

## СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора .....	2
<b>ИНТЕРВЬЮ</b>	
RIF: ответственное производство	
Ж. Дроздецкая .....	4
<b>ЛЕТНИЕ ВСТРЕЧИ</b>	
Как я провел лето: Летняя встреча РАППА в Ростове-на-Дону	
М. Горбачева .....	8
<b>ОТДЕЛ КАДРОВ</b>	
Повелители аттракционов, или как улучшить работу операторов	
К. Попов .....	12
<b>ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ</b>	
Индустрия на пути выздоровления: итоги РАППА ЭКСПО-2021	
А. Осипов .....	16
<b>СОБЫТИЕ СЕЗОНА</b>	
Золотой пони Москва-2021 .....	20
<b>РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС</b>	
Ожившие полотна: тенденции развития мультимедийных выставок	
Д. Костина .....	22
<b>ПАРКИ</b>	
Парк «НЕЛЖА.РУ» – в сказку всей семьей	
Ю. Денисова .....	26
<b>ТЕНДЕНЦИИ ИНДУСТРИИ</b>	
На старт: что ждет картинг в будущем?	
О. Коржаков .....	30
<b>ПОЛЕЗНО ДЛЯ БИЗНЕСА</b>	
Развлекательный бизнес и власть – новый взгляд на социальное партнерство	
Е. Рочев .....	36
<b>СТАТИСТИКА И ФАКТЫ</b>	
Проектируемые и строящиеся ТРЦ в России и СНГ (2022-2023 гг.) .....	38
<b>ENGLISH VERSION</b> .....	40

### «АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»

Информационно-рекламный журнал

#### УЧРЕДИТЕЛЬ:

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА)

#### ИЗДАТЕЛЬ:

АНО ДПО «Учебный Центр РАППА»

#### Адрес редакции:

Россия, г. Москва, проезд Серебрякова,  
д. 14/9, оф. 9108

Почтовый адрес: 129343, г. Москва, а/я 74

Тел/факс: (495) 234-52-33

E-mail: [tec@raapa.ru](mailto:tec@raapa.ru); <http://www.raapa.ru>

#### РЕДАКЦИЯ:

##### Главный редактор

Игорь Родионов

##### Дизайн, верстка

Анастасия Буянкина

##### Над номером работали:

Марина Горбачева

Олеся Лебедева

Диана Лукина

Марина Илмензеер

Андрей Осипов

Наталья Иванова-Безяева

##### Отдел рекламы:

(495) 234-52-33

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. 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».

## Дорогие читатели!



Рад встрече с Вами на страницах очередного номера журнала «Аттракционы и развлечения»!

Индустрия развлечений постепенно восстанавливается после пандемии коронавируса. Ключевые отраслевые мероприятия – выставка РАППА ЭКСПО-2021 и Летняя встреча в Ростове-на-Дону, о которых вы найдете репортажи в этом выпуске, показали, что специалисты отрасли готовы к преодолению всех трудностей и продолжению своей деятельности.

Даже в сложных социально-экономических условиях важно не останавливаться и развивать нашу сферу: совершенствовать нормативно-правовую базу, повышать уровень безопасности аттракционов, а также искать новые стратегии для развития развлекательного бизнеса. Ассоциация РАППА продолжает вести эту работу совместно со специалистами индустрии развлечений.

В свежем выпуске мы постарались собрать материал, который будет полезен для представителей разных направлений развлекательного бизнеса и особенно для тех, кто только собирается начать свое дело. И здесь очень важен опыт лидеров отрасли. Поэтому неслучайно главное интервью журнала посвящено руководителю одного из ведущих отечественных предприятий по производству развлекательного оборудования – Жанне Вадимовне Дроздецкой.

Тема работы персонала парков затронет инструменты, которые можно использовать для повышения качества обслуживания посетителей и эффективности работы операторов аттракционов.

Обсуждая тенденции индустрии, наши авторы расскажут о феномене мультимедийных выставок и перспективах их развития в России.

Региональным опытом социального партнерства и сотрудничества государственных структур и развлекательного бизнеса поделится владелец сети детских игровых центров.

Репортаж о парке «Нелжа.ру», итоги Golden Pony 2021, что ждет картинг в будущем – обо всем этом вы также узнаете в свежем номере журнала «Аттракционы и развлечения».

Дорогие читатели, искренне желаю вам здоровья и успехов во всех делах и начинаниях!

*Главный редактор  
Игорь Родионов*



**Очередные занятия:**  
16-19 ноября 2021 г.

**Онлайн**

# РАППА УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР

обучение и сертификация персонала предприятий индустрии развлечений



**Более 1700 обученных специалистов из 240 городов России и СНГ**



**Теоретические и практические занятия**



**Сертификат на 3 года**

Проводит обучение и сертификацию специалистов индустрии развлечений по программе: «Техническое регулирование. Безопасность и эффективность эксплуатации аттракционов и устройств для развлечений». По итогам обучения слушатели получают удостоверение и сертификат «Специалиста по безопасной и эффективной эксплуатации аттракционов и устройств для развлечений».

Программа рассчитана на специалистов различного уровня: руководителей парков, развлекательных центров, аквапарков, площадок аттракционов; главных инженеров, механиков, инженеров по ОТ; администраторов, зав. аттракционами; сотрудников инспекций Ростехнадзора и др. Обучение проводится в форме лекционных и практических занятий с посещением предприятий индустрии развлечений.

Сайт: [www.raapa.ru](http://www.raapa.ru)

Электронная почта: [tec@raapa.ru](mailto:tec@raapa.ru)

Телефон: +7(495) 234-52-33, 234-52-04



## RIF: ОТВЕТСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

*Жанна Вадимовна Дроздецкая*  
 Директор группы компаний «RIF»,  
 г. Ростов-на-Дону

**Жанна Вадимовна, можете кратко рассказать об истории создания Вашей компании? Почему Вы решили заняться производством аттракционов?**

Так получилось, что тема производства меня привлекала всегда. Моим первым опытом работы было производственное предприятие, а 1999 году я случайно попала на выставку товаров для рыбалки, где встретила производителей надувных лодок, которые потом помогли с технологиями и обучением сотрудников. Тогда и появилось решение о создании своего собственного производственного предприятия. Это было очень интересно, азартно, а главное уникально. Именно этому учили в институте: для успеха в бизнесе нужен продукт, которого нет на рынке, и я его нашла.

Возвращаясь мыслями в студенческие годы, в какой-то момент я осознала, что именно в это время был заложен крепкий фундамент для становления меня, как руководителя предприятия. Я училась в особенном ВУЗе, нас учили самостоятельному ведению бизнеса, учили принимать решения и нести за них ответственность.

**Что бы Вы могли рассказать о формировании производственной базы вашей компании? Существенно ли изменилась технология производства?**

Начинать производство было очень сложно, но рядом были люди, которые меня поддерживали и помогали. Благо для старта не нужно было

никакого дорогого и сложного оборудования – все исключительно ручной труд. Развитие было стремительным: первый год – надувные бананы, страховочные жилеты и водные горки; второй год – стеклопластиковые лодки; третий год – надувные батуты; четвертый год – металлические батуты – спортивные, то, что сейчас называется батутными аренами, и батуты на резинках – «Фантастики».

Мы всегда работали на классических технологиях: если ткань ПВХ – то только технология склеивания и никаких сварных швов; если стеклопластики – то только цветные гелькоуты, а не краски. В других технологиях есть положительные стороны, но если говорим о качестве в долгосрочной перспективе, то классические технологии производства одерживают верх. С каждым годом наше производство становится все более и более технологичным: используем современные программы для проектирования, появились станки и оборудование в поддержку применяемых технологий производства, все больше применяем новых интересных материалов. Мы современная, постоянно развивающаяся компания, мы пробуем на себе все индустриальные новинки. Сейчас мир развлекательного оборудования развивается очень стремительно, и я особенно горжусь тем, что мы работаем на опережение.

**По вашему мнению, аттракционы – это сложное производство?**

Производство всегда считалось и по-прежнему остается самым сложным видом деятельности, кто бы что об этом не говорил. В производстве аттракционов нужно быть особенно внимательными, т.к. оборудование должно соответствовать высокому уровню безопасности. И хоть мы не

производим колеса обозрения и другие сложные аттракционы, наша ответственность перед покупателями и посетителями ни чуть не меньше.

**В чем Ваша компания была первой в сфере производства аттракционов? Могли бы отметить какие-то инновационные разработки Вашей компании?**

Быть первой для меня особенный кураж. На каждой выставке РАППА, начиная с 2002 года, мы показываем новую продукцию, новую технологию, новую идею. Потом многое из этого тиражируется другими производителями, но мы все равно остаемся новаторами.

Какую продукцию не возьми из нашей производственной программы – мы первые показали ее на выставке и вывели в парки: электронные системы контроля выручки на электролодках и батутах «Фантастик»; надувные батутные комплексы площадью более 400 кв.м. (сейчас их начали называть эйр-парками); надувные батуты для зимней эксплуатации; батутные арены с поролоновыми зачехленными кубиками; веревочные парки с непрерывной системой страховки; игровые комнаты совмещенные с батутами на автомобильном прицепе; скалодромы со страховочными системами; нинзяпарки; ассистенты фигуристов; этот список можно еще продолжать и продолжать.

Есть одна закономерность: когда ты показываешь на выставке новинку, то первые 2-3 года к ней привыкают, а на четвертый она нужна всем, и производят или привозят ее все!

Такая ситуация сейчас с аттракционом «Лягушата». Мы показали ее на выставке 3 года назад, теперь ждем когда сознание покупателей примет эту идею. Готова поспорить, многие сейчас удивились и задумались: что это???

**Вы производите достаточно широкую линейку продукции. Есть ли аттракционы, которые остаются всегда популярными? Без каких видов аттракционов парк обойтись не может?**



Флагманами парка из нашего ассортимента остаются бамперные электролодки и надувные батутные комплексы. Спрос на батутные арены, нинзяпарки и лабиринты трансформировался и теперь нужны игровые города, которые включают в себя все эти элементы. Конечно, я говорю о парках в больших городах.

**Можете ли назвать на Ваш взгляд самые интересные проекты, в которых Вы участвовали? Самые нестандартные задачи, которые ставили перед Вами заказчики.**

Очень запоминающимся и ответственным для нас стал проект установки надувного эйр-парка площадью 440 кв.м. в составе комплекса аттракционов во время зимней олимпиады в Сочи. За этот проект мы

получили самую почетную из всех наших наград от Президента РФ В.В. Путина.

Время серийных аттракционов безвозвратно ушло и теперь каждый новый заказ – это новая нестандартная задача по дизайну, по форме и пр. Такие проекты увеличивают срок производства, но работать с ними очень интересно. В этом году открылся для посетителей очень красивый крытый парк развлечений в Краснодаре. Его дизайн и оборудование полностью было разработано нашей дизайнерской студией. Там все нашего производства: аттракционы, декорации, вспомогательное оборудование. Получилось очень красиво!

*На каждой выставке РАППА, начиная с 2002 года, мы показываем новую продукцию, новую технологию, новую идею.*



**Какими принципами Вы придерживаетесь в руководстве компании?**

- Ценить своих сотрудников;
- Активно участвовать в техпроцессах: контролировать процесс производства и его соответствие выбранной технологии; замечать и минимизировать ошибки; стремиться к высокой степени эффективности производства (Sigma Six).
- Быть честным с поставщиками и покупателями.

**Ваша компания более 20 лет на рынке. Какие результаты Вашей работы Вы считаете наиболее важными?**

Мне удалось создать замечательный коллектив. Я уверена полностью в каждом своем сотруднике, каждому могу доверять, каждый из них – профессионал!

Мы являемся надежным производителем развлекательного оборудования, наша продукция пользуется высоким спросом.

**Планы по развитию компании.**

Мне всегда не хватало сотрудников и производственных площадей. Именно в этом направлении я и планирую двигаться в ближайшее время.

**Как Вы оцениваете развитие индустрии развлечений в России? Какие проблемы в индустрии на Ваш взгляд сегодня наиболее острые?**

Развитие индустрии замедлилось в связи с пандемией. Но мы не первый раз сталкиваемся с трудностями. Кто-то уйдет из отрасли, кто-то новый обязательно появится. Но те, кто давно работают в нашей индустрии, стойко перенесут и эти трудные времена, и пойдут дальше вперед и вверх, потому что мы все занимаемся любимым делом.

А проблемой номер один я считаю несовершенную нормативную базу, регулирующую деятельность производителей аттракционов и парков. Нам необходимы четкие правила работы и не двусмысленные формулировки, иначе отрасль придет в упадок.

