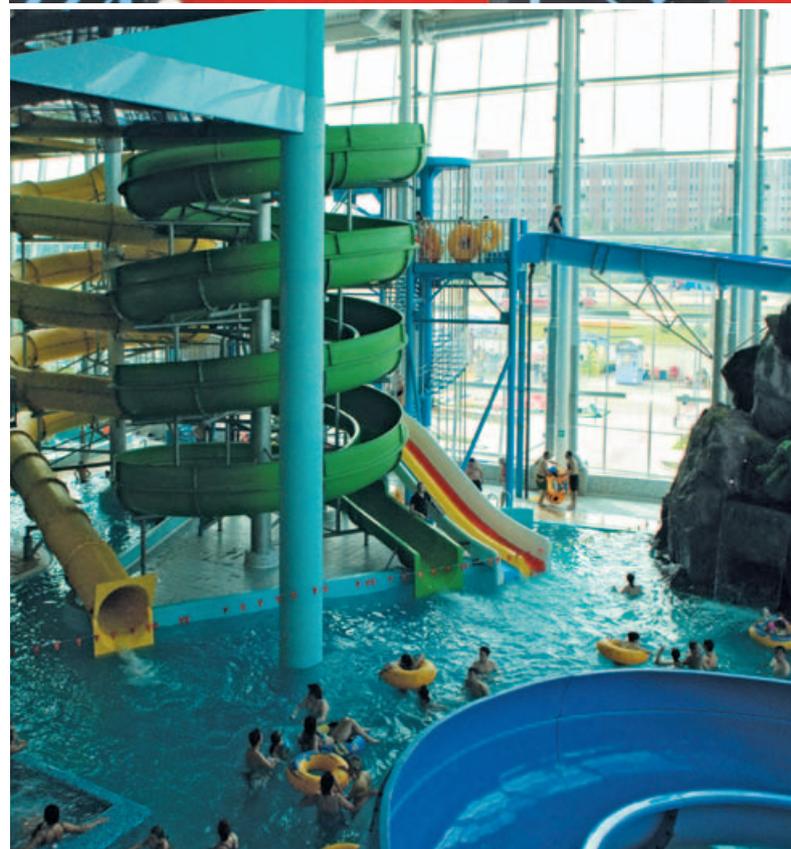
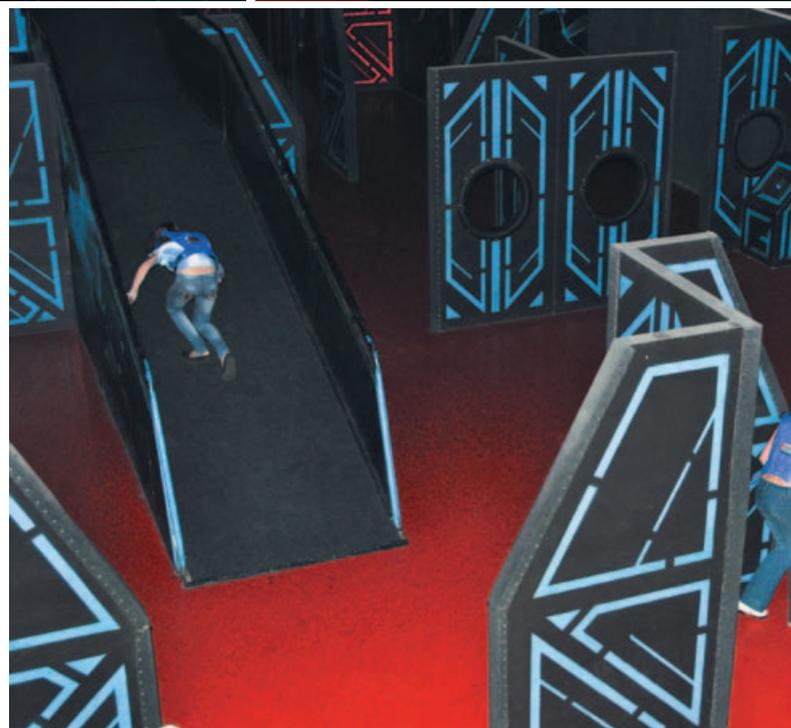
«Лидер», кроме того, что это успешный коммерческий проект, ведет и социально-культурную деятельность: на базе развлекательного комплекса работают бесплатные детские школы по бильярду и боулингу, где с детьми и подростками занимаются опытные специалисты — практикующие титулованные игроки.

Родео Драйв, Галерея и Восточный экспресс

Кроме парков и развлекательных комплексов, мы посетили еще несколько торгово-развлекательных центров, каждый из которых чем-то интересен.

ТРЦ «Родео Драйв», в первую очередь, наличием современного аквапарка. Также на территории центра есть площадка детских аттракционов, мультиплекс, центр росписи и керамики для детей.

«Восточный экспресс» — торгово-развлекательный центр, расположенный в здании бывшего Варшавского вокзала. При проектировании центра необходимо было учесть все конструкторские особенности здания, чтобы функционально разместить торговые площади и развлечения. И стоит отдать должное проектантам, в ТРЦ, помимо магазинов, есть развлекательный центр, кинотеатр, каток.





Галерея — самый молодой на момент нашего посещения торгово-развлекательный центр Санкт-Петербурга. Уникальность Галереи, во-первых, в том, что он расположен в исторической части города, но внешний облик здания выдержан в едином стиле и совершенно не противоречит окружающей архитектуре. Думаем, что преимущество в расположении позволит обеспечить центру высокую проходимость. На сегодняшний день в Галерее из развлечений только кинотеатр и боулинг-клуб, но площади позволяют расширить этот сегмент услуг.

К сожалению, мы успели посетить не все «достопримечательности» индустрии развлечений Санкт-Петербурга. Но даже по тому, что мы увидели, можно смело считать Северную столицу одним из центров развлечений страны. Первым или вторым, — здесь можно долго спорить. Главное, что развлекательный бизнес постепенно выходит из кризиса, а парки и развлекательные центры приобретают популярность у жителей и гостей города.

