

Содержание номера

От редактора..... 3

Тема номера

РАППА – 15 лет вместе с Вами!
В.А. Гнездилов 5

У истоков РАППА: парки и аттракционы в СССР и России
Ю.Г. Кузнецов 7

РАППА и развитие индустрии развлечений в России
Б.А. Рабинович..... 8

Выставки семинары конференции

Итоги выставки EAS-2009
И.Калинин..... 12

РАППА – Осень 2009: 4 дня в Москве с профессионалами индустрии развлечений
З.С. Даревская..... 18

Наш репортаж

Индустрия развлечений в СНГ: Кыргызстан
Flamingo: вчера, сегодня, завтра
А. Осипов 22

Индустрия развлечений в СНГ: Казахстан
Развлекательные центры «Babylon»
А. Кочин 28

Развлекательный бизнес

Выбор оптимальной концепции развлекательного сегмента ТРЦ
Я. Собко 36

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ

20 - 22 октября 2010 October 20-22, 2010
Москва, ВВЦ. Moscow, VVTc.



РАППА ОСЕНЬ 2010

IV Московская осенняя выставка

АТТРАКЦИОНЫ

и
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ

Moscow Autumn Exhibition

Amusement Rides & Entertainment Equipment

COMPLIMENTARY TICKET

Оргкомитет/Organizing committee:

129223, Moscow, prospekt Mira, 119, of. 307-311.

Tel./fax: (495) 748 3448, 988 8947, 988 8948, (499) 760 3814.

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

«Аттракционы и Развлечения»

Информационно – рекламный журнал

Учредитель:

Российская Ассоциация Парков и Производителей
Аттракционов (РАППА)

Издатель:

Автономная некоммерческая организация «Учебный
Центр РАППА»

Редакция:

Главный редактор
Игорь Родионов

Зам. главного редактора
Зоя Даревская

Корреспонденты

Андрей Кочин
Андрей Осипов

При участии

Леониды Пчельникова
Дианы Лукиной
Михаила Высторобца
Виталия Неворотова

Отдел рекламы

(499) 760-35-97

Журнал распространяется бесплатно по адресной рассылке.

Редакция не несет ответственность за содержание рекламных материалов.

Заполните, пожалуйста, анкету для обмена на бейдж на стойке регистрации
Please, complete the following form and bring it to the registration desk to collect your badge

Название компании/Company Name _____

ФИО/Name _____

Должность/Position _____

Адрес/Address _____

Тел., факс/Tel., fax _____

E-mail _____

Сфера деятельности/Primary Business

Орган государственного управления/Government body

Производство/Manufacture

Развлекательный центр/Entertainment center

Тематический парк/Theme park

Аквапарк/Water park

Частный предприниматель (аттракционный бизнес)/Entrepreneur (attractions business)

Частный предприниматель (развлекательный бизнес)/Entrepreneur(entertainment business)

СМИ/Mass media

Другое (укажите в поле примечания)/Other (please specify in the Note item) _____

Только для прохода на выставку
Схема проезда и прохода к выставке




 Организатор:
 Российская Ассоциация Парков и Производителей Атракционов (РАППА)


 При поддержке Правительства Москвы


 Генеральный спонсор: Компания "МИР"

Генеральный медиа-партнер: 

Информационная поддержка:



Развлекательный бизнес

О договоре аренды развлекательного оборудования
А.А. Павлов 44

Парковая деятельность

EVENT-рецепты для парка развлечений
А. Тарасов. 48

Выставки семинары конференции

Профессиональный тур РАППА на выставку IAAPA Attractions Expo 2009
Л. Пчельников 54

РАППА на выставках игрового оборудования в Лондоне
Д. Лукина 58

Факты события комментарии

Развитие индустрии развлечений в России продолжается 61

English version

RAAPA – 15 years with you! 67

RAAPA – Autumn 2009: 4 days with professional of amusement industry 69

Development of Amusement Industry in Russia is going on 70

Использование материалов опубликованных в журнале допускается только с разрешения редакции.

На первой странице обложки – Владимир Алексеевич Гнездилов – Президент РАППА, генеральный директор компании «Мир», Заслуженный конструктор РФ

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@raapa.ru;
<http://www.raapa.ru>

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77 – 26958

Свидетельство на товарный знак № 351922

Отпечатано в типографии "Комлайн-Трейд"
Тираж 5 000 экз.