**Чтобы Вы могли посоветовать начинающим производителям аттракционов и специалистам индустрии развлечений?**

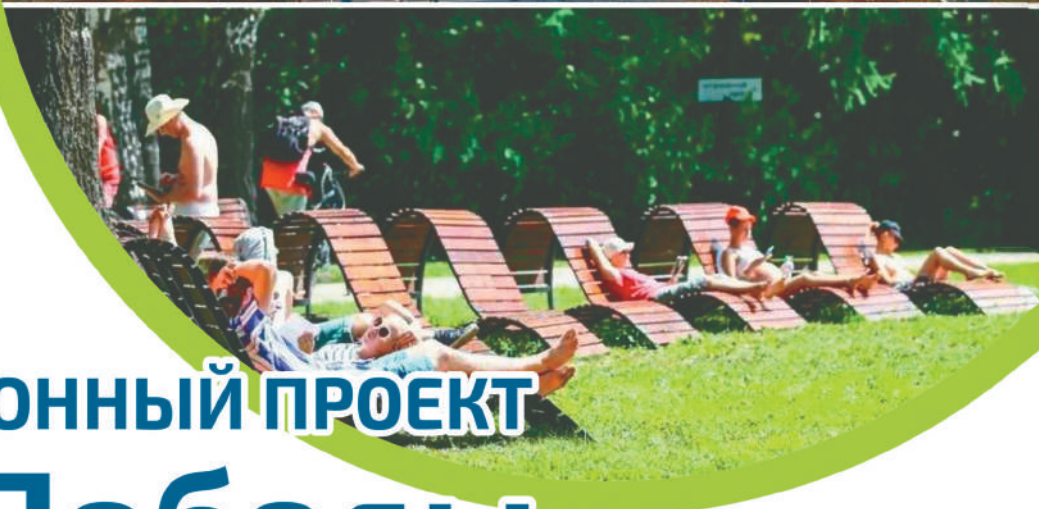
Необходимо четко поставить перед собой краткосрочные и долгосрочные цели и усиленно работать на пути к их достижению.

Работать в нашей отрасли становится все сложнее с каждым годом. Требуются недюжинные способности и вложения для достижения результата.

*Беседовал Игорь Родионов*



**НВ**



# ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ Парк Победы

Администрация города Нижневартовска планирует заключить концессионное соглашение по реконструкции городского парка Победы путем проведения открытого конкурса.

**ПЛАНИРУЕМЫЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ**  
**414 млн рублей.**

**ПЛОЩАДЬ ТЕРРИТОРИИ**  
**6,3 га**

**Земельный участок предоставляется  
в аренду без проведения торгов**

**Участок обеспечен существующими  
инженерными сетями**

Реклама

Контакты по вопросам реализации проекта:

 **(3466) 29-12-16, 29-12-07, 29-12-25**

 **invest@n-vartovsk.ru**

**Прием заявок с 01.09.2021 по 02.11.2021**

**ИНФОРМАЦИЯ  
О КОНКУРСЕ**





# КАК Я ПРОВЕЛ ЛЕТО

## Итоги Летней встречи РАППА в Ростове-на-Дону

**В прошлом году из-за пандемии коронавируса одно из самых любимых мероприятий Ассоциации РАППА – Летняя международная встреча специалистов индустрии развлечений, к сожалению, была отменена. Неудивительно, что в этом году это событие ждали, как никогда. Видимо поэтому Летняя встреча РАППА в Ростове-на-Дону, и стала самой масштабной за историю проведения мероприятия.**

**Л**етняя встреча РАППА – международный форум, который ежегодно проводится с целью обмена опытом среди профессионалов культурно-развлекательной отрасли, обсуждения актуальных проблем современной парковой сферы, знакомства специалистов с новыми технологиями индустрии развлечений, привлечения внимания к туристическому потенциалу различных городов и регионов.

Летняя встреча РАППА-2021 прошла с 13 по 16 июля в Ростове-на-Дону.

Участие в форуме приняли более 180 специалистов из 52 городов России и стран СНГ.

Поддержку в организации форума оказали: Администрация города Ростова-на-Дону, Министерство

культуры и Министерство экономического развития Ростовской области.

Генеральным спонсором мероприятия выступила компания «Фабрика развлечений» (г. Азов), а главным партнёром – группа компаний «РИФ», г. Ростов-на-Дону. Информационные партнеры: Каталог индустрии развлечений, портал VTORIO.COM, журнал «Аттракционы и развлечения» и др.

Летняя встреча РАППА в Ростове-на-Дону стала важным событием для индустрии развлечений России. Программа форума как всегда была насыщенной.

13 июля участникам была предоставлена возможность ознакомиться с историческим центром города во время пешеходной экскурсии.

**Участие в форуме приняли более 180 специалистов из 52 городов России и стран СНГ.**



14 июля форум начался с приветственного обращения генерального спонсора мероприятия компании «Фабрика развлечений».

Далее начальник Управления культуры города Ростова-на-Дону Я.М. Пилявская представила результаты работы администрации по развитию муниципальных парков культуры и отдыха и проекты дальнейшего развития рекреационных зон города.

Кулешова Мария, главный специалист центра развития МІСЕ Агентства по туризму и деловым коммуникациям Ростовской области, рассказала о туристическом потенциале Ростовской области и перспективах развития культурно-досуговой сферы.

Интеграции мультимедийных технологий в сферу туризма, развлечений и культурно досуговых объектов, на примере уже реализованных проектов, было посвящено выступление Елизаветы Российской, директора по проектам устойчивого развития компании «Hello IO.».

Жанна Дроздецкая, директор группы компаний «RIF», рассказала, какими принципами следует руководствоваться при выборе поставщика развлекательного оборудования.

Деловая программа продолжилась презентациями нового оборудования и последних достижений развлекательной индустрии, которые провели ведущие российские производители: Фабрика развлечений, РИФ, Восток, Аэромир, Аттрапласт, Game-Keerex, Воздушный Замок, Волгоградские аттракционы, Super Park, Air-Games, БОЛИД, СПАРТА, Мегapolis, ГРОС, Лайм-Софт, Новый горизонты, Алтай Композит, Пакс-Дизайн, Учебный Центр РАППА, Диамет, LASOMI, Ассоциация ГОРОД и Авира.

Первый день продолжился посещением популярных развлекательных центров города. Участники провели осмотр и опробовали на себе современные трассы в веревочном парке «Панда Парк». На вопросы коллег подробно ответила управляющая комплекса Дарья Тихонова. А в интерактивном парке «Hello Park» погрузились в мир диджитал-технологий.

Далее посетили Парк Революции, где участники форума имели возможность оценить панораму города с высоты 65-метрового колеса обозрения «ОДНО НЕБО» и прокатились на других захватывающих дух аттракционах. Руководство парка провело обзорную экскурсию по парку и ответило на вопросы коллег.

Завершился первый день торжественным приемом в честь открытия 9-й Летней международной встречи РАППА в Ростове-на-Дону.



Второй день форума, 15 июля, начался с уже традиционного спортивного события – Летнего забега РАППА, который прошел в Парке им. 1 Мая. Несмотря на раннее утро (7:00!), настоящие энтузиасты спорта приняли участие в этом корпоративном состязании. По итогам соревнований были определены победители в мужском и женском разрядах.

Деловая программа была посвящена животрепещущим темам. Семинар «Во что сегодня выгодно инвестировать в индустрии развлечений» провели специалисты компании «EntenS Group». Вопросы

безопасной эксплуатации аттракционов, детских площадок и благоустройства общественных территорий были освещены ведущими экспертами – Андреем Петренко и Натальей Зинченко.

Посещение РЦ «Dream Park» и лазертага «TRON» дало возможность познакомиться с новыми поколениями аттракционов виртуальной реальности и возможностями тематической лазертаг-арены.

В насыщенной деловой программе теплоходная прогулка по Дону стала своеобразной передышкой, давшей возможность заново осмыслить серьезные темы форума и продолжить их обсуждение в неформальной обстановке, любуясь видом города и просторами могучей реки.

Далее программа продолжилась посещением старейшего парка города, основанного в далеком 1813 году и являющимся объектом историко-культурного значения – ЦПКиО им. М. Горького, где интереснейшую экскурсию провела директор парка М.А. Балберова. Завершился же день триумфально – зажигательной концертной программой казачьего хора в парке и дегустацией местных деликатесов – раков и традиционных кубанских напитков.

16 июля участники Летней встречи познакомилась с историей, традициями и обрядами казаков. Экскурсия в станицу Старочеркасская – столицу Донского казачества – была познавательной и очень интересной. Все участники были приняты в ряды казачества и получили именные грамоты.

9-я Летняя встреча РАППА вызвала восторженные отзывы у специалистов индустрии развлечений. Форум в Ростове-на-Дону подтвердил не только свою деловую значимость, но и высокую ценность человеческого общения.

**До следующей Встречи!  
Ждите нас в своем городе!**

*Марина Горбачева*





студия голограмм

**ГОЛОГРАФИЧЕСКИЙ ЗООПАРК**

Шоу, не имеющее аналогов  
Современные технологии в сфере  
развлечений



смотри видео

+7 913 262 0006

яголограмма.рф

Реклама



МЫ ТРАНСФОРМИРУЕМ АКВАПАРКИ

## Европа-Парк RideHOUSE®

- › Первая-в-своем-роде иммерсивная тематика
- › Новый стандарт интерактивного развлечения
- › Особенности 10 высокопроизводительных ProSlide KIDZ водных аттракционов
- › Мирового-класса WaterKINGDOM Семейного опыта



 RULANTICA  
The new Water World at EUROPA-PARK

 PROSLIDE  
TECHNOLOGY INC

Реклама



## Повелители аттракционов, или как улучшить работу операторов

**Константин Попов**

Директор по качеству парка «Сказка», г. Москва

Автор телеграм-канала «Адвокат клиента»

*«Невозможно управлять тем, что не можешь измерить» (Питер Друкер)*

**За 4 года работы в парке развлечений я пришел к выводу, что у операторов аттракционов должно быть три приоритета в работе: безопасность, качество обслуживания посетителей парка и выручка парка.**

**Теме безопасности посвящено множество статей, обучающих материалов и мероприятий, существуют регламентирующие документы, стандарты и т.д. Поэтому в данной статье я сделаю акцент на темах, которые строго не регламентированы и гораздо менее раскрыты в индустрии развлечений – роли операторов аттракционов в качественном обслуживании посетителей и их влиянии на финансовые результаты деятельности парка. Расскажу, какие управленческие инструменты мы используем в работе с операторами аттракционов, чтобы обеспечить качественное обслуживание посетителей и максимизировать выручку.**

От того, насколько посетитель доволен работой парка, напрямую зависит финансовый результат. Чем лояльней посетитель, тем чаще он посещает парк, тратит больше денег, а также рекомендует парк своим друзьям и знакомым. Данный тезис неоднократно был подтвержден в различных исследованиях, а также на практике, в том числе в нашем парке. Мы видим сильную корреляцию между лояльностью посетителей и их суммарными тратами в долгосрочной перспективе. В начале статьи я привел цитату Питера Друкера о том, что без измерения невозможно управление чем-либо. Одним из ключевых инструментов измерения лояльности посетителей является индекс Net Promoter Score (NPS). Отличительными особенностями индекса являются:

- Шкала оценки от 0 до 10
- Оценивается готовность рекомендовать
- Специфическая формула расчета индекса

На практике измерение лояльности в нашем парке с помощью NPS выглядит следующим образом:

1. При продаже депозитной или безлимитной карты парка в кассе, сотрудник привязывает к ней номер телефона посетителя.

2. На следующий день сотрудник контакт-центра отправляет посетителям через официальный аккаунт WhatsApp рассылку с просьбой оценить от 0 до 10 баллов, какова вероятность рекомендации парка своим друзьям и знакомым.
3. После получения количественной оценки в виде цифры, сотрудник уточняет у посетителя, чем она обусловлена, получая тем самым отзыв (качественную оценку).
4. Все оценки и отзывы автоматически попадают в систему, в которой производится расчет индекса NPS и разбивка по типовым факторам, которые повлияли на оценку. Например, «цены», «очереди», «работа сотрудников» и т. д.

Возникает вопрос, какое влияние операторы аттракционов могут оказывать на впечатления посетителей парка. Согласно нашему опыту и исследованиям – не меньшее, чем впечатления непосредственно от основного продукта парка – аттракционов. Другими словами, оператор может как испортить хорошее впечатление от катания на классном аттракционе, так и компенсировать своим «человеческим



отношением» к посетителям негативное впечатление или, например, испуг от катания на экстремальном аттракционе.

Фундаментом для обеспечения эффективного управления операторами является разработанная нами система фиксации приходов и уходов на аттракционы, благодаря которой мы знаем с точностью до секунд, когда и на каких аттракционах работал каждый конкретный оператор.