Виталий Неворотов



ПРИЗОВЫЕ БИЛЕТЫ ДЛЯ ДЕТСКИХ ИГРОВЫХ АВТОМАТОВ

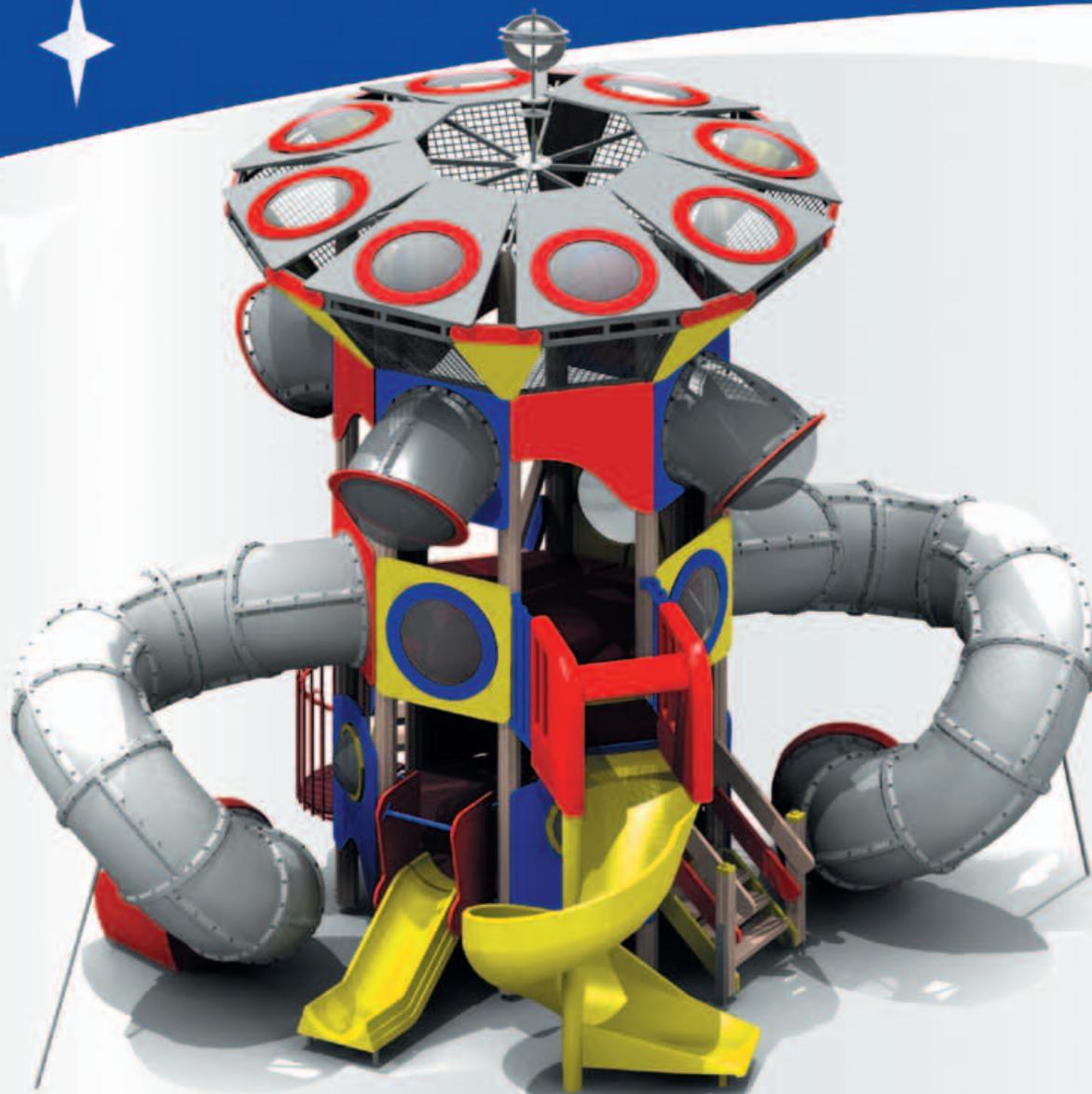
ООО «Медиа-Проект»
единственная компания-производитель
в России и странах СНГ:

- призовых билетов с готовым рисунком, штрих-кодом и нумерацией;
- призовых билетов, изготовленных по индивидуальному дизайну заказчика, с нанесением логотипа, скретч-слоя и фольги.

192019, Санкт-Петербург,
ул. Книпович, д.12, корпус 2.

тел.: +7 (921) 354-52-56, тел./факс: +7 (921) 090-42-05
www.print-tickets.ru project@mail.ru

ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ВАШЕГО ПАРКА



Новейшие технологии, собственные дизайнерские разработки и значительный опыт дают нам возможность выполнить любые Ваши пожелания с учетом самых современных Российских и Европейских требований к безопасности и качеству оборудования детских площадок.

Мы будем рады предложить свои услуги по созданию детской площадки в Вашем парке!

**Европейское качество,
дизайн,
безопасность**



КСИЛ®
www.ksil.ru

194223, Российская Федерация
г.Санкт-Петербург
Светлановский пр.,25
тел.:+(812) 552-62-09, 552-80-61
факс:+(812) 552-88-48
E-mail: spb@ksil.ru

5D В НОВОМ ФОРМАТЕ!

Новый 5D интерактивный аттракцион!

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ АТТРАКЦИОНОВ ТРАНС-ФОРС

Транс-Форс поможет не только начать перспективный бизнес «с нуля», но и повысить доходность существующих развлекательных центров и парков аттракционов.

Первый и несомненный плюс нового аттракциона – это его компактные размеры (2,6 х 2,6 м, высота 2,5 м в максимальной точке подъема). Общая занимаемая площадь составляет всего 8 кв.м. Благодаря таким параметрам гораздо легче подобрать хорошую площадку под аттракцион в любом торговом развлекательном центре, кинотеатре, аквапарке и т.д.

Характеристики системы подвижности нового 5D аттракциона также подверглись значительным изменениям. Ход кабины увеличен по некоторым осям в 2-3 раза. Помимо крена, дифферента и движения кабины вверх-вниз, теперь посетители аттракциона могут испытать реалистичное ощущение вибрации.

Трехмерное изображение в новом аттракционе обеспечивается использованием проектора высокого разрешения в сочетании с затворными LCD очками. Эта технология исключает возможность потери цветопередачи, в отличие от световых фильтров.

Новая технология дает трехмерное изображение высокой четкости, повышенной яркости и контрастности, позволяя полностью погрузиться в виртуальную реальность, и превратиться в полноправного участника захватывающего действия.

Аттракцион выполнен в виде четырехместной капсулы с панорамным экраном внутри. Посадочные кресла установлены в один ряд, что упрощает посадку посетителей и, в конечном счете, увеличивает проходимость. Интерактивная составляющая аттракционов Транс-Форс выгодно отличает их от 3D-4D кинотеатров. С помощью джойстиков участники могут управлять кораблем и его оружием, внешними объектами

(роботами-манипуляторами), фотографировать интересные объекты, отвечать на вопросы викторин и многое другое. В результате выполнения игровой миссии определяется победитель, который может участвовать в розыгрыше призов. Незабываемые впечатления от интерактивных соревнований и призовая система на базе заработанных очков гарантируют многократные посещения аттракциона. Большая библиотека интерактивных игр рассчитана на разные возрастные категории и целевые группы посетителей.

Еще одно преимущество заключается в том, что управление бизнес-процессом можно осуществлять дистанционно. Благодаря системе контроля и удаленного доступа к аттракциону через интернет владелец получает все данные в режиме on-line (информацию о количестве сеансов, проданных билетах, выручке, запускаемых программах, фотографии посетителей), а также может просматривать записи действий оператора и работы устройств аттракциона.

Стоимость нового 5D интерактивного аттракциона Транс-Форс колеблется в зависимости от условий договора от 40 до 70 тысяч евро. Невысокая стоимость в совокупности с небольшими затратами на обслуживание и поддержку аттракциона сокращает период окупаемости до 3-6 месяцев.

Новый четырехместный 5D интерактивный аттракцион Транс-Форс станет настоящим центром притяжения в любом развлекательном комплексе!