Перехожу непосредственно к управленческим инструментам. Для обеспечения качественного обслуживания посетителей мы используем следующие инструменты:

1. NPS по аттракционам. Зная, на каких аттракционах был посетитель, поставивший оценку в рамках обратной связи, мы можем рассчитать NPS по каждому аттракциону в отдельности. Не столь важна абсолютная оценка, как ее динамика с течением времени. Если от недели к неделе наблюдается сильное падение показателя или большой разброс –

*От того, насколько посетитель доволен работой парка, напрямую зависит финансовый результат.*

это сигнал для руководителя для того, чтобы разобраться в причинах.

2. Работа с обратной связью. Когда приходит отзыв, например, о том, что операторы были недостаточно вежливы или безразличны, мы сразу можем посмотреть, кто конкретно из операторов эксплуатировал аттракционы в то время, когда их посетил человек, оставивший отзыв, и проработать каждую ситуацию индивидуально. Сигналами для руководителя служат повторные отзывы на работу одного и того же сотрудника.

Для управления финансовыми показателями у нас в парке используются следующие инструменты работы с операторами аттракционов:

3. Рейтинг операторов. Каждый оператор напрямую влияет на то, сколько посетителей пройдет через аттракцион, который он эксплуатирует. Например, чем меньше оператор отвлекается на телефон, сидит в операторской, чем более он приветлив и доброжелателен – тем больше посетителей он обслужит. Для построения рейтинга операторов мы используем пять по-

казателей. О двух из них, самых важных, на которые влияют операторы, расскажу подробно:

**а.** конверсия – какая доля карт парка (депозитных и безлимитных) использовалась на конкретном аттракционе, от общего количество карт. Например, за день в парке было использовано 100 карт, из них 15 карт – на колесе обозрения. Значит, конверсия колеса обозрения составит  $15/100 = 15\%$ . По сути, конверсия показывает, насколько популярен каждый отдельно взятый аттракцион в парке.

**б.** среднее количество посетителей на одну карту. Например, на Колесе обозрения за день использовалось три карты парка. По одной карте прошел один человек, по второй – двое, по третьей – трое. Средним количеством посетителей по одной карте парка будет  $(1+2+3)/3=2$  человека. Например, у Колеса обозрения один из самых высоких показателей по парку, так как оно подходит для широкого круга посетителей и большинства членов семьи. А для детских аттракционов характерны показатели ниже среднего относительно других аттракционов, так как, в основном, ребенок катается сам, или в сопровождении одного взрослого.

Оба показателя индивидуальны для каждого аттракциона. Как и в предыдущих случаях, не столь важны абсолютные показатели, как их динамика с течением времени, и в зависимости от того, какой оператор эксплуатирует аттракцион. Мы отслеживаем выход этих показателей по каждому аттракциону за пределы стандартного отклонения, рассчитанного по накопленным данным – это является сигналом для руководителя, что нужно понаблюдать за работой оператора и выяснить, что идет не так. О выходе показателей за пределы нормы сигнализирует автоматизированная система – уведомления приходят администраторам в Telegram с указанием, на каких аттракционах наблюдаются отклонения. Благодаря рейтингу мы легко можем отследить операторов со стабильно низкими показателями и провести с ними работу. Подчеркну, что сигнал – это не констатация факта, что оператор плохо выполняет свою работу. Но качество работы оператора всегда отражается на конверсии и среднем количестве посетителей на одну карту.



**4. Премирование (материальное стимулирование).** Изначально операторы работали в парке по обычной схеме: ставка за смену + фиксированная премия (20% от оклада). В определенный момент мы пришли к выводу, что фиксированная премия неэффективна и никак не влияет на результат работы сотрудников. В итоге решили сделать премию переменной, зависящей от того, сколько человек прошло через аттракцион, по принципу «1 рубль за проход». То есть, если на цепочной карусели стоял один оператор и за день на ней прокатилось 1000 человек, то оператор получит премию за день 1000 рублей. Если же операторов на цепочной карусели было двое, то общая премия в размере 1000 рублей делится между ними пропорционально. Благодаря данному нововведению, мы смогли повысить эффективность работы операторов, значительно сэкономив при этом ФОТ. В качестве ключевого показателя эффективности системы выбрали среднее по парку количество посетителей на одну карту – он вырос на десятки процентов в течение пары месяцев после старта новой системы премирования. То есть, операторы стали гораздо более заинтересованы в том, чтобы через аттракционы, на которых они стоят, прошло как можно больше посетителей. Безусловно, при соблюдении всех требований безопасности. И еще два важных преимущества системы: у операторов появился стимул учиться эксплуатации «кассовых» аттракционов, чтобы зарабатывать больше, а у администраторов появился дополнительный управленческий инструмент – если у оператора стабильно хорошие показатели, это скорее все-

Оператор	Аттракцион	Премия	Премия (месяц)
Сидоров Дмитрий Иванович	Лабиринт страха	100 Р	200 Р
Сидоров Дмитрий Иванович	Паровозик	200 Р	200 Р
Сидоров Дмитрий Иванович	Конвой	0 Р	550 Р
Сидоров Дмитрий Иванович	Ракета	400 Р	600 Р
Петров Александр Григорьевич	Карусель "Вальс"	200 Р	200 Р
Петров Александр Григорьевич	Зеркальный лабиринт	100 Р	800 Р
Петров Александр Григорьевич	Дом страха	50 Р	450 Р
Петров Александр Григорьевич	Колесо	500 Р	1 500 Р
Петров Александр Григорьевич	Качели	0 Р	300 Р
Иванов Сергей Петрович	Динопарк	150 Р	600 Р
Иванов Сергей Петрович	Дом вверх дном	0 Р	500 Р
Иванов Сергей Петрович	Гусеница	250 Р	350 Р
Иванов Сергей Петрович	Автодром	100 Р	100 Р

го значит, что он хорошо работает и его нужно ставить на более «кассовые» аттракционы. Важнейшим элементом системы является наличие возможности у оператора в любой момент времени посмотреть, сколько он заработал. Поэтому мы сделали онлайн-дашборды, которые отображают премию по каждому оператору как за текущий день, так и за месяц.

5. Геймификация (нематериальное стимулирование). В определенный момент у нас возник вопрос, как можно системно повысить

вовлеченность операторов в работу таким образом, чтобы они как можно больше времени находились в хорошем настроении и транслировали его на посетителей. Появилась идея создать контекст игры и вовлечь в него операторов. Мы решили, что за каждый проход посетителя на аттракцион, оператор получает единицу «опыта», как в компьютерных играх. Накопив определенное количество «опыта», оператор получает сначала бронзовую, затем серебряную и золотую медали за работу на конкретном аттракционе, которые может обменять на призы. Например, на безлимитную карту парка, возможность самостоятельно выбрать аттракцион, на котором он будет работать в течение дня, поработать администратором и т. д. Медали можно заработать на разных аттракционах – тем самым мы также стимулируем желание оператора обучиться эксплуатации большего количества аттракционов. Спустя полгода работы системы мы с уверенностью можем сказать, что геймификация значительно увеличила вовлеченность и интерес операторов к работе.



Холдинговая компания  
Лаборатория электрохимических технологий

8 (495) 232-00-66

let@eca.ru

www.eca.ru

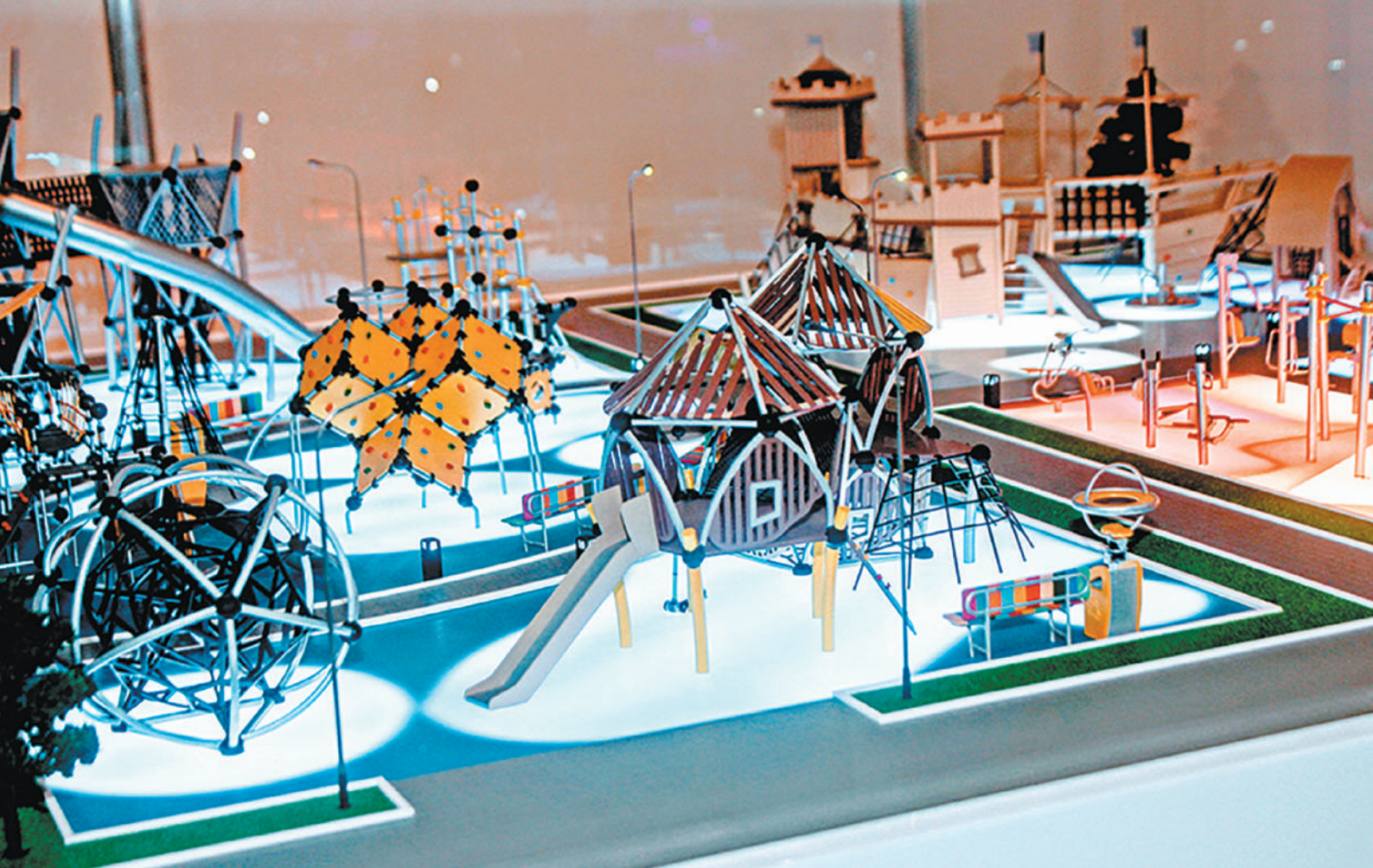


ГЕНЕРАТОРЫ ГИПОХЛОРИТА НАТРИЯ

от 0.8% (8 г/л) до 19% (190 г/л)

от 1 килограмма в сутки

НИЗКАЯ СЕБЕСТОИМОСТЬ



## Индустрия на пути выздоровления Итоги РАППА ЭКСПО-2021

В то время, когда ситуация с коронавирусом в России и мире постепенно нормализуется, индустрия развлечений тоже, пусть и медленно, встает на «путь выздоровления». Очередная выставка РАППА ЭКСПО, которая, несмотря на непростые организационные условия, состоялась, и для многих специалистов стала долгожданным событием и своеобразным стимулом для продолжения работы.

23-я Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2021» прошла с 30 марта по 1 апреля 2021 года в Москве в павильоне 57 на ВДНХ.

Организатор выставки – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). Генеральный спонсор – компания «Пакс-Дизайн». Генеральный информационный партнер – журнал «КИР». Интернет-партнеры выставки: [vtorio.com](http://vtorio.com) и др.

Для предупреждения риска распространения коронавирусной инфекции в выставочном

павильоне были соблюдены все необходимые условия безопасности и требования Роспотребнадзора.

В выставке приняли участие более 100 компаний, представляющих Россию, Беларусь, Италию, Канаду, Китай и Турцию.

Тематика выставки охватила все основные направления индустрии развлечений: аттракционы парковые, игровые автоматы, аттракционы виртуальной реальности, детские и спортивные площадки, тир, веревочные парки, устройства контроля доступа, системы автоматизации, аквапарки, вендинговое оборудование, торго-



вые и призовые автоматы, услуги по проектированию развлекательных комплексов и др.