**ИНТЕРАКТИВНЫЙ
АТТРАКЦИОН**

5D

**Полный
улет!**

**РАППА
ВЕСНА 2011
СТЕНД
№ В 7**

**Большой
стереоэкран**

**Подвижная
платформа**



**Полное управление
джойстиком**

- наклон влево/вправо до 20°
- наклон вперед до 20° / назад до 40°
- перемещение вверх/вниз до 0,3 м
- эффект вибрации кабины

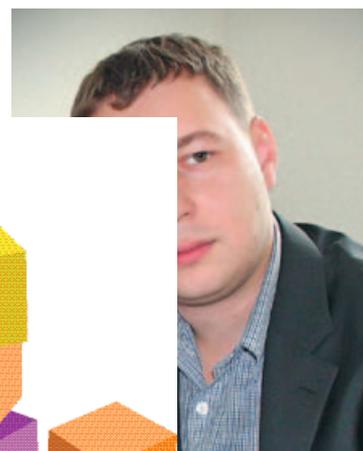
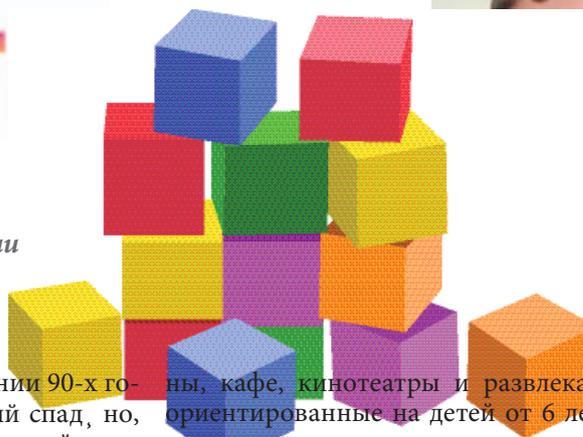
+7 812 325 31 31

es@transas.com

www.trans-force.ru

ОТ ДВУХ ДО ПЯТ

Антон Власов
Зам. генерального директора компании
«PLAYMAKE»



Ни для кого не секрет, что на протяжении 90-х годов в нашей стране был демографический спад, но, наконец-то, сейчас наблюдается естественный прирост населения. Однако, к сожалению, социально-культурная инфраструктура оказалась к этому не готова: ощущается недостаток детских садов, многие начальные школы работают в две смены. Существует дефицит в спортивно-юношеских центрах, кружках, детских семейных центрах и т.д. Я считаю, это серьезной проблемой, которая мешает стать нашей стране по-настоящему развитой.

С чем же мы живем сейчас?

Не будем отрицать, что за прошедшее десятилетие уровень и качество жизни стал выше. За эти годы в России появились и успешно развиваются различные виды экономической деятельности, о которых мы раньше не знали. Среди них, и индустрия развлечений, которая существует и успешно развивается как отдельный, самостоятельный сектор экономики.

Сегодня развлечения в России вышли на более качественный, современный уровень. При проектировании и разработке концепции торгово-развлекательных центров инвесторы стали уделять больше внимания досугу и развлечениям. Хотя основной упор по-прежнему делается на рестора-

ны, кафе, кинотеатры и развлекательные центры, ориентированные на детей от 6 лет и старше. Для них предлагается широкое разнообразие игровых автоматов, автодром, 4D-аттракционы, игровые комнаты-лабиринты с пневмотирами и другое развлекательное оборудование. А чем приходится довольствоваться самым маленьким «игрокам»? — интерактивные качалки, карусель, небольшая игровая зона с достаточно примитивными однообразными мягкими модулями, и, конечно батут, куда же без него.

То есть, существует реальная проблема — в наших ТРЦ практически нет полноценных игровых развивающих зон для детей в возрасте от 2 до 5 лет. Я не беру в расчет маленькие закутки, рассчитанные максимум на 10-15 детей, где под присмотром воспитателя можно вылепить фигурки из пластилина или раскрасить какую-нибудь статуэтку. Современный ТРЦ — это маленький город: попав туда утром в субботу, женщины смело могут пробыть там до закрытия. Куда же деть ребенка?

Во многих ТРЦ есть игровые комнаты, где можно оставить ребенка под присмотром нянечки или воспитателя, но эти комнаты такие маленькие, настолько примитивные и неинтересные, да еще там,



как правило, так много детей, что это становится просто не безопасно для ребенка. Поэтому большинство родителей не готовы оставить здесь свое чадо, и им приходится либо катать его целый день на тележке перед собой, либо просить бабушку или дедушку посидеть с ним на выходных.

Я люблю путешествовать, и каждый раз отправляясь за границу, стараюсь в каждой стране посетить как можно больше развлекательных центров, посмотреть, как организуется в них детский досуг, какое оборудование используется, как разграничиваются игровые зоны, какие появились новые «фишки» и т. д.

В одной из последних поездок я увидел «чудо» — настоящий город для маленьких детей (от 2 до 5 лет). Красочное оформление городка в сочетании с нежно-яркой цветовой гаммой бросается в глаза издали, приглашая заглянуть в этот волшебный мир. Подойдя ближе, я увидел, что дети просто сияют от счастья и настолько увлечены игрой, что одна мама уже полчаса не могла забрать своего ребенка из этого волшебного мира. Каждый раз, подзывая его, в ответ она слышала «just a little bit, a little more» («еще чуть-чуть, еще немного»).

Очевидно, что при создании подобных игровых комплексов производитель прежде всего думал о конечном потребителе, то есть о ребенке. А что нужно ребенку в возрасте 2-5 лет? Ему не нужны новомодные ультрасовременные гаджеты и захватывающие видеоигрушки, — они ему пока просто не интересны и непонятны. Сейчас ему нужна простая горка, песочница, мягкая игрушка, лопатка, качалка, карусель, багут, — в такой атмосфере ему будет гораздо уютней и интересней.

Современные детские игровые комплексы для детей младшего возраста состоят из множества разнообразных электрических и механических игровых модулей, каждый из которых, по сути, маленький аттракцион. Все игровые модули спроектированы и разработаны специально для маленьких детей: выполнены из высококачественных износостойких материалов, приятных на ощупь, безопасных и долговечных в эксплуатации.

Принцип содержания детских комнат достаточно прост: карусель, качалка, багут, горка, песочница и т. д. По сути, стандартный набор развлечений для маленьких детей, который можно увидеть на большинстве игровых площадок. Но поскольку мы с Вами живем в XXI веке, то все же современный детский игровой комплекс должен как-то отличаться



ся от того, что было раньше. И здесь не обязательно заново «изобретать велосипед», просто сегодня существуют возможности и технологии представить подобные комплексы в новом нестандартном исполнении.

Например, как необычно сделаны игровые комнаты для маленьких детей у японских производителей. Вся игровая зона выполнена в едином стиле, по периметру огорожена изящным заборчиком. Внутри комплекса есть крутящаяся кокосовая пальма, горка-водопад, забавный надувной осьминог, разноцветный «радужный» вращающийся барабан и огромное количество других элементов, которые приводят детей в восторг и делают их игру действительно интересной, увлекательной и, что немало важно, очень полезной. Во время игры у детей развивается ориентация в пространстве, улучшаются физические данные и ловкость ребенка.

Детский игровой комплекс может входить как в состав полномасштабного развлекательного центра, так и быть совершенно автономным аттракционом. Его можно разместить абсолютно на любой площади: будь это центр гипермаркета или «Детский уголок» в фитнес-центре. Все оборудование просто в эксплуатации и приводится в действие нажатием одной кнопки. Для работы с таким оборудованием достаточно два или три воспитателя, которые будут присматривать за детьми во время игры.

На мой взгляд, подобные игровые комплексы помогли бы решить проблему обустройства игровых зон для самых маленьких детей в современных ТРЦ.

Наши дети — это наше будущее, давайте помнить об этом!

ДЕТСКИЕ ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ ПОД КЛЮЧ

ПРОИЗВОДСТВО, ПРОДАЖА, КОМПЛЕКСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
www.playmake.ru info@playmake.ru тел: (495) 728 48 94



TOTAL INTERACTIVE TECHNOLOGIES

TOTAL INTERACTIVE ВЫХОДИТ ИЗ ТЕНИ

На выставке «РАППА – 2011» будет представлен новый бренд – **TOTAL INTERACTIVE TECHNOLOGIES**.

О новом игроке на рынке развлечений мы попросили рассказать Коммерческого директора компании **Евгению Пономареву**.

Группа компаний «**TOTAL INTERACTIVE TECHNOLOGIES**» занимается производством виртуальных 5D-аттракционов, симуляторов и является компанией полного производственного цикла, то есть осуществляет полный спектр работ, начиная от разработки проекта аттракциона, его производства и заканчивая вводом в эксплуатацию и сервисным обслуживанием.

История «**TOTAL INTERACTIVE TECHNOLOGIES**» берет свое начало в 2001 году, когда группа энтузиастов начала разработку гоночного симулятора под рабочим названием «Virtual Racer», с которым в 2004 году выступила на международной выставке и получила диплом от корпорации Intel за самый интересный проект.

Долгое время компания находилась «в тени», используя для реализации своей продукции сторонние организации, имеющие большой опыт в продажах («Студия Форус» и «4Д СИНЕМА»). Первая динамическая двухступенная платформа была установлена в 2006 году. На сегодняшний день более двухсот 4D, 5D кинотеатров по всей России и СНГ оснащены оборудованием компании «**TOTAL INTERACTIVE**», которая по праву может называться пионером рынка динамических платформ в России.

В феврале 2011 года руководство компании приняло решение организовать свой коммерческий отдел.

На сегодняшний день группа компаний «**TOTAL**» это:

- более 4000 кв. метров производственных площадей и технического оборудования, собственное конструкторское бюро;
- запатентованные технологии в области гидравлики;
- собственная студия и уже более 10 готовых ав-

торских 3D-фильмов, составляющих конкуренцию западным студиям, по достоинству оцененных представителями «Universal» и «Disney»;

- более 200 единиц выпущенной и установленной продукции;

- зарегистрированный бренд;

- десятилетний опыт работы не только на рынке индустрии развлечений, но и с военно-промышленным комплексом;

- широкий ассортимент продукции, включающий 4, 6 и 7 местные динамические платформы с разным количеством степеней свободы;

- ответственный, идейный и преданный своему делу персонал, возглавляемый талантливым конструктором, обладателем нескольких патентов Виталием Валерьевичем Тихоновым.

Со временем продукты компании подвергались усовершенствованию, появлялись новые разработки. На выставке «РАППА – 2011» мы готовы с гордостью представить новый, не имеющий аналогов на рынке, уникальный аттракцион — **TOTAL Cube**, который позволит расширить ассортимент развлекательного оборудования паркам, зонам развлечений, кинотеатрам и уже действующим стереозалам.

TOTAL Cube — это аттракцион, который успешно может соседствовать с игровыми аппаратами, а также эксплуатироваться как отдельная единица оборудования.

Мы приглашаем посетить презентацию **TOTAL Cube**, которая состоится в рамках выставки «РАППА — 2011» 23 марта 2011 года в 12-30 минут на нашем стенде E1.

На время проведения выставки действуют спецпредложения!

НОВИНКА

ПОВЕРЬ В РЕАЛЬНОСТЬ ПРОИСХОДЯЩЕГО!



- Динамическая кабина
- 3D STEREO изображение
- Объёмный звук 5.1
- Тематические фильмы
- Занимаемая площадь 3x3 м



TOTAL CUBE

телефон: (4822)710500
www.total-interactive.com
sales@total-interactive.com



XIV Международная выставка

Аттракционы и развлекательное оборудование

Москва, ВВЦ, павильон 75

Март 21-23

РАППА 2012

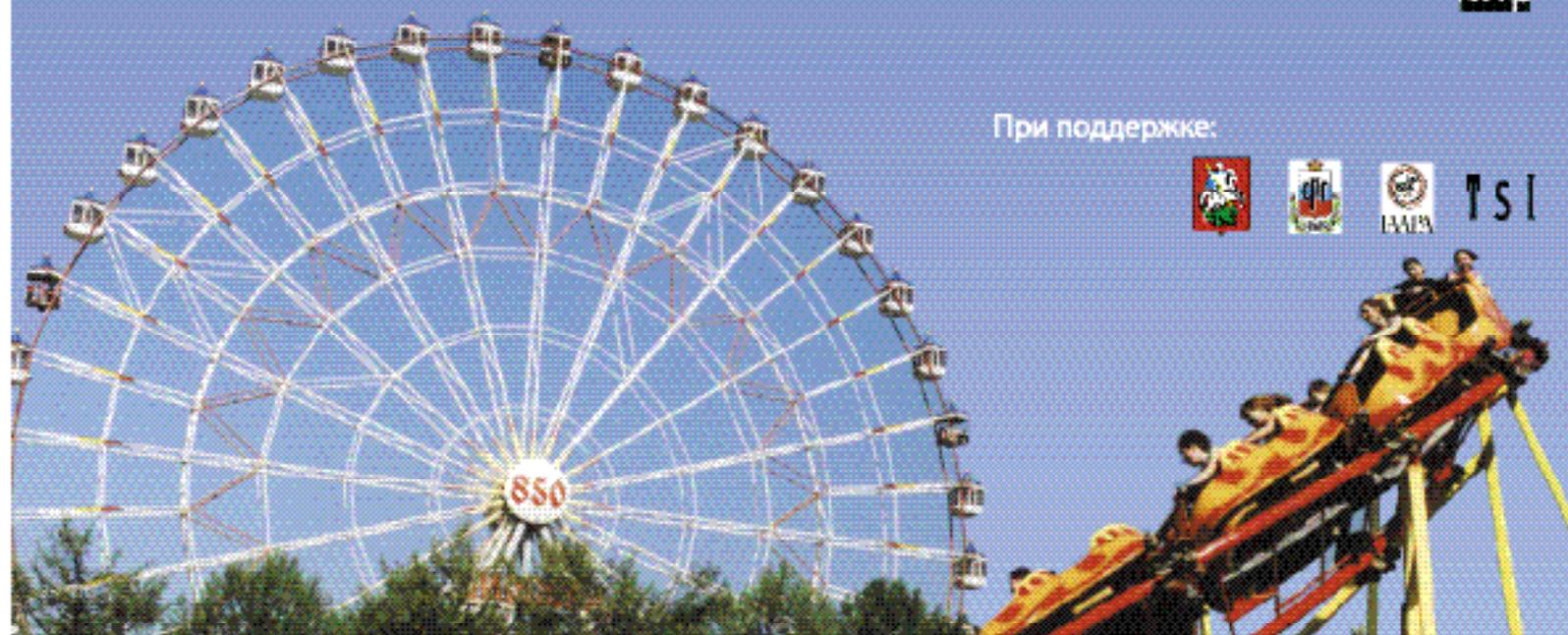
Генеральный спонсор:



Генеральный информационный спонсор:



При поддержке:



Оргкомитет:

Tel/Fax: +7 499 760 3814, +7 499 760 3830; +7 495 748 3448, +7 495 988 8947/48.

E-mail: raapa@raapa.ru, show@raapa.ru, vystavka@raapa.ru. Internet: www.raapa.ru.