Ряд компаний участвовали в выставке впервые: WARPOINT, Мастерград, Мастер Лекс, Прометаль, Пластрон и Ко, Технопарк «Айра», Milkymoon's, Kindermatic, ТЭДЭКС и др.

Среди трендов прошедшей выставки можно отметить технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности. Из числа экспонентов, представивших этот сегмент индустрии развлечений, стоит выделить компанию из Екатеринбурга WARPOINT, которая на своем стенде представила VR нового поколения – арену виртуальной реальности, где игроки сражаются в формате «команда на команду», современный аналог пейнтбола или лазертага.

Тренд VR поддержала и компания «Северный пресс», представившая новую модификацию аттракциона «ПАРАШЮТИСТ» – симулятора полного цикла этапов прыжка с парашютом, моделирующего физические ощущения полета в виртуальном пространстве.

В этом году на РАППА ЭКСПО также было много производителей и поставщиков детских и спортивных площадок: ГК АВИРА, ЕВРО МАФ, ОтАдоЯ, Новые Горизонты, Zhejiang Lejian Amusement Toys Co., Технопарк «Айра», Robinia Bohemia и др.

По отзывам большинства участников эффект от выставки превзошел все ожидания, особенно учитывая постпандемийные условия, в которых она проводилась.

За три дня выставки посетили более 2000 специалистов: руководители и топ-менеджеры парков, развлекательных центров, аквапарков, представители администраций городов и регионов, девелоперы и инвесторы, владельцы и директора домов отдыха, гостиниц, курортов, производители, поставщики и дистрибьюторы развлекательного оборудования, индивидуальные предприниматели, представители СМИ и другие заинтересованные лица.

Традиционно выставка сопровождалась насыщенной деловой программой. В различных мероприятиях приняли участие более 150 спе-



**РАППА ЭКСПО-2021 стала важным событием, которое обозначило первые шаги по выходу отрасли из кризиса.**

циалистов из России и стран СНГ. Тренинги и мастер-классы провели ведущие российские и зарубежные эксперты. Основное внимание уделялось вопросам инвестиций в индустрию развлечений, работе предприятий после пандемии, рискам при эксплуатации аттракционов и другим злободневным темам.

В числе мероприятий прошли семинары: «Парк развлечений как инвестпроект: что делает вложения эффективными» (провела компания «EntenS Group», г. Москва), «Риски при эксплуатации аттракционов и развлекательного оборудования» (провел Андрей Петренко, управляющий партнер ООО «НЦБ «Русские горки», г. Краснодар), семинар-тур «Новые требования и тенденции в сфере общепита для индустрии развлечений», прошедший на базе одного из предприятий быстрого питания.

Также состоялось несколько мастер-классов: «Создаём творческую команду в парке отдыха к



сезону» (провели Вилена Коинова и Юлия Но-вицкая – учредители агентства по организации праздников «Fibikids» и Арт-Студии «Лайм», г. Казань); «Трансформация развлекательного бизнеса: как найти точки роста» (провела компания «Моя команда», г. Сургут).

Большое число участников собрали тематические конференции: «Современные пути развития парков культуры и отдыха», «Тенденции развития современной индустрии развлечений: технологии нового времени», «Управление и организация эффективной работы аквапарка».

Впервые в рамках весенней выставки прошли занятия Учебного Центра РАППА по программе «Безопасность и эффективность эксплуатации аттракционов» (29 марта – 02 апреля).

Среди специальных мероприятий деловой программы стоит выделить научно-практическую конференцию «Современная индустрия досуга: векторы модернизации», организованную совместно РАППА и Московским государственным институтом культуры для будущих специалистов индустрии развлечений.

В рамках выставки также состоялась презентация новой книги Марины Никлаус, известного HR-специалиста, «Управление персоналом в индустрии развлечений от «А до «Я».

Помимо экспозиции и деловой программы выставка запомнилась вручением ежегодной международной премии «Golden Pony Moscow 2021» (учредитель – издательский дом «Facto Edizioni»). Итальянские организаторы из-за действующих международных ограничений, к сожалению, не смогли лично присутствовать на торжественной церемонии. Луиза Дэль Бианко, вице-президент «Facto Edizioni», обратилась к гостям с приветственным словом в режиме online и пожелала профессионалам индустрии развлечений успехов и преодоления всех трудностей.

Лауреатами «Golden Pony Moscow 2021» стали: Аэромир (г. Екатеринбург), Парк аттракционов Jibek Joly (Казахстан), BRAINY LAB (г. Новосибирск), Чудо парк (г. Электросталь), Остров Мечты (г. Москва), Jumanji Park/ОтАдоЯ (г. Новосибирск), Аквакомплекс Лужники (г. Москва), Парк Амазония (г. Чебоксары), Учебный центр РАППА (г. Москва).

Пандемия коронавируса крайне негативно повлияла на мировую индустрию развлечений.



В этих условиях значимость выставки РАППА ЭКСПО-2021 существенно возросла. Она стала важным событием, которое обозначило первые шаги по выходу отрасли из кризиса, представила новых игроков на рынке и показала новые возможности для развития индустрии развлечений.

На протяжении многих лет РАППА ЭКСПО остается главной деловой площадкой, где происходит обмен опытом между профессионалами развлекательной отрасли, презентуются последние достижения в сфере производства развлекательного оборудования, а также рождаются новые идеи и проекты, способствующие совершенствованию сферы досуга в нашей стране.

*Андрей Осипов*

Ждем Вас на следующей 24-й Международной выставке «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2022» (16-18 марта 2022г., Москва, ВДНХ, пав. 57).

**С НАМИ В МИР РАЗВЛЕЧЕНИЙ!**



# Лауреаты «Золотого



Bariny Lab,  
г. Новосибирск



Jumandji park  
ОтАдоЯ,  
г. Новосибирск



Аквакомплекс  
Лужники,  
г. Москва



Аэромир,  
г. Екатеринбург



Остров Мечты,  
г. Москва



# Пони Москва – 2021»



Парк Амазония,  
г. Чебоксары



УЦ РАППА,  
г. Москва

Парк  
аттракционов  
Jibek Joly,  
г. Казахстан



Чудо парк,  
г. Электросталь





# ОЖИВШИЕ ПОЛОТНА

## Тенденции развития мультимедийных выставок

*Диана Костина*  
Генеральный директор  
корпорации развлечений «Big Funny»

**Продолжающаяся цифровизация активно проявляется во всех аспектах нашей жизни, мультимедийные технологии все больше проникают в культурный мир, музейную деятельность и индустрию развлечений.**

**Использование цифровой визуализации для демонстрации предметов искусства является тенденцией, которая сейчас показывает устойчивый рост в сфере культуры и развлечений во всем мире.**

**Последние несколько лет интерес игроков индустрии развлечений обращен к реализации различного рода мультимедийных проектов, одним из которых является мультимедийный формат «ожившие полотна» различных художников с мировым именем.**

### Что вообще представляют из себя «ожившие полотна»?

Это мультимедийное шоу, в котором сочетается три вида искусства – живопись, компьютерная анимация и музыка. Диджитал-художники создают анимированный фильм, посвященный творчеству одного или нескольких художников. Как правило, это 40-минутное мультимедийное шоу, которое предоставляет зрителю возможность увидеть привычные полотна в трёхмерном измерении, окунуться в прошлое или попасть в альтернативную реальность с помощью цифровых технологий, взглянуть на привычные вещи под новым углом.

Мультимедийный контент проецируется на все стены и пол в сопровождении музыки, которая помогает передать настроение и погрузить зрителя в мир эстетики и аллюзий. Иногда подобные шоу сопровождаются фактами из биографии художников или его цитатами.

Мультимедийные шоу подобны голливудскому блокбастеру, который вызывает яркие эмоции зрителя не за счёт сюжета, а при помощи различных спецэффектов, которые достигаются за счет

игры света и музыки, 3d анимации и качества проецируемого изображения.

Мультимедийные технологии помогают экспозициям выйти за привычные рамки жанра: подобный иммерсивный опыт формируют эмоциональную связь между зрителем и художником. Таким образом, гость становится не просто наблюдателем, но соучастником процесса.

### Причины востребованности и успеха мультимедийных выставок.

Мы все давно привыкли воспринимать мир через средства мультимедиа.

Экраны смартфонов заменяют для нас окружающую действительность и, вместо того, чтобы рассматривать детали оригинальных произведений и восхищаться техникой и замыслом автора, мы охотнее отправимся на мультимедийное шоу и будем выкладывать stories в Instagram.

Миллениалы и поколение Z составляют более 60% населения земли. Для того, чтобы различным развлекательным форматам быть востребованными среди этих поколений – необходимо понимать потребности этих поколений, соответствовать их интересам и говорить на их языке.

Поскольку и миллениалы, и поколение Z технически более хорошо подкованы, чем любое другое поколение, – использование цифровых технологий визуализации для демонстрации искусства является очень эффективным способом взаимодействия с этой аудиторией, и делает посещение музеев и мультимедийных шоу более привлекательным.

### История появления «оживших полотен» в России.

В России в Москве первая мультимедийная выставка прошла в 2014 году, хотя тогда этот формат развлечений не являлся чем-то новым в мире, мультимедийные технологии начали использовать в Европе, Австралии и США еще в 1990-е годы.

Первой мультимедийной выставкой в России стала экспозиция «Ван Гог. Ожившие полотна», которая открылась в Москве в Центре дизайна Artplay в 2014 году. Российская компания Ivision приобрела лицензию на прокат мультимедийного контента у австралийской компании Grand Exhibition.

В России подобного формата развлечений на тот момент не было, предприятие было довольно рискованным, но цель оправдала средства: сразу после открытия выставка побила все рекорды посещаемости. В Москве выставку за несколько месяцев работы посетили 200 000 человек, после чего выставка переместилась в Санкт-Петербург и была столь же успешна.

Разумеется, после такого успеха очень быстро начали появляться новые проекты. Картины Сальвадора Дали, Иеронима Босха, Питера Брейгеля и других популярных художников были оцифрованы, многократно увеличены, дополнены музыкальным сопровождением и закадровым текстом с использованием архивных документов.

На подъеме интереса к мультимедийным проектам в 2014 году на Artplay образовалось собственное подразделение, занимающееся выставками, Artplay Media. Их первым авторским проектом стала выставка «Великие модернисты. Революция в искусстве». Сейчас на площадке Artplay демонстрируется 12 мультимедийных выставок, ротация которых происходит приблизительно один раз в три месяца. Несмотря на небольшую площадь (около 400 м<sup>2</sup>) площадка Artplay довольно популярна и имеет постоянную базу гостей, которые интересуются обновлением мультимедийного контента и с удовольствием посещают новые выставки.



### Мультимедийные выставки в мире. Музей цифрового искусства Atelier de Lumieres (Париж, Франция).

Компания Culturespaces, основанная в 1990 году во Франции в Париже, является крупнейшей частной организацией, управляющей государственными французскими музеями. Компания является одним из ключевых игроков в культурном ландшафте Европы. Culturespaces использует старинные заброшенные здания и преобразует их в современные площадки для демонстрации мультимедийного контента.

В 2016 году компания Culturespaces запустила проект мультимедийных выставок Carrières des Lumières в Les Baux-de-Provence и Atelier des Lumières в Париже. Компания развивается стремительными темпами: в 2020 году Culturespaces открыли новую площадку под названием Bassins de Lumières в Бордо (Франция), а в этом году – площадку в Dubai Mall в ОАЭ. На очереди – стационарный проект компании в США в Нью-Йорке.

Что же можно увидеть в Atelier des Lumières? В первую очередь, это картины, спроецированные на стены высотой 10 метров на площади 3300



квадратных метров. Учитывая, как сильно сейчас люди связаны с цифровыми технологиями, создатели проекта поставили себе целью сделать искусство доступным для широкой аудитории, которая нерегулярно посещает музеи или галереи.

Работы художников проецируются на стены, потолок и даже пол. По всему периметру зала установлено 140 лазерных проекторов. В процессе демонстрации мультимедийного контента в зале звучит классика: Шопен, Бетховен, Моцарт, Вагнер и другие. Для трансляции звука установлено 50 специальных колонок. Все это в сочетании делает из обычной выставки настоящее шоу. Идея создателей проекта заключалась в том, чтобы сделать искусство интересным для молодежи и донести его до массового зрителя.

Проекты компании Culturespaces являются самыми известными (и самыми дорогими с точки зрения инвестиций) на сегодняшний день: в 2018 году, до пандемии, Atelier de Lumieres в Париже посетило 1,4 млн. гостей.