Наш представитель в Великобритании, США и на Ближнем Востоке г-н Джерри Робинстон, компания TSI Ltd. (Великобритания)

Tel.: +44 (0) 1905 360169. Fax: +44 (0) 1905 360172, e-mail: tsi_ltd@hotmail.com

УЧЕНЬЕ — СВЕТ... И БЕЗОПАСНОСТЬ

Индустрия развлечений на сегодняшний день является одной из самых высокотехнологичных, капиталоемких и стремительно развивающихся отраслей в мире, поэтому без соответствующей квалификации и необходимого уровня профессиональной подготовки сотрудников парков, развлекательных центров, аквапарков в современных условиях обойтись невозможно.

Ежегодно парки и развлекательные центры в России посещают более 40 млн. человек, и предоставление посетителям качественных и, главное, безопасных услуг имеет большое социальное значение. От того, насколько качественно выполняет свои обязанности оперативный персонал, зависит не только жизнь и здоровье посетителей, но и формирование позитивного имиджа парка или развлекательного центра.

В России, к сожалению, сегодня нет государственной программы обучения специалистов, обслуживающих аттракционы. В ряде вузов, в большей или меньшей степени, уделяется внимание этому направлению, но отдельной специализации нигде нет. Кроме того, такое направление как индустрия развлечений, охватывающее актуальные вопросы эксплуатации аттракционов, проектирования парков и развлекательных центров практически не рассматриваются.

В большинстве случаев, организации развлекательной сферы решают проблему подготовки кадров само-

стоятельно «внутри» своих предприятий. Иногда это оправдано, поскольку каждый парк имеет свою специфику, и уровень материально-технической базы так же у всех разный. Но надо признать, что далеко не везде специалисты предприятия могут на хорошем уровне организовать и провести подготовку своих сотрудников.

Для решения этой проблемы Российская ассоциация парков и производителей аттракционов в 2006 г. разработала «Систему добровольной сертификации персонала предприятий индустрии развлечений России» и создала Учебный центр РАППА, который объединил сразу два важнейших процесса: обучение и сертификацию персонала.

Добровольная сертификация персонала, широко распространенная на Западе, нужна для того, чтобы установить насколько тот или иной специалист соответствует требованиям, предъявляемым к его работе. Но поскольку, как было отмечено выше, специалисты, задействованные сегодня в индустрии развлечений, нигде не могли ранее пройти профессиональной подготовки, то, помимо сертификации, требуется обучение по специальной программе, которая охватывала бы основные вопросы современной индустрии развлечений.

Таким образом, была разработана программа «Техническое регулирование. Безопасность и эффективность эксплуатации аттракционов и устройств для развлечений», главная идея которой заключа-

Выпуск Февраль—2011



ется в изучении комплекса мер по обеспечению всех видов безопасности в индустрии развлечений. Среди рассматриваемых на занятиях вопросов такие, как: принципы обеспечения безопасной эксплуатации аттракционов, нормативно-правовая база индустрии развлечений, вопросы технического обслуживания и ремонта развлекательного оборудования, охрана труда и т.д. Также в программу обучения включены дисциплины, посвященные вопросам повышения эффективности эксплуатации аттракционов и рентабельности предприятий индустрии развлечений (реклама, маркетинг, организация специальных мероприятий и др.)

Процесс обучения включает лекционные и семинарские занятия, а также обязательные практические занятия, которые проходят на базе какого-либо предприятия индустрии развлечений. Все преподаватели Учебного центра РАППА — это практикующие специалисты, имеющие непосредственное отношение или к проектированию, или к производству, или к эксплуатации развлекательного оборудования.

По итогам сертификации слушатели получают документ федерального уровня — сертификат соответствия, который предоставляет им, как специалистам, право обучать оперативный персонал своих предприятий.

На сегодняшний день подготовку в Учебном Центре РАППА прошли 440 специалистов из 61 субъекта (146 городов) России, а также из других государств — Узбекистана, Киргизии, Эстонии и Казахстана. Среди них руководители парков, развлекательных центров, компаний-производителей, аквапарков и других предприятий; заместители директоров, старшие администраторы, главные инженеры, технические руководители. Также обучение и сертификацию в Центре прошли 35 инженеров-инспекторов Ростехнадзора, которые в ряде субъектов РФ осуществляют надзор за безопасной эксплуатацией аттракционов.

Время показывает, что развивать индустрию развлечений в России без наличия соответствующей квалификации и необходимого уровня профессиональной подготовки сотрудников парков, развлекательных центров, аквапарков в современных условиях крайне сложно. С движением научного прогресса, расширяется и наша сфера — появляются новые аттракционы и новые форматы развлечений, меняется организация работы компаний, — все это требует уже сегодня наличия определенной базы знаний, навыков и умений у персонала.

Игорь Родионов
Генеральный директор
Учебного центра РАППА

**ОЧЕРЕДНЫЕ ЗАНЯТИЯ
УЧЕБНОГО ЦЕНТРА РАППА
ПРОЙДУТ
с 16 по 21 мая 2011 г.**

В.А.Дьяченко

Учебный Центр РАППА
представляет книгу
Владимира Андреевича ДЬЯЧЕНКО

«НАДУВНОЕ ИГРОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ»

НАДУВНОЕ ИГРОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



Книга раскрывает вопросы эксплуатации и производства батутов и другого надувного игрового оборудования, в т.ч.:

- Классификация и определения
- Возможные опасности и риски
- Конструкция батутов и горок
- Производство и изготовление
- Проверки и испытания
- Продление срока службы

НОВИНКА

По вопросам приобретения книги обращайтесь:
zircon.aero@mail.ru
или в Учебный Центр РАППА Тел.: (499) 760-35-97

Бумажные билеты



С индивидуальным нанесением, с готовым рисунком, со штрихкодом и экологически безвредные билеты

Браслеты



Тувек и Винил

С индивидуальным нанесением, с готовым рисунком, со штрихкодом, без лишних деталей, с перфорированной лентой и с отрывным корешком

 **Syndicate Printers Group**
Крупнейший в мире производитель призовых билетов и браслетов

G-47, 1st Floor, Sector-6, Noida - 201301, INDIA
Телефон: +91-120-2424236, 4634100 Факс: +91-120-4236690
Контактное лицо: Manoj Talwar Мобильный: +91-9711154656
Электронная почта: manoj@syndicateprinters.com
www.syndicateprinters.com

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В РОССИИ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

Индустрия развлечений является одной из интенсивно развивающихся отраслей экономики. Сложнейшие инженерные проекты, многомиллионные инвестиции и грандиозные стройки выливаются в море адреналина для смелых посетителей.

В очередном номере мы публикуем материал о новых развлекательных и торгово-

развлекательных комплексах, которые будут реализованы в 2011-2015 гг. Информация, приведенная в таблице, дает представление о географии реализуемых проектов, инвестициях и объемах планируемых площадей под развлекательные зоны, поэтому она будет полезной производителям и поставщикам развлекательного оборудования.

| № п/п | Наименование объекта/ место расположения | Стоимость проекта/ площадь объекта | Ввод в эксплуатацию | Структура/ Представленные операторы | Дата публикации/ источник |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 1. | ТРЦ «АкваМолл», г. Ульяновск | 3 млрд. руб. 90 тыс. кв.м. | 2012 г. | IMAX, девятизальный кинотеатр, развлекательные зоны для детей. | 12.02.2011 stroyka.ru |
| 2. | ТРЦ «Золотой», г. Ростов-на-Дону | 1,5 млрд. руб. | 2013 г. | Кинотеатр, развлекательная зона, спортивный комплекс, боулинг, бильярд, рестораны. | 10.11.2010 arendator.ru/ |
| 3. | ТРК «Ярмарка», г. Астрахань | 80 тыс. кв.м | 2011 г. | Парк развлечений, игровая площадка для детей, каток, «Дино-парк». | 10.11.2010 pro-n.ru |
| 4. | Торгово- развлекательный центр, г. Екатеринбург | 22 га | начало стр-ва 2011 г. | Многозальный кинотеатр, развлекательный центр, парк отдыха под открытым небом, кафе, рестораны. | 29.01.2011 irm.ru |
| 5. | ТРЦ «Красная площадь», г. Анапа | 32 тыс. кв.м. 600 млн. руб. | 2012 г. | Детский развлекательный центр «Острова», многозальный кинотеатр, рестораны, кафе. | 14.01.2011 arendator.ru/ |
| 6. | ТРЦ «Море-Молл», г. Сочи | 8 млрд. руб. 160 тыс. кв.м. | 2011-2012 гг. | Мультиплекс «Luxor» (8 кинозалов), семейный развлекательный центр «HappyLon», магазины, рестораны, кафе. | 17.11.2010 arendator.ru |
| 7. | ТРЦ «Порт City», г. Мариуполь | 74,5 тыс. кв.м | 2012 г. | Многофункциональная ледовая арена, кинотеатр, детская игровая зона, фуд-корт, боулинг, рестораны. | 07.01.2011 est.ua/press/news/market.ru |
| 8. | ТРЦ «The Mall of Russia», г. Москва | 179 тыс. кв.м. | 2011 г. | Развлекательная зона, ледовый каток, многозальный кинотеатр «Формула Кино» с залами 4D и 5D. | 23.01.2011 izrus.co.il/oligarhi.ru |
| 9. | Туристический комплекс, Хабаровский край, Большой Уссурийский остров | 19,4 млрд. руб | 2015 г. | Парк развлечений, культурный центр, крупный гостиничный комплекс, торгово-развлекательный центр и аквапарк. | 12.01.2011 dearhome.ru |
| 10. | ТРЦ с аквапарком, г. Псков | 1млр.руб. 5,8 га | 2015 г. | Многофункциональный комплекс, в состав которого войдут торговые площади, гостиничный комплекс и крупный аквацентр. | 18.01.2011 dearhome.ru |
| 11. | Киносеть «Lotte Cinema» (Южная Корея), г. Владивосток, Хабаровск, Благовещенск. | \$30 млн. | 2013 г. | Многозальные кинотеатры, развлекательные центры. | 15.10.2010 realestate-inform.ru |
| 12. | IMAX, «Синема парк», г. Саратов, Воронеж, Новосибирск и другие города России | \$10,5 млн. | 2010-2012 гг. | IMAX заключили контракт с российской компанией «Синема парк» об открытии 14 новых кинотеатров формата IMAX. До конца 2012 года в России планируется построить 25 кинотеатров формата IMAX. | 27.07.2010 imax-3d.ru |



ENGLISH
VERSION



XIV Russian Trade Show

Amusement Rides & Entertainment Equipment

Moscow, VVTs, pav. 75

March 21-23

RAAPA EXPO-2012

General sponsor:



General information sponsor:



Supported by:



Organizing Committee:

Tel/Fax: +7 499 760 3814, +7 499 760 3830; +7 495 748 3448, +7 495 988 8947/48.

E-mail: raapa@raapa.ru, show@raapa.ru, vystavka@raapa.ru. Internet: www.raapa.ru.

Our representative in the UK, the USA and in the Middle East is Gerry Robinson TSI Ltd. (UK)

Tel.: +44 (0) 1905 360169. Fax: +44 (0) 1905 360172, e-mail: tsi_ltd@hotmail.com

Results of the exhibition «RAAPA- AUTUMN 2010»

*If you work for the present
your job will be insignificant;
you should work, keeping in mind only the future*
A.P. Chekhov

IV Moscow Autumn Exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment «RAAPA — Autumn 2010» was successfully held on October 20-22, at VVTs in Moscow.

As last year, the autumn exhibition was held in the «Manufacturer's Day» format, which provides the entertainment equipment suppliers, at the end of the season, with an excellent opportunity to offer their most recent novelties for the next year to potential customers.

In total, 48 companies from five countries of the world participated in the exhibition, and that indicates the growth and gradual transformation of the autumn exhibition RAAPA from Russian into international one. The presence of manufacturers from Belarus, Italy, Lithuania, Ukraine, Spain, demonstrates the interest and wish of foreign companies to work on Russian market.

Among Russian participants, companies from Moscow region, St. Petersburg, Krasnodar Region, cities of Tyumen, Volgograd, Krasnoyarsk, etc. presented their production at «RAAPA — Autumn 2010».

During two days, the exhibition was attended by over 650 specialists and business representatives from 52 Russian cities, as well as by delegations from foreign countries.

Within the frames of business program, there were held the seminar «Prolongation of amusement rides and entertainment equipment' service term», and

the business-training «Increase of revenues from the activities of FEC sections», which was organized by Park Management company. More than 70 people participated in the work of business events.

According to the point of view of «RAAPA — Autumn 2010» participants, the exhibition brought many positive results both for operators and vendors of amusement equipment.

We should notice that the geography of the exhibitors expanded, there appeared young firms, whose reviews are very important for us.

Igor Kurchinsky — Development Director of «SideShow Nova», Ukraine:

«The event organization was at the top level. The presence at the show of ONLY INTERESTED people automatically reduced the time for senseless conversations. We presented at the exhibition our own invention — the «Cannon» — an extreme ride for free flight, which have no counterparts in the whole world.

«Manufacturer's Day» helps new market participants to make themselves known, to learn about global trends in amusement industry development and is an excellent format for communication between the manufacturer, customer and partner. Participation in RAAPA exhibition is a perfect chance to make oneself known not only in the CIS, but this is also a way to reach the European market.

We are young attractions market participants, and being the exhibitors of «RAAPA — Autumn 2010», have earned very important bonuses for our company, especially: we have got new contacts, our customer's base has expanded, new cooperation agreements have been signed. We have also acquired new partners among the exhibitors.

Many thanks to the organizers for the opportunity to participate in the autumn exhibition; we are looking forward for the spring show!»

Irina Meek — the Director of «Karambol» company, Vladivostok, Russia:

«Our company participated in the exhibition for the first time, aiming at the presentation of our new amusement equipment — 3D photo studio «Artink».



I would like to thank RAAPA for the excellent organization of the event. I liked everything: the competent and friendly consultations by the phone and by email, the assistance in selecting the exhibition space, order and terms of documents execution, attention and assistance during the exhibition, presents to the participants (which turned out to be very useful in the weather conditions).

As for the effectiveness, it is too early to make any confident predictions, but for our company the exhibition «RAAPA — Autumn 2010» is, first of all, an opportunity to introduce our equipment to the Central part of Russia. We have gained a good experience, have established many contacts, signed not just one delivery contract and hope for the further fruitful cooperation with RAAPA».

Once again the RAAPA exhibition confirmed its status of the leading specialized exhibition of the amusement industry in Russia. The main secret of our exhibitions' success is their continuous perfection, creative research and the pursuit of maximum economic efficiency.