### Мультимедийное шоу «Ван Гог» в США.

США на сегодняшний день являются страной, где спрос на мультимедийные шоу растет бешеными темпами, несмотря на то, что индустрия развлечений еще не полностью восстановилась после пандемии Covid-19.

В феврале 2021 года на рынок США вышла канадская компания Starvox с мультимедийным шоу Immersive Van Gogh. До выхода на рынок США Starvox с большим успехом провел мультимедийную выставку в Канаде в Торонто, несмотря на ряд ограничений для бизнеса в сфере услуг, введенных правительством страны в связи с панде-

мией. Starvox была первой компанией в мире, которая адаптировалась к введенным ограничениям и реализовала «drive-in» формат посещения мультимедийной выставки, который позволял въехать в помещение на машине и наблюдать мультимедийное шоу из салона личного автомобиля. На одном сеансе мультимедийного шоу могло находиться одновременно 14 автомобилей.

Выставка прошла очень успешно и Starvox стала открывать мультимедийные выставки Immersive Van Gogh в США.

В феврале 2021 года были открыты первые временные выставки в Чикаго и Сан-Франциско. Билеты на эти мультимедийные шоу были полностью распроданы до начала открытия выставок. Вначале было объявлено, что выставки в этих городах будут работать 4 месяца, однако спрос на посещение

мультимедийного шоу оказался очень высоким, и график показа в этих городах был продлен на год.

После невероятного дебюта компании Starvox в США, на рынок развлечений США вышло еще 4 компании: из Бельгии, Канады, Австралии и Франции с передвижным форматом мультимедийного шоу «Ван Гог». Это разные мультимедийные продукты, однако, все они основаны на известных работах Ван Гога.

На сегодняшний день все эти компании в США очень успешно работают, несмотря на конкуренцию между собой, и даже несмотря на то, что в некоторых городах США график проведения выставок пересекается: в отдельных городах в отдельные месяцы одновременно демонстрируются два мультимедийных шоу Ван Гог от разных компаний. Все эти выставки с средним посещает от 20 000 до 40 000 гостей в месяц.

*Мультимедийные шоу подобны голливудскому блокбастеру, который вызывает яркие эмоции зрителя не за счёт сюжета, а при помощи различных спецэффектов.*





Реклама



# HAMSTER WHEEL COASTER

THRILL RIDES FAMILY RIDES CHILDREN RIDES

[WWW.ITALPARK.RU](http://WWW.ITALPARK.RU)

MOSCOW - INFO@ITALPARK.RU





# ПАРК «НЕЛЖА. РУ» - В СКАЗКУ ВСЕЙ СЕМЬЕЙ

В живописном уголке Рамонского района Воронежской области селе Нелжа, расположен одноименный парк детского и семейного отдыха «НЕЛЖА.РУ».

Здесь живут Баба Яга и Домовенок Кузя, Кощей Бессмертный и Василиса Премудрая, Емеля ездит на самоходной печи, а под Новый год, в свою Лесную Резиденцию, приезжает главный волшебник земли русский – сам Дед Мороз! На Масленицу жарят блины и провожают зиму с таким размахом, что масленичная неделя растягивается на все три. В канун Великого Дня Победы тут вспоминают подвиги наших дедов и прадедов и чтут память погибших воинов. А лето проводят в компании с Мятным Единорогом и любимым книжным героем ребят всех возрастов – Гарри Поттером!

Этот мультикультурный проект, история которого началась 15 декабря 2017 года с грандиозной программы «Лесная резиденция Деда Мороза», успел завоевать большую любовь не только детей, но и взрослых. Ведь здесь уютно уживаются сказка и история, приключения и фантазия, старина и современность.

На сегодняшний день территория парка составляет 70 000 м<sup>2</sup>, на которой расположено свыше 10 игровых и тематических локаций – от все-

погодного катка и горок с тюбами, футбольного и волейбольного полей, полосы препятствий, детских уличных спортивных и игровых площадок на свежем воздухе, большой сенсорной песочницы, до катания в конных экипажах и Шатра сказок, где проходят театрализованные представления. А также здание Земской школы, музейный комплекс «Соколов хутор», Сказочный лес с Бабой Ягой и атмосферное кафе «Тулиновъ Дача».

## Возрождение памятника архитектуры, как начало большого пути

Безусловно, самой яркой жемчужиной парка НЕЛЖА.РУ является Земская школа, одна из старейших в области. Ее история начинается с 1868 года, когда школу открыли при церковной капраулке. В 1904 году по просьбам местных жителей было заложено нынешнее здание школы, так как прежнее стало не пригодно для обучения. Новая школа строилась около 10 лет. Большое здание из красного кирпича было нетипичным для сельских школ того времени. Школа приняла первых учеников в 1914 году. В таком виде она дошла до наших дней. Но в 2005 году школу пришлось закрыть. Здание целое десятилетие пребывало в разрухе и запустении. Пока в 2017 году ее с любовью не отреставрировали по архивным чертежам.

Сейчас в Земской школе проходят образовательные программы, мастер-классы и лекции, рассчитанные на ребят разного возраста. На счету преподавателей многочисленные победы на всероссийских конкурсах.

Отдельно стоит сказать о том, что в школе располагается уникальная коллекция «Народной глиняной игрушки», которая насчитывает около 1000 экспонатов. Здесь представлены образцы традиционной керамики Воронежского, Карачунского, Романовского, Каргопольского, Дымковского и многих других игрушечных промыслов России, а также игрушка народов мира.

Это единственная коллекция подобного рода на территории Воронежской области, которая находится в свободном доступе.

### Старина в деталях

А еще на территории парка НЕЛЖА.РУ расположен музейный комплекс «Соколов хутор», который включает в себя часть старинной улицы села, подлинные дома постройки конца XIX века, принадлежавшие семейству Соколовых. Здесь размещены три экспозиции – Дом крестьянский, Ткацкая мастерская, Дом земской учительницы. А не так давно, были открыты Конюшня и Скотный дворик, воссозданные по образу и подобию конца XIX века. При их строительстве использовались аутентичные материалы. В музейном комплексе проходят экскурсии, образовательные программы,



мастер-классы, которые знакомят гостей парка с ремёслами, традициями и укладом жизни местного населения начала XX века.

Но путешествие в историю будет не полным, если не отправиться на лесную прогулку или экскурсию по селу Нелжа в конных экипажах или санях – одноконном или двухконном, легендарной русской тройке или же на омнибусе, многоместной повозке. В упряжке будут знаменитые орловские рысаки или владимирские тяжеловозы.

### «Шатер сказок» – от шуточных представлений до серьезных постановок

Еще одно уникальное место парка НЕЛЖА.РУ – это «Шатер сказок». Здесь проходят спектакли и концерты, показывают кино или отмечают дни рождения с веселыми дискотеками. С выступлениями сюда приезжали группа «Калинов мост», автор и исполнитель песен Игорь Растеряев, гусляр Ольга Глазова, Малый Театр Кукол (СПб) и гитарист и композитор Александр Виницкий.

А не так давно, совместно с театром кукол «Karlsson Haus» из Санкт-Петербурга, был поставлен первый спектакль «Цапля и Журавль», который положил начало новому творческому направлению парка.

**Территория парка составляет 70 000 м<sup>2</sup>, на которой расположено свыше 10 игровых и тематических локаций.**



## Каток под открытым небом

В декабре 2020 года в НЕЛЖА.РУ открылся большой каток под открытым небом, который расположился в самом сердце парка и стал новой локацией для загородного активного отдыха всей семьей, встреч с друзьями или назначения романтических свиданий. Ледовое поле катка составило 1800 кв.м., а благодаря специальной трубной системе охлаждения ICEGRID®ISS (Германия) лед не тает при температуре до +10 градусов.

Прокат с раздевалкой и заточкой коньков размещается в просторном отапливаемом помещении общей площадью 500 квадратных метров, рядом с катком. Здесь же можно выпить горячего чая или кофе, а также посетить сувенирную лавку с приятными памятными подарками, тематическими вещами, сладостями от кафе «Тулиновъ Дача».

Особо стоит сказать про парк проката коньков, который на сегодняшний день является самым большим в Черноземье. Он насчитывает 300 пар новых итальянских коньков фирмы ROXA. Также для защиты от неудачных падений в прокат можно будет взять налокотники, наколенники и шлемы. А для тех, кто еще не уверен в собственных силах, для поддержки на льду предусмотрены пластиковые помощники фигуриста.

## Вкус загородного отдыха

После активного отдыха на свежем воздухе, отправляйтесь пообедать в атмосферное кафе «Тулиновъ Дача». Комфортно расположиться большой компанией или уютно разместиться семьей можно в одном из четырех залов, а в теплое время года – на просторной веранде.

В меню кафе представлены русская и европейская кухни, с использованием тщательно отобранных свежих сезонных продуктов.

В конце нашего рассказа стоит сказать, что парковые локации адаптированы для людей с ограниченными возможностями. Сюда можно приехать как на своем личном автомобиле, так и группой на экскурсионном автобусе, для автотранспорта предусмотрена парковка на 600 мест.

Но самое приятное в этой истории то, что парк НЕЛЖА.РУ работает круглый год. Вход на территорию свободный.

*Юлия Денисова*



Реклама

Производство  
подготовлено

12 лет

Фабрика  
РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Российский производитель  
детского игрового оборудования

346780, Ростовская область,  
г. Азов, Кагальницкое шоссе 18-А

тел.: 8-863-27-50-681, 8-800-200-98-91  
тел. моб.: 8-919-89-95-335, 8-938-10-35-325,  
8-918-89-35-335, 8-918-89-59-411  
e-mail: info@atrakzion.ru; game@atrakzion.ru

[www.atrakzion.ru](http://www.atrakzion.ru)



## НА СТАРТ: что ждет картинг в будущем?

Картинг как аттракцион, да и как спортивный снаряд тоже, всегда ассоциировался с бензиновыми двигателями – громкими, выделяющими выхлопные газы, запах разъяденных от разлитого масла шин, и это придавало ему свой шарм. Сегодня бензиновые двигатели достигли совершенства, но по-прежнему обладают все теми же недостатками, а людям хочется чего-то нового и современного. И вот тут многие производители картов, прочувствовав, что хотят посетители картинг-клубов, начали предлагать электрокарты.

Первые модели электрокартов обладали рядом недостатков. Самый главный из них – малое время, которое карт мог непрерывно ехать, и долгое время зарядки аккумуляторов. К примеру, обычное время одного заезда в прокатном картинге – 10 минут, при этом электрокарт мог проехать максимум 25 минут и потом его надо было заряжать минимум 60 минут. Получается, что надо было или постоянно менять аккумуляторы, либо иметь тройной парк картов – 1 катается и 2 заряжаются. Да уж, какой тут заработок может быть при таких вложениях?! Долгий заряд и большой парк, ко-

торый дорого содержать, одна из причин, по которой первые картинг-клубы с электрокартами 2010-х годов в России потерпели фиаско, не проработав и года. Но второй причиной непопулярности электрокартинга в России была неготовность населения к такой новинке.

Технологии не стоят на месте, и в наше время производители батарей разработали множество вариантов аккумуляторов с различными техническими характеристиками. При малых габаритах аккумуляторных ячеек стало возможным сделать большую емкость, что позволило увеличить чистое время езды карта. Например, у российских

и европейских производителей картов используются LiFeMnPO<sub>4</sub>-аккумуляторы. Данный тип аккумуляторов выдерживает около 10000 циклов зарядки без существенной потери емкости, не боится морозов (что актуально для России и её холодных регионов), и имеет высокую плотность – при маленьких размерах батареи можно получить большую емкость. Современные карты способны без подзарядки проехать минимум 40 минут (3-4 заезда по 10 минут) и потом требуется зарядка. Но и тут современные технологии ушли вперед – так называемые «быстрые зарядки» позволяют заряжать карт почти за то же время, что он разряжается, или даже немного быстрее. Благодаря этому уже появляется экономический смысл в открытии картинг клуба. Нет ГСМ, нет запаха выхлопа, тихо, электричество дешевле бензина... Одни плюсы!

А теперь вернемся ко второй проблеме: почему не стал популярен электрокартинг «первой волны»? Если раньше люди настороженно относились к электротранспорту, то в наше время уже нонсенс не увидеть летом на улице электросамокат, электровелосипед, да и электромобиль Tesla уже не так привлекает на себя внимание, как раньше. Люди начали привыкать к электротранспорту и поняли его достоинства.

Открывшиеся относительно давно, более двух лет назад, картинг-клубы в Москве и Санкт-Петербурге являются, так сказать, второй волной электрокартинга, и стоит заметить, что порой очереди из желающих покататься у них даже больше, чем в «классических» картинг-клубах с бензиновыми моторами.