We are pleased that over the years participation in RAAPA' exhibitions and events allows amusement industry professionals to realize most of the set targets.

Looking forward to seeing you at the XIII International Exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO – 2011» (March 23-25, Moscow, VVTs, pavilion 75), as well as at the V Moscow autumn exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA — Autumn 2011» (October 20-21, Moscow, VVTs, pavilion 55).

*RAAPA Deputy Exhibitions Director
Marina Gorbacheva*

**To order exhibition space,
please contact
raapa@raapa.ru**

**You can receive more detailed
information in RAAPA:
Tel. / fax: +7 (495) 988-8947,
+7 (499) 760-3814**

GOLDEN PONY flies to Moscow

In View Of The 8Th Golden Pony® Awards Event that will be held in Moscow, March 23rd, we go back in time to trace the history and reasons for this world renowned acknowledgment

AN INTERNATIONAL AWARD TO RECOGNIZE EXCELLENCE IN ALL CORNERS OF THE WORLD

Recognition of special merits and excellence is an important aspect of every professional sector and there are so many amusement parks and fun fair operators that make outstanding and significant technical, professional and service contributions to their industry that are not given the appreciation they deserve... Thinking about that, back in 2002, during his travelling throughout the world as a journalist, Danilo Tosetto, the director of international magazine Games & Parks Industry, came out with the idea of establishing an award, even if only a symbolic one, for the leisure operator as something that was not only necessary but also a way of qualifying a category and its professionalism.

«Personally getting to know showmen and park managers — says Mr Tosetto — has made me understand how difficult it must be for those who have chosen this business to achieve and maintain success. Today even more so than in the past, with direct and indirect competition becoming increasingly aggressive — from multiplex, cinemas, themed restaurants, pubs, discos, dinner shows and experience based shopping facilities — and with an economic crisis that grips the whole sector and requires big sacrifices.

Therefore positive elements able to move things little by little must be looked for and given emphasis. That's the spur that pushed the foundation of the European Golden Pony® Awards: recognizing excellence in our sector in all its manifold expressions to support operators that have greatly contributed both to the sector and the greater community.

The Golden Pony® winners are selected on the basis of unbiased criteria the magazine editorial staff have set after deep thinking so as to give space not only to the best businesses in absolute terms but also to small and medium size facilities that for some reasons have brilliantly stood out of the group.

Each recipient receives a statuette representing a pony, like an Oscar's statuette, accompanied by a certificate

with the reasons for the prize. A statue that may not increase his/her profits or change their lives but is good for the heart. That's often the comment of most of the winners.

CRITERIA FOR SELECTION

«History and evolution are among the most important parameters that determine our choices» says Danilo Toso. «So when selecting parks or businesses for nomination we look for 'Success stories' that reveal the long-term vision and the great entrepreneurial skills of their founders. One of the criteria we use for selection is also the investments made in recent years, not so much in terms of money spent (even if obviously this is also taken into account) but in terms of choices. The number of visitors reached at parks or FECs and the size of the structure come after that in our scale of values»

The motivations of the awards can be very different and each time they are fervently discussed by the jury and tailored to each specific recipients.

FROM A EUROPEAN TO AN INTERNATIONAL SCOPE

From the first edition, held in 2002, the event has grown year after year both in scope and renown so as to really become an internationally applauded event followed with great interest and great expectation by industry operators and

media. The recipients today are over 200 from all over the world.

The initial award categories of Amusement Parks, Travelling Showmen and Career Awards have been enlarged to include also the FECs category starting from the second edition which was held in 2004 in Rimini. And also the geographical provenance of recipients was enlarged to the whole world so that the event took the name of International Golden Pony Awards. That edition counted the largest number of recipients — 45, coming from 23 Countries all over the world — among which we can mention also the City Council of Tilburg in The Netherlands, for the great skills showed every year in the organization of the Tilburgse Kermis, a fair with the unique feature of being held inside the city, that is visited by an average of over one million people in just 9 days.

To name the most far-away locations that have been part of our list of participating foreign countries we can mention Brazil and Mexico, on the West side, represented respectively by Mr Milton Trombini and Mr Nava, the Northern pole area with the SantaPark, Finland, and then, on the far East side, Singapore with Mr Lee Woon Chiang and finally, Southward, Saudi Arabia represented by the Al Hokair group.

The Award recipients in the park category include Europa Park, Gardaland, Phantasialand, Efteling, Tivoli Copenhagen, Blackpool Pleasure Beach, Lieseberg, Mirabilandia, just to name the most renowned European parks. And from the rest



of the world we can mention Playcenter and Parque Shanghai (Brazil), Sunway Lagoon (Malaysia), Suraj Waterpark and Ramoji Film City (India), Dreamworld Family Resort (Pakistan) etc.

In coincidence with the 25th anniversary of Games & Parks Industry, in 2009 a new award category has been introduced, namely the Manufacturers of Rides, with the purpose of honouring those companies that have set the most innovative milestones in the leisure industry over the last quarter of a century. Among them were included Zamperla Rides, Dotto trains, the Mack Company, Intamin, KMG, and Pax Company.

GAMES & PARKS INDUSTRY

Founded in 1984 and translated into English and several other languages, Games & Parks Industry is a well known magazine that is read all over the world and appreciated by operators in the leisure sector (above all travelling showmen, the owners and managers of amusement parks and FECs).

It comes out in 11 issues a year and is published by Facto Edizioni, Italian specialists in the amusement sector sited in Padova, Italy.

Danilo Tocetto

Managing Director FACTO EDIZIONI

AWARD RECIPIENTS FROM THE CIS COUNTRIES

Victory Park, Russia — Viktor Bondarenko (2002)

Gorky Park Krasnodar, Russia — Serguey Karuna (2003)

Valentyna Kechina — President Ass Ukrainian Operators Ukraine (2003)

Crokodile Show in Evpatoria Arboretum Park Ukraine (2003)

Divo Ostrov, St Petersburg, Russia (2005)

Fantasy Park, Moscow, Russia (2005)

Aleksander Samedov, Russia (2006)

Dino Park, St Petersburg, Russia (2006)

Treasure Island, Krasnoyarsk, Russia (2007)

Riviera Park, Sochi, Russia (2007)

Boris Rabinovich, Russia (2007)

Pax Company, Russia (2010)

Russia Exhibition of Attractions, Moscow (2010)

The organizing meeting of the committee ISO / TC 254 «Safety of amusement rides and amusement devices»



In the previous issue of the magazine, we wrote that Russia initiated the creation of the international committee ISO / TC 254 «Safety of amusement rides and amusement devices». The first meeting of this new structure, which activity is aimed at the improvement of the safety of amusement rides throughout the world, was held on January 20-21, 2011, in Moscow. The Chairman of ISO / TC 254, the President of RAAPA V. Gnezdilov, told us more details about the work of the committee.

Editor: Mr. V. Gnezdilov, could you explain to our readers what the committee ISO / TC 254 is, what it is occupied with?

V. Gnezdilov: In today's world with the global movement of goods and services, it is very important to have the same procedures of the safety assessment of goods, regardless of the place of production and in what national market they are presented. International Organization for Standardization - ISO was established in the 1940-s, with the participation of the USSR, for the development of international standards, based on which, different countries could create or harmonize their national safety standards.

There are 258 ISO committees; about 200 of them are active.

In 2009, the President D. Medvedev criticized the Russian government for insufficient work on technical regulation and required its activation. Federal Agency Russian Standard, on behalf of the Russian government, addressed to ISO with the proposal to establish, lead and guide the secretariat of the committee ISO/TC «Safety of amusement rides». The Board of Directors of ISO decided to establish the committee, because several dozens of countries voted for its creation, 12 countries entered with the voting power, 18 countries entered as observers. The authorized representatives of Member States vote for decision-making in ISO/TC 254. ISO International Organization approved **V. Gnezdilov (Russia)** as the Chairman of ISO/TC 254, **A. Novikova (Russia)** as the secretary and **Steven Kennedy (ISO)** as the curator.

The representatives of national bodies for standardization and experts of the amusement industry from 11 countries, including Great Britain, Italy, Germany, Denmark, Sweden, Finland, the USA, Australia, China, Singapore and Russia, took part in the first committee meeting. The meeting was opened by **Mr. Steven Kennedy**, the Head of technical project, representing the Central Secretariat of ISO in Geneva. **V. Boytsov**, Director of the Department of State policy in the sphere of technical regulation and ensuring of the uniformity of measurements of the Ministry of Industry Trade of Russian Federation, and **A. Zazhigalkin**, Chairman Deputy of the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology (Russian Standard) welcomed the participants of the meeting.

Editor: What issues were decided at ISO meeting?

V. Gnezdilov: The title of ISO / TC 254 committee «Safety of amusement rides and amusement devices», as well as the sphere of activity of the committee, the priority areas of work and candidates for the posts of working groups Conveners, developing the main standards, were approved. Among them:

- Terms and Definitions (priority — **Richard Barnes (BSI, UK)**);
- Risk Assessment (priority **Gianni Chiari (UNI, Italy)**);
- Safety Requirements, including biomechanical effects, accelerations, anthropometry, ergonomics, guest behavior — **Boris Rabinovich (GOST-R, Russia)**;
- Design Requirements, including Control Systems, Electrical Systems, Construction, Mechanical systems — **Stefan Kasper (DIN, Germany)**;

- Requirements for Manufacture and Construction
- **Stefan Kasper (DIN, Germany)**;
- Safety of Inflatable Constructions - **SAC (China)**;
- Safety of Bungee Jumping Devices - **Ulf Johansson (SIS, Sweden)**.

The second plenary meeting of ISO / TC 254 was decided to be held in London, in autumn 2011.

Editor: As we know, there are American, European and Russian standards; how will the new ISO standard correlate with them and with the other national standards?

V. Gnezdilov: ISO standards will co-opt the latest editions of the standards EN 13814, GOST R 52170 and 53130, the requirements of ASTM and other national standards. This will open up the possibility for harmonization of all national standards.

Editor: The requirements in the new standards will be raised?

V. Gnezdilov: Rather, they will be better codified. Especially, because the new scientific direction – increase of the safety based on risk analysis, is not yet understood and used enough by the engineers; and the safety of amusement rides directly depends on it.

Editor: Are the standards applied to mechanized amusement rides?

V. Gnezdilov: Not only. Any attraction in the amusement park, at the kiddie playground and another public place where a child or adult can get serious body injury, should be worked up to the state of acceptable safety, in accordance with technical regulations or standards, or taken out of service.

Editor: How long will the creation of the first ISO standards take?

V. Gnezdilov: 2-3 years, taking into account different approaches and experience, as well as the necessity of the approval of each standard by 75% of the votes of Member States of the committee ISO/TC 254.

Editor: And then?

V. Gnezdilov: The work will take dozens of years, because there are no standards for many amusement rides, and every year new designs of amusement rides appear.

Editor: Well, let me wish the fruitful work to the new committee.

V. Gnezdilov: Thank you very much for your support.

DEVELOPMENT OF AMUSEMENT INDUSTRY IN RUSSIA IS GOING ON

Nowadays amusement industry is one of the most high-tech, capital-intensive, rapidly growing and developing industries. Complex engineering projects, multimillion-dollar investments and grand construction projects are turning into the sea of adrenaline for the brave visitors.

In this issue we publish material on the new family entertainment centers, which are already

opened and also will be implemented in 2010-2015. The information contained in the table gives an idea about the geography of the ongoing projects and the amount of the planned areas for entertainment zones, so it may be useful for manufacturers and suppliers of entertainment equipment.

| № | Name/Place | Project cost/object area | Put into operation | Trade-entertainment component (presented operators) | Announcement Source/Date |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1. | FEC «AquaMall», Ulyanovsk | 3 milliard rubles 90 000 sq.m. | 2012 r. | MAX, a cinema theater with 9 halls, Entertainment zones for kids. | 12.02.2011 stroyka.ru |
| 2. | FEC «Golden», Rostov-na-Dony | 1,5 milliard rubles. | 2013 r. | Cinema theatre, entertainment zone, sports complex, bowling, billiards, restaurants. | 10.11.2010 arendator.ru/ |
| 3. | FEC «Fair», Astrakhan | 80 000 sq.m. | 2011 r. | Amusement park, kiddie playground, skating rink, «Dino-park». | 10.11.2010 pro-n.ru |
| 4. | FEC, Yekaterinburg | 22 ha | Construction to be started -2011 r. | Multiplex cinema theater, entertainment center, outdoor amusement and recreation park, cafés, restaurants. | 29.01.2011 irn.ru |
| 5. | FEC «Red Square», Anapa | 32 000 sq.m. 600 million rubles. | 2012 r. | Kiddie entertainment center «Ostrova», multiplex cinema, restaurants, café. | 14.01.2011 arendator.ru/ |
| 6. | FEC «Sea Mall», Sochi | 8 milliard rubles, 160 000 sq.m. | 2011-2012 rr. | Multiplex «Luxor» (8 screens), family entertainment center «Happylyon», shops, restaurants, cafe. | 17.11.2010 arendator.ru |
| 7. | FEC «Port City», Mariupol | 74,5 thousand sq.m. | 2012 r. | Multifunctional ice arena, cinema theatre, kiddie play ground, food court, bowling, restaurants. | 07.01.2011 est.ua/press/news/ market.ru |
| 8. | FEC «The Mall of Russia», Moscow | 179 000 sq.m. | 2011 r. | Entertainment area, ice rink, multiplex cinema, «Formula Kino» with 4D and 5D halls. | 23.01.2011 izrus.co.il/oligarhi.ru |
| 9. | Tourist complex, Khabarovsk region, Bolshoy Ussuriyskiy island | 19,4 milliard rubles | 2015 r. | Amusement park, cultural center, huge hotel complex, Family Entertainment Center and waterpark. | 12.01.2011 dearhome.ru |
| 10. | FEC and Water Park, Pskov | 1 milliard rubles. 5,8 ha | 2015 r. | Multifunctional complex which will include trade areas, hotel complex, and a big water center. | 18.01.2011 dearhome.ru |
| 11. | Network of cinema theatres «Lotte Cinema» (South Korea), Vladivostok Khabarovsk Blagoveshchensk | \$30 million | 2013 r. | Multiplex cinema theatres, family entertainment centers | 15.10.2010 realestate-inform.ru |
| 12. | IMAX, «Cinema Park», Saratov, Voronezh, Novosibirsk, and other cities of Russia | \$10,5 million | 2010 -2012 rr. | IMAX made a contract with «Cinema Park» about bringing into operation 14 new cinema theatres of the IMAX format. It is planned to construct 25 cinema theatres of IMA format by the end of 2012 in Russia. | 27.07.2010 imax-3d.ru |