Для некоторых предпринимателей, планирующих открыть картинг-клуб, останавливающим фактором в выборе электрокартов может оказаться их цена, почти в 2 раза превышающая стоимость бензиновых аналогов. Но не стоит забывать, что при эксплуатации электрических машин, как минимум, будет экономия на масле и бензине, которые требуются для бензиновых моторов. Ну, а вторым фактором, являющимся плюсом открытия картинг-клуба на электрокартах, это конечно же привнесшиеся для многих поклонников картинга бензиновые машины. Для крупных городов России электрокартинг будет по сути новым видом развлечения, в котором вы можете быть первым в своем регионе.

**Для крупных городов России электрокартинг будет по сути новым видом развлечения, в котором вы можете быть первым в своем регионе.**



Однако, несмотря на кажущуюся простоту, картинг как вид бизнеса, может быть прибыльным только при правильном подходе. На данный момент мало купить машинки и построить трассу.

В связи с вступившим в силу 9 апреля 2020г. Постановлением Правительства Российской Федерации от 30.12.2019 г. N1939 «Об утверждении Правил государственной регистрации аттракционов» все картинги, в том числе электрические, являются аттракционами и подлежат обязательной регистрации в Ростехнадзоре. Это пусть и не-

большая проблема, и относительно недорогая процедура (в среднем регистрация картинг-клуба, в зависимости от региона, обойдется в 50-100 тыс. руб.), является обязательной при открытии картинг-центра.

Если не зарегистрироваться, то самым безобидным будет закрытие объекта до регистрации. Но перед регистрацией вам потребуется купить оборудование и построить трассу.

Электрокарты могут составить до 50% от общих инвестиций в объект, и на них нельзя скупиться, если мы хотим получить современный картинг-центр, который будет себя окупать и приносить прибыль.

На данный момент лидерами в электрокартинге на европейском рынке являются компании OTL (Италия) и RIMO (Германия). Средняя стоимость электрокарта для взрослых в Европе составляет 11-12 тысяч евро, детские электрокарты немного подешевле. С учетом доставки и уплаты всех налогов в России стоимость карта может достигнуть 16-17 тыс. евро.

В России на данный момент нет производителей картов, однако российская компания «Пилот-карт» ведет разработку собственных электрокартов и обещает скоро представить их на рынке. Ориентировочная стоимость составит примерно 500 тысяч рублей за карт.

С ценами на карты есть понимание, но давайте попробуем посчитать, чем же, помимо новизны для рынка, открытие электрокартинга может быть выгодно.

Итак, давайте возьмем для примера стоимость 1 кВт электроэнергии в Москве – 5,5 руб/кВт. С аккумулятором емкостью 40 Ач электродвигатель за 30 минут израсходует примерно 3 кВт, то есть в рублях это будет примерно 16,5 руб. За десятиминутный заезд получается расходы в Москве на «топливо» составят 5,5 руб.

Вернемся к бензиновым моторам – 5 литров бака обычно хватает на 6 заездов по 10 минут, то есть расход в среднем 0,8 литра за 10 минут, в рублях при средней цене бензина 50 руб/литр это будет 40 руб. В итоге получаем – за 10 минут электрокарт «съедает» 5,5 руб, а бензиновый двигатель «расходует» 40 руб за это же время.

Итак, экономия почти в 8 раз! Например, если у вас в месяц прошло 2500 машинозаездов, то на бензин вы потратите 100 000 руб, а на зарядку аккумуляторов 13 750 руб! Остальные расходы, такие как износ и поломка запчастей, примерно одинаковые, и зависят от трассы и ее конфигурации – чем «затычнее» трасса, тем больше вероятность столкновений с отбойником и повреждения картов.

От того, как вы построите трассу, зависит не только, как часто вы будете ремонтировать карты после ударов в отбойники, но и поток клиентов. Прошли времена, когда можно было просто накидать на пол покрышек, над входом повесить вывеску «Картинг» и сидеть «стричь деньги» с фанатов скорости! В наше время клиент стал требовательным. Трасса должна быть и техничной, и интересной, и красивой. Да-да,

красивой! Именно дизайн трассы играет важную роль в том, придет ли ваш гость еще раз или нет. Неоновая подсветка, тоннели, стрелочки-указатели направления, красивые стены или плакаты вдоль трассы – вот одна из главных составляющих успеха картинг-клуба. Точную стоимость трассы оценить тяжело, так как все зависит от полета мысли дизайнера, но менее чем за 7-10 млн. рублей вы вряд ли сделаете хороший объект.

Расходы примерно понятны, теперь давайте попробуем просчитать прибыль. Предположим, вы нашли хорошего управляющего и в среднем в месяц у вас 2000 машинозаездов. При стоимости 1 заезда, к примеру в Москве, 1 000 руб., в месяц выручка составит 2 млн. руб. Из них надо вычесть расходы на запчасти и электроэнергию для картов, в среднем 150 000 руб. на 15 картов, на зарплаты сотрудников около 300 000 руб., дополнительные расходы (канцелярская, сувенирка, реклама и т.п.) 50 000 руб., ну и самое дорогое аренда, тут как договоритесь, в лучшем случае это около 800 000 руб. Итого расходы около 1,3 млн руб при выручке 2 млн. руб.

Еще раз повторюсь, что это примерные расчеты для Москвы, в регионах стоимость заезда для клиента меньше, но стоимость аренды и зарплаты тоже меньше. Дополнительной прибылью являются школа картинга и корпоративные мероприятия, которые, к сожалению, из-за сложившейся обстановки с коронавирусом, стали редкостью, но эта ситуация не вечная.

В настоящее время картинг в России постепенно переходит в более качественную услугу. Площадки, сделанные «на коленке», вымирают и не выдерживают конкуренции с современными картинг-клубами. Красивая с точки зрения дизайнера и интересная для вождения трасса с электрокартами, на мой взгляд, являются наиболее перспективными направлениями для развития картинга в России.

**Олег Коржаков**

Генеральный директор ООО «Пилот-Карт»  
Фотографии предоставлены автором

**PILOT-KART**

**Компания "Pilot-Kart"**  
Крупнейший российский производитель картов и багги для проката и обучения

г. Москва, ул. Новотетёрки, д. 1  
Сайт: [www.pilotkart.ru](http://www.pilotkart.ru)  
Интернет-магазин: [www.pro-kart.ru](http://www.pro-kart.ru)  
Тел.: 8(495) 978-09-50

Реклама



# G&A 2021



## 2021 Zhongshan International Games & Amusement Fair

📍 Zhongshan Convention Center

📍 New World International Exhibition & Convention Center



# Asia Amusement & Attractions Expo(AAA)

🕒 May 10-12, 2022

📍 China Import&Export Fair Complex, Guangzhou

PEKXAMA



# TAAPE 2022



## THAILAND (BANGKOK) AMUSEMENT & ATTRACTION PARKS EXPO

🕒 September 7<sup>th</sup>-9<sup>th</sup>, 2022

📍 Impact Exhibition & Convention Center, Bangkok



☎ +86 18565552702

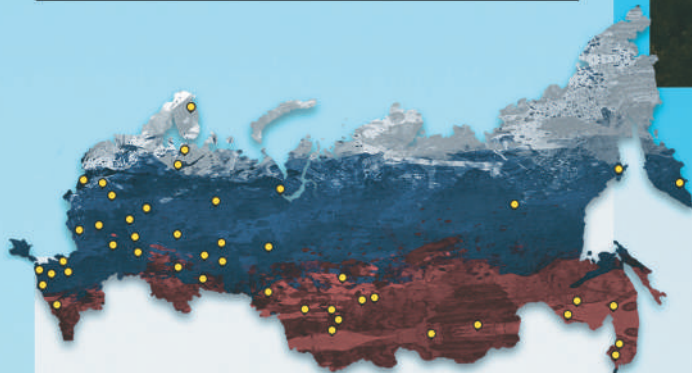
✉ sales2@grandeurhk.com

**Аттракционы:**

**Семейные  
Колеса обозрения  
28/36/42/55/60/75  
Свадебная карусель  
Цепочные карусели  
Автодромы  
«Ракушки»  
«Летающие слоны»  
Горки «Гусеница»  
«Ветерок»**

**Детские  
Колесо обозрения  
Паровозик  
Мини-джеты  
Карусели, качели  
Бассейны и батуты**

Реклама

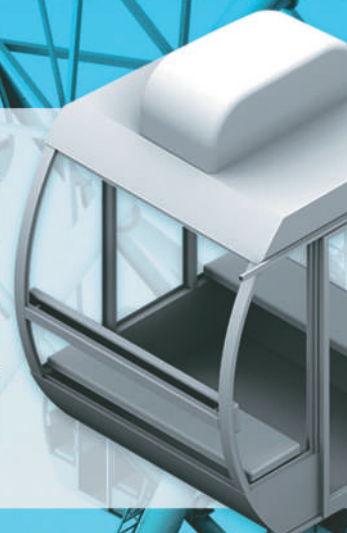


Произведенные нами аттракционы  
установлены в парках и  
развлекательных центрах на всей  
территории России, СНГ и стран  
ближнего зарубежья.

660115, Россия, г. Красноярск,  
ул. Гросовцев, стр. 3

8 (391) 226-27-26  
8 (913) 838-17-80

info@inpark.su  
inpark.su



**и детских аттракционов  
полного цикла в России  
м ТР ЕАЭС 038-2016**





# НОВОГОДНЕЕ ЧУДО

## Развлекательный бизнес и власть – новый взгляд на социальное партнерство

*Егор Рочев, владелец сети семейных  
игровых центров «Страна чудес», г. Тобольск*

Индустрия развлечений буквально ежегодно ощущает на себе влияние внешних факторов, дестабилизирующих экономику. Так, например, за последние несколько лет мы прошли несколько экономических кризисов, введение новых требований и регламентов к нашей деятельности и, конечно же, переживаем сегодня глубокий кризис от пандемии коронавируса.

В настоящее время можно наблюдать перемены во взаимодействии власти, общественных организаций и бизнеса. Это происходит и в сфере образования, и в молодежной политике. На первый взгляд может показаться, что ничего общего между вышеупомянутыми структурами нет, ведь одни преследуют извлечение прибыли, а другие решение социальных задач. Однако, имея разные цели, можно идти одной дорогой и быть максимально полезным друг другу.

Воспитание детей и формирование необходимых полезных навыков возможно не только в рамках учебного процесса, но и в играх или тематических мастер-классах, которые мы с вами, представители индустрии развлечений, как никто лучше умеем организовать.

В качестве примера приведу форму взаимодействия бизнеса и власти в рамках проекта «Новогоднее чудо», реализованного нашей командой в городе Тобольске. Этот проект помог не только привлечь нам новых клиентов в центры развлечений, но и имел социальный эффект.

Сегодня «Новогоднее чудо» – это масштабный городской проект в Тобольске, который заключается в создании новогодней игрушки руками наших потенциальных клиентов – детей. В ходе реализации проекта на базе нашего развлекательного центра мы ежегодно организуем в малопосещаемое время мастер-классы для детей школ и детских садов, рассказываем о нашей акции.

*За счет сотрудничества  
бизнеса и власти мы полу-  
чили новый маркетинговый  
канал, который приводит  
детей прямо к нам в центр.*

Для того чтобы проект стал известен максимальному числу нашей целевой аудитории, мы написали положение о проведении акции, где указали место сбора поделок, расписание бесплатных мастер-классов на базе наших центров и наши контактные данные, как организаторов. При поддержке комитета по образованию это положение ежегодно отправляется всем учебным заведениям города, руководителям начальных классов и воспитателям детских садов, которые в дальнейшем приглашают детей к участию в акции. Таким образом, за счет сотрудничества бизнеса и власти мы получили новый маркетинговый канал, который приводит детей прямо к нам в центр. Так ежегодно мы приобретаем около двух тысяч новых клиентов. И, как показала практика, посетив нас однажды, дети всегда хотят вернуться.

На успешном маркетинговом ходе через школы и детские сады мы не останавливаемся, многие сферы бизнеса и СМИ регулярно выражают жела-

ние стать нашими партнёрами. Так мы собираем призы и подарки для детей, принявших участие в акции, а местные СМИ рассказывают о нашем проекте на протяжении нескольких месяцев совершенно бесплатно, приглашая жителей и гостей города принять участие в конкурсе и направляя их прямо к нам. В первый год нам удалось привлечь 50 участников, что казалось бы не так много, но уже в последующие годы, с внедрением мастер-классов, мы собираем не менее 500 поделок, которые в последующем используем для украшения как наших развлекательных комплексов, так и торгового центра в целом.

В своём опыте мы пошли ещё дальше и начали работать с некоммерческими общественными социально ориентированными организациями (НКО), которые имеют возможность подавать проекты на гранты и привлекать бесплатные денежные средства на их реализацию. Что это значит для нас? А то, что в рамках грантовой поддержки мы можем быть не только партнёрами и спонсорами проекта, но и поставщиками услуг. Мы можем оказывать услуги на коммерческой основе по проведению мастер-классов, аренде помещений и многое другое. Взамен же, в рамках спонсорской помощи, мы предоставляем услуги, стоимость которых для нас минимальна, а для наших гостей максимальна. Это сертификаты на посещение наших центров победителям и активным участникам акции. Так за несколько лет только в рамках одного проекта нам удалось привлечь денежные средства в размере более 1 млн. рублей.

Но ведь и это не всё! В рамках завершения проекта мы проводим для всех участников, иногда на территории нашего детского комплекса, а иногда на территории торгового центра, бесплатные праздничные мероприятия, после которых дети, как правило, хотят остаться у нас уже на коммерческой основе – провести дополнительное время, а в дальнейшем, посетить наши главные представления – новогодние утренники.

Чтобы каждый ребёнок помнил о нас и рассказал всем, мы даём ему сертификат участника с нашей символикой. Такой наградой они делятся со своим родными и друзьями, в результате чего мы получаем очередную рекламу своего бизнеса.

Подведём итоги. Совместные проекты помогают частному бизнесу и государству достичь разных целей при выполнении одних и тех же задач, привлечь новую аудиторию к одной деятельности, повысить лояльность потребителей услуг. Все это позволяет бизнесу не просто удержаться на плаву



и частично компенсировать потери, но и получить выгодный маркетинг, успешную PR-кампанию и дополнительных партнёров. Объединив финансовые, кадровые и информационные ресурсы, участники сотрудничества достигают успеха быстрее и с меньшими затратами. Важно находить партнёров в разных отраслях. По отдельности каждый из участников специализируется на определенных направлениях и пользуется ограниченными ресурсами. Объединившись, мы получаем возможность работать в новых областях. И, чем больше мы отличаемся по роду деятельности и бизнес-моделям, тем интереснее и, зачастую, эффективнее получается партнерство.

## Проектируемые и строящиеся торгово-развлекательные центры в России и СНГ (2022-2023 гг.)

№ п/п	Город	Наименование объекта	Площадь объекта м <sup>2</sup>	Ввод в эксплуатацию	Развлекательная составляющая и другие услуги	Источник www
<b>2022 г.</b>						
1	Москва	«Молл Селигерская»	145 000	2022	Многофункциональный центр в составе ТПУ	www.stroi.mos.ru
2		«ГОРОД Косино»	130 000	2022	МФК с ледовым дворцом, кинотеатром	www.rbc.ru
3		Кинотеатр «Варшава»	6 303	4 кв. 2022	Многофункциональный образовательно-развлекательный центр	www.stroi.mos.ru
4		Кинотеатр «Керчь»	12 606	3 кв. 2022	Кинотеатр, развлекательный центр, фудкорт, образовательный центр	www.adggroup.ru
5		Кинотеатр «Патриот»	21 246	4 кв. 2022	6-ти зальный кинотеатр, фудхолл, творческие мастерские, торговые залы	www.adggroup.ru
6		Кинотеатр «Первомайский»	16 045	2 кв. 2022	Мультиплекс, образовательный центр, фудхолл	www.adggroup.ru
7		ТРЦ в составе ТПУ «Ботанический сад»	45 400	2022	Кафе, рестораны, фитнес-клуб, центр развлечений и клуб компьютерного спорта	www.stroi.mos.ru
8		ТРК «Глобус»	28 000	2022	Развлекательный центр, кинотеатр, рестораны, кафе	www.icmos.ru
9	Одинцово, Московская область	ТЦ «Леденцовопарк»	22 500	3 кв. 2022	Торгово-развлекательный центр	www.new-retail.ru
10	Нижний Новгород	ТЦ «Океанис»	105 608	1 кв. 2022	Многофункциональный комплекс с аквапарком	www.malls.ru
11	Пенза	ТРЦ «Галактика»	140 000	2022	Аквапарк, кинотеатр, ледовая арена, детский РЦ	www.shopandmall.ru
12	Ростов-на-Дону	ТРЦ «Фабрика»	10 000	2022	Фитнес-зал площадью 3 тыс. кв. м, рекреационно-концертный комплекс	www.arendator.ru

13	Самара	ТРК «Алабинский»	55 000	2022	Многозальный кинотеатр, фуд-корт, детский развлека- тельный центр	www.arena-trk. ru
14		ТРЦ «Вива Лэнд»	120 000	2022	Развлекательный центр, кафе, рестораны, площадки для проведения массовых культурных мероприятий	www.63media.ru
15	Уссурийск	ТРЦ «Дружба»	53 000	2 кв. 2022	Многозальный кинотеатр, детский развлекательный центр площадью 3 500 кв. м, фуд-корт, ресторан	www. new-retail.ru
16	Хмельницкий (Украина)	ТРЦ «Proskuriv Plaza»	35 000	4 кв. 2022	Кинотеатр, детский раз- влекательный центр, зона фуд-кортов и ресторанов.	www. utgcompany.com
<b>2023 г.</b>						
17	Москва	Митино Спорт Сити	118 500	2023	МФК с ледовой ареной и кинотеатром	www.eggert.ru
18	Москва	Кинотеатр «Орбита»	9 066	2023	Мультиплекс (5 залов) с магазинами и фуд-кортом.	www.stroi.mos.ru
19	Петрозаводск	Лотос Плаза. 3 очередь	5 000	2023	Аквапарк, молодежный центр, развлекательные центры, кинотеатр	www. lotosplazaptz.ru
20	Санкт- Петербург	ТРЦ «Голливуд»	115 000	2023	Торгово-развлекательный центр	www. kommersant.ru

## The industry is on the road to recovery RAAPA EXPO-2021 Results



*While the situation with coronavirus in Russia and the world is gradually returning to normal, the amusement industry is also, albeit slowly, embarking on a «recovery path.» One more RAAPA EXPO, which, despite the difficult organizational conditions, took place, and for many specialists became a long-awaited event and a kind of incentive to continue working.*

From March 30 to April 01, 2021, the 23rd International Exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2021» was held in Pavilion 57 at VDNH in Moscow.

The exhibition Organizer is Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA). General sponsor – “Pax-Design” company. General information partner – “The Amusement Industry Catalogue” magazine; Internet partners of the exhibition: vtorio.com, etc.

To prevent the risk of the spread of coronavirus infection, all the necessary safety conditions and requirements of Rospotrebnadzor were observed in the exhibition pavilion.

More than 100 companies from Russia, Belarus, Italy, Canada, China, Turkey were presented at the exhibition.

The theme of the exhibition covered all the main areas of the amusement industry such as park rides, slot machines and simulators, virtual reality attractions, playgrounds and sports grounds, shooting galleries, rope parks, access control devices, automation systems, water parks, vending equipment, vending and prize machines, entertainment complexes design services etc.

The following companies participated in the exhibition for the first time: WARPOINT, Mastergrad, Master Leko, Prometal, Plastron & Co, Technopark «Aira», Milkymoon’s, Kindermatic, TEDEX (technical certification) and others.

Among the trends of the last exhibition, one can note the technologies of virtual (VR) and augmented (AR) reality. Among the exhibitors that presented this segment of the amusement industry, it is worth highlighting the company WARPOINT from Yekaterinburg, which at its booth presented a new generation of VR – a virtual reality arena where players fight in a team-on-team format, a modern analogue of paintball or laser tag.

The same trend was supported by the company «Northern Press», which presented a new modification of the attraction «PARASHUTIST»- a simulator of a full cycle of stages of a parachute jump, simulating the physical sensations of flying in virtual space.

This year there were also many manufacturers and suppliers of playgrounds and sports grounds at RAAPA EXPO - AVIRA Group of Companies, EURO MAE, OtADoYa, New Horizons, Zhejiang Lejian Amusement Toys Co, Technopark «Aira», Robinia Bohemia and others.



According to the reviews of the majority of participants, the effect of the exhibition exceeded all expectations, especially considering the post pandemic conditions in which it was held.

Over three days, the exhibition was attended by more than 2,000 specialists: managers and top managers of amusement parks, FECs, water parks, representatives of cities' and regions' administrations, developers and investors, owners and directors of resort houses, hotels, resorts, manufacturers, suppliers and distributors of entertainment equipment, individual entrepreneurs, media representatives and other parties of concern.

Traditionally, the exhibition was accompanied by a comprehensive business program. More than 150 specialists from Russia and the CIS countries took part in various events. Trainings and master classes were conducted by leading Russian and foreign experts. The main attention was paid to topical issues of investment in the amusement industry, the operation of enterprises after pandemic, and the risks in the amusement rides operation and other hot topics.

Among the events there were seminars: «An amusement park as an investment project: what makes investments effective» (conducted by EntenS Group, Moscow), «Risks in the operation of amusement rides and entertainment equipment» (conducted by Andrey Petrenko, managing partner of NCB LLC “Russkiye gorki”, Krasnodar), a seminar-tour “New requirements and trends in catering for the amusement industry”, which was held on the basis of one of the fast food outlets.

Several master classes were also held: “We create a creative team in a recreation park for the season” (conducted by Vilena Koinova and Yulia Novitskaya – founders of “the Fibikids” agency for organizing events and “the Lime” Art Studio, Kazan); «Transformation of the entertainment business: how to find points of growth» (conducted by the company «My team», Surgut).

Thematic conferences: «Modern ways of parks of culture and recreation development», «Trends in the development of the modern amusement industry: new time technologies», «Management and organization of effective work of the water park» gathered a large number of participants.

Also, within the framework of the spring exhibition, the session of the RAAPA Education



and Training Center was held under the program «Safety and Efficiency of Amusement Rides Operation» (March 29-April 02).

Among the special events of the business program, it is worth highlighting the scientific and practical conference «Modern leisure industry: vectors of modernization», organized jointly by RAAPA and the Moscow State Institute of Culture for future professionals in the amusement industry.

There was also a presentation of a new book by Marina Niklaus, a well-known HR specialist,



“Personnel Management in the Amusement Industry from A to Z” within the framework of the exhibition

In addition to the exposition and the business program, the exhibition was remembered for the presentation of the annual international award “Golden Pony Moscow 2021” (the founder is the Facto Edizioni publishing house, Italy). Unfortunately, the Italian organizers were unable to personally attend the ceremony due to international

restrictions. Luisa Dal Bianco, Vice President of “Facto Edizioni”, addressed the guests online with the welcoming speech and wished them success and overcoming all the difficulties faced by the entertainment professionals.

The laureates of 2021 were: Aeromir (Yekaterinburg), Amusement Park Jibek Joly (Kazakhstan), BRAINY LAB (Novosibirsk), Chudo Park (Elektrostal), Dream Island (Moscow), Jumanji Park / OtADoYa (Novosibirsk), Luzhniki Aqua Complex (Moscow), Amazonia Park (Cheboksary), RAAPA Education and Training Center (Moscow).

The coronavirus pandemic has had an extremely negative impact on the global amusement industry. In these conditions, the significance of the RAAPA EXPO-2021 has significantly increased. It was an important event that marked the first steps in the industry’s recovery from the crisis, introduced new players to the market and showed opportunities for the development of the amusement industry.

For many years, RAAPA EXPO has remained the main business platform, where the exchange of experience between professionals in the amusement industry takes place, the latest achievements in the production of entertainment equipment are presented, and new ideas and projects are born that contribute to the improvement of the leisure sector in our country.

*Andrey Osipov*

**We are waiting for you at the next 24th International Exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2022» (March 16-18, 2022, Moscow, VDNH, pav. 57).**

TOGETHER TO THE WORLD OF ENTERTAINMENTS!

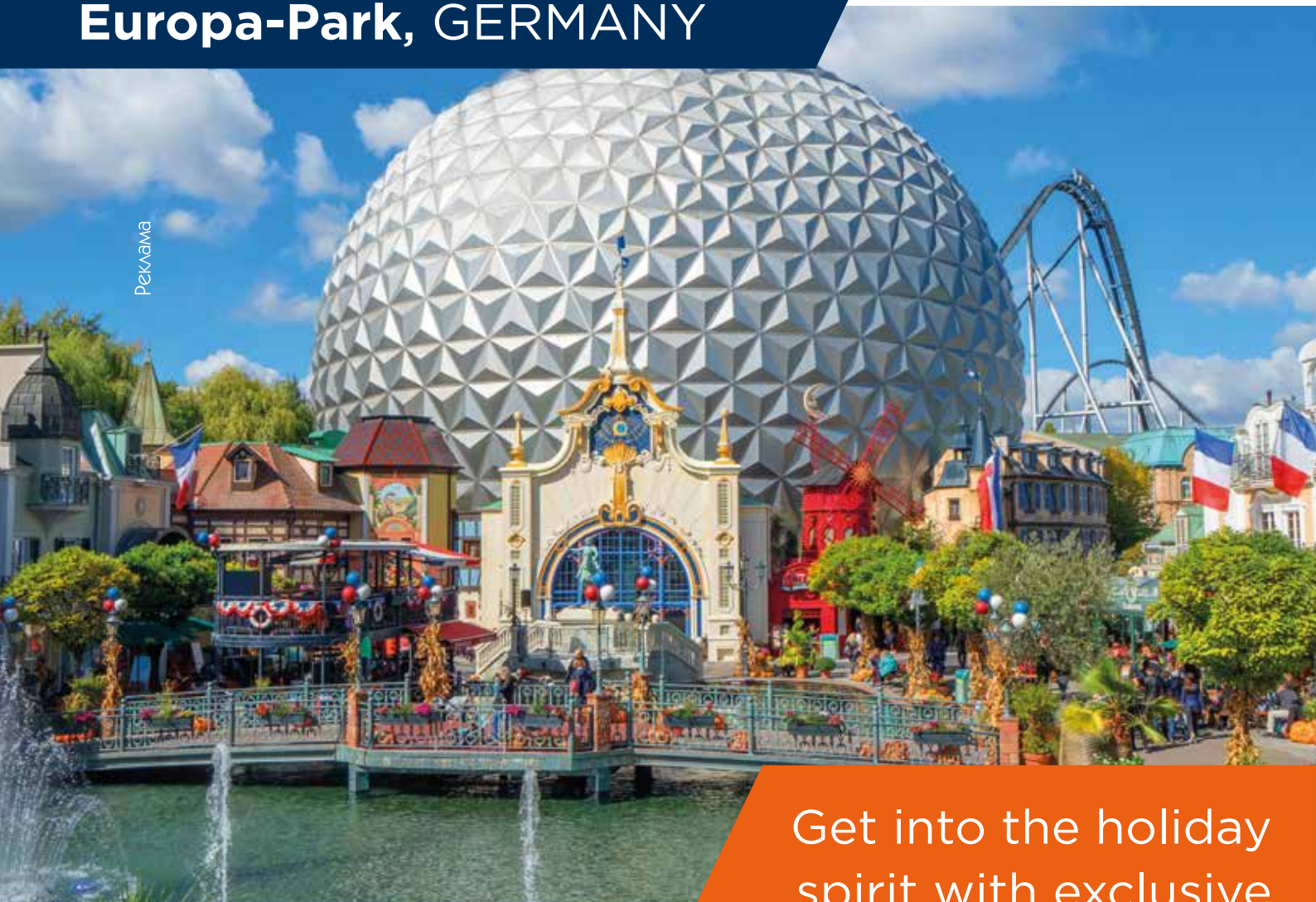
IAAPA EMEA

# CHRISTMAS SUMMIT

SAVE THE DATE

09 Dec. 2021

Europa-Park, GERMANY



Реклама

Get into the holiday  
spirit with exclusive  
**EDUTours**



For more information and to register,  
please visit: [IAAPA.org/ChristmasSummit](https://IAAPA.org/ChristmasSummit)

## HOW I SPENT MY SUMMER

### Results of RAAPA Summer forum held in Rostov-on-Don

*Last year, due to the coronavirus pandemic, one of the most beloved events of the RAAPA Association – the International Summer Forum of Amusement Industry Professionals, was unfortunately cancelled. It is not surprising that this year this event was expected more than ever. This is probably why the RAAPA Summer Forum in Rostov-on-Don was probably the largest in the history of the forum.*

The RAAPA Summer Forum is an international forum that is held annually to exchange experience among professionals in the cultural and entertainment industry, discuss topical issues in the modern park area, familiarize specialists with new technologies in the amusement industry, and draw attention to the tourism potential of various cities and regions.

The RAAPA Summer Forum-2021 was held on July 13-16 in Rostov-on-Don.

Over 180 specialists from 52 cities of Russia and the CIS took part in the forum.

The city government of Rostov-on-Don, the Ministry of Culture of the Rostov Region and the Ministry of Economic Development of the Rostov Region provided support in organizing the forum.

The general sponsor of the event was “the Factory of Entertainments” company from Azov, and the partner of the event was “the RIF” Group of companies from Rostov-on-Don, informational partners were The Amusement Industry Catalogue, VTORIO.COM internet portal and “Attractions and Entertainments” magazine.

RAAPA summer forum in Rostov-on-Don has become an important event for the Russian amusement industry.

The program of the forum, as always, was eventful.

On July 13, participants were given the opportunity to explore the historical center of the city during a walking tour.

On July 14, the forum began with a welcome address by the general sponsor of the event, “the Factory of Entertainments” company.

Head of the Department of Culture of the city of Rostov-on-Don Yana.M. Pilyavskaya, presented the results of the work of the department for the development of municipal parks of culture and leisure



and projects for the further development of the city’s recreational zones.

Maria Kuleshova, Chief Specialist of the MICE Development Center, Agency for Tourism and Business Communications of the Rostov Region, spoke about the tourism potential of the Rostov Region and the broad prospects for the development of the cultural and leisure sector.

The presentation of Elizaveta Rossiyskaya, Director for Sustainable Development Projects at “Hello IO”, was dedicated to the integration of multimedia technologies in tourism, amusement, cultural and leisure facilities, and was illustrated with the examples of already implemented facilities.

Zhanna Drozdetskaya, director of “the RIF” Group of companies, told what principles should be followed while choosing a supplier of entertainment equipment.

The business program continued with the presentations of new equipment and the latest achievements of the amusement industry, which were held by the leading Russian manufacturers: Factory of Attractions, RIF Group of companies, Vostok, Airmir, Attraplast, Game-Keeper, Airpalace, Volgograd

THE NO.1 TRADE EVENT FOR THE ENTERTAINMENT  
AMUSEMENT AND LEISURE INDUSTRIES IN THE MENA REGION

BOOK YOUR BOOTH NOW!

Dubai Entertainment  
Amusement &  
Leisure  
Exhibition  
**DEAL** 2022

Perkama

28 - 30 MARCH 2022 | DUBAI WORLD TRADE CENTRE

UNLIMITED BUSINESS OF ENTERTAINMENT

YEAR 2022 WILL BE KNOWN AS THE COMEBACK YEAR FOR  
FEC, THEME PARKS & AMUSEMENT INDUSTRIES

IT'S IMPORTANT FOR YOU TO BE PART OF IT!

Organised by:



INTERNATIONAL EXPO-CONSULTS L.L.C.  
Connecting Opportunities  
A member of Falak Holding

P.O. Box 50006, Dubai, U.A.E. | Tel: +971 4 3435777 | Fax: +971 4 3436115

Email: deal@iecduhai.com | Website: www.dealmiddleeastshow.com

Join us





Attractions, Super Park, Air-Games, BOLID, SPARTA, Megapolis, GROS, Lime-Soft, New Horizons, Altai Composite, Pax-Design, RAAPA Education Center, Diamet, LASOMI, Association GOROD, Avira.

The business day continued with the visits to popular amusement facilities of the city. The participants observed and tried modern trails in “the Panda Park”, where the Park Manager Daria Tikhonova answered in details the questions of the colleagues, and in the interactive amusement park «Hello Park» they plunged into the world of digital technologies.

The forum participants visited the Revolution Park, where they viewed the panorama of the city from the height of the 65-meter Ferris Wheel «ONE SKY» and had a ride on other breathtaking attractions. The Park management conducted a sightseeing tour of the park, answering multiple questions.

The first day ended with the gala reception devoted to the opening of the 9th RAAPA International Summer Forum in Rostov-on-Don.

The second day of the forum, July 15, began with the traditional sport event – the RAAPA Summer Race, which took place in the park named after May

1. Despite the early morning (7:00!), true running enthusiasts took part in this corporate competition. According to the results of the competition, the winners in the male and female categories were determined.

The business program of the second day was devoted to burning topics. The seminar «What investments in the amusement industry today can bring profit», conducted by the «EntenS Group» company specialists. The issues of the safe operation of amusement rides, kiddie playgrounds and to the improvement of public areas were highlighted by the leading experts Andrey Petrenko and Natalia Zinchenko.

A visit to the FEC “Dream Park” and the “TRON” laser tag gave an opportunity to observe the new generations of virtual reality attractions and the possibilities of a themed laser tag arena.

In the extensive business program, the boat ride along the Don became a kind of a time out, which made it possible to reconsider the serious topics of the forum and continue the discussions in an informal setting, admiring the view of the city and the vastness of the mighty river.

The program continued with a visit to the oldest park of the city, founded back in 1813, an object of historical and cultural significance – the Park named after Maxim Gorky, where the director of the park Marina Balberova made an interesting tour of the park. The day ended triumphantly with an enchanting concert program of the Cossack choir and with the tasting of local delicacies – crayfish and traditional Kuban drinks.

On July 16, the participants of the RAAPA Summer forum got acquainted with the history, traditions and customs of the Cossacks. The excursion to the Cossack village of Starocherkasskaya – the capital of the Don Cossacks – was both informative and interesting. All participants of the tour were awarded the ranks of the Cossacks and received the relevant documents.

The 9th RAAPA Summer forum has received great reviews from the amusement industry professionals. The Forum in Rostov-on-Don has confirmed not only its business significance, but also the value of human communication.

**See you soon!  
Wait for us in your city!**

***Marina Gorbacheva***

## Family Entertainment Centers under construction and projected to be launched in Russia and the CIS (2022-2023)

No	City/location	Object	Building area m <sup>2</sup>	Launching dates	Entertainment components and other services	Source of Information
<b>2022</b>						
1	Moscow	«Mall Seligerskaya»	145 000	2022	Multifunctional center within trade hub	www.stroi.mos.ru
2		FEC «GOROD Kosino»	130 000	2022	Multifunctional center with ice skating rink, cinema	www.rbc.ru
3		«Warsaw» cinema	6 303	4 quarter 2022	Multifunctional entertainment and educational center	www.stroi.mos.ru
4		«Kerch» cinema	12 606	3 quarter 2022	Cinema, entertainment center food court, education center	www.adggroup.ru
5		«Patriot» cinema	21 246	4 quarter 2022	6-hall multiplex, food hall, creative workshops, shopping halls	www.adggroup.ru
6		«Pervomaisky» cinema	16 045	2 quarter 2022	Multiplex cinema, entertainment center, food hall	www.adggroup.ru
7		FEC within trade hub «Botanichesky Sad»	45 400	2022	Cafes, restaurants, fitness club, entertainment center and computer sports club	www.stroi.mos.ru
8		FEC «Globus»	28 000	2022	Family entertainment center, cinema, restaurants, cafes	www.icmos.ru
9	Odintsovo (Moscow Region)	FEC «Ledentsovopark»	22 500	3 quarter 2022	Shopping and entertainment center	www.new-retail.ru
10	Nizhny Novgorod	FEC «Oceanis»	105 608	1 quarter 2022	Multifunctional center with water park	www.malls.ru
11	Penza	FEC «Galaxy»	140 000	2022	Water park, cinema, ice arena, kiddie entertainment center	www.shopandmall.ru
12	Rostov-on-Don	FEC «Fabrika»	10 000	2022	Fitness room with an area of 3000 sq. m, recreational and concert complex	www.arendator.ru

13	Samara	FEC «Alabinsky»	55 000	2022	Multiplex cinema, food court, kiddie entertainment center	www.arena-trk.ru
14		FEC «Viva Land»	120 000	2022	Family entertainment center, cafes, restaurants, sites for mass cultural events	www.63media.ru
15	Ussuriysk	FEC «Druzhba»	53 000	2 quarter 2022	Multiplex cinema, kiddie entertainment center with an area of 3,500 sq. m, food court, restaurant	www.new-retail.ru
16	Khmelnitsky (Ukraine)	FEC «Proskuriv Plaza»	35 000	4 quarter 2022	Cinema, kiddie entertainment center, food court and restaurant area	www.utgcompany.com
<b>2023</b>						
17	Moscow	Mitino Sport City	118 500	2023	Multifunctional center with ice arena and cinema	www.eggert.ru
18		«Orbit» cinema	9 066	2023	Multiplex (5 halls) with shops and food court	www.stroi.mos.ru
19	Petrozavodsk	Lotos Plaza. 3rd stage	5 000	2023	Water park, youth center, entertainment centers, cinema	www.lotosplazaptz.ru
20	Saint-Petersburg	FEC «Hollywood»	115 000	2023	Shopping and entertainment center	www.kommersant.ru