Дорогие читатели!

Приветствую Вас на страницах нового номера журнала «Аттракционы и Развлечения»!

Зима подходит к концу, парки готовятся к очередному сезону и приобретают новое оборудование, персонал проходит обучение в Учебном центре РАППА, а развлекательные центры и те, кто работал зимой, подводят итоги новогодних праздников, т.е. совсем скоро «крылатые качели» снова начнут свой долгожданный разбег.

В наступившем 2010 году нашей стране эксперты пророчат экономический рост, но, наверное, следует воздержаться от громких прогнозов, и, начиная новый сезон, главное помнить, что наша общая цель заключается в том, чтобы подарить праздник людям в это непростое кризисное время.

В 2010 г. исполняется 15 лет Российской ассоциации парков и производителей аттракционов. Деятельность ассоциации и входящих в нее предприятий внесла большой вклад в развитие российского рынка развлечений и массового детского, молодежного и семейного досуга, а также способствовала повышению безопасности отдыха в парках и других организациях культуры. О том, с чего все начиналось, и что удалось достичь за это время в журнале рассказывают основатели ассоциации.

Основные торжественные события, посвященные 15-ю РАППА, пройдут в рамках 12-й международной выставки «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА-2010», ко-

торая в этом году по многочисленным просьбам специалистов состоится на месяц раньше – с 17 по 19 марта, что позволит эксплуатантам оптимально подготовиться к новому сезону. Это значит, что совсем скоро, уважаемые читатели журнала и специалисты индустрии развлечений, мы с Вами увидимся на самом большом в России мероприятии отрасли.

В 2010 г. вступает в действие национальный стандарт ГОСТ Р 53130-2008 «Безопасность аттракционов». Стандарт позволит эксплуатантам развлекательного оборудования более эффективно выстроить свою работу, повысить безопасность посетителей аттракционов, а также более продуктивно подходить к выбору новой техники.

Мы стараемся расширять географию читателей нашего журнала, а также знакомить вас с индустрией развлечений других стран. Совсем недавно мы посетили ближайших соседей – Киргизию и Казахстан, где увидели интересные подходы к организации аттракционно-паркового дела и познакомились с настоящими профессионалами индустрии развлечений. Репортажи с места событий подготовили наши специальные корреспонденты.

На страницах журнала Вы также найдете отчеты о международных выставках индустрии развлечений, в которых принимали участие представители РАППА: «EAS-2009» (г. Амстердам, Нидерланды), «IAAPA-2009» (г. Лас-Вегас, США), «IGE-2010» и «EAG Expo» (г. Лондон, Великобритания). Не обойдем, конечно, вниманием и Московскую встречу специалистов индустрии развлечений «РАППА Осень-2009», которая, по мнению многих специалистов, оказалась очень успешным, оригинальным и оптимальным по времени мероприятием в конце сезона 2009 г.

О проблемах развлекательного бизнеса рассказывают ведущие специалисты и эксперты этого направления индустрии развлечений. Так же, как обычно, в номере Вы найдете информацию об инвестиционных проектах и строительстве новых развлекательных объектов в 2010-2012 гг.

От имени редакции журнала «Аттракционы и Развлечения» желаю всем участникам индустрии развлечений профессиональных успехов, новых достижений и удачного сезона!

*С наилучшими пожеланиями,
Главный редактор
Игорь Родионов*



ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ!

В марте 2010 года исполняется 15 лет со дня создания «Российской ассоциации парков и производителей аттракционов» (РАППА)

Ежегодно по инициативе Ассоциации, на ВВЦ в Москве проводятся Международные выставки и научно-практические конференции по вопросам культурного досуга, обмена опытом создания конкурентоспособной и безопасной техники, укрепления взаимовыгодных международных связей.

Искренне поздравляю с юбилеем учредителей Ассоциации, участников и организаторов выставок. Желаю дальнейших успехов по развитию культурного досуга, плодотворных контактов и сотрудничества на отечественном и международном уровнях.

*Специальный представитель Президента
Российской Федерации по международному
культурному сотрудничеству*

М.Е. Швыдкой



**International
Association of
Amusement Parks
and Attractions**

Дорогие друзья в РАППА,

*Поздравляю Вас с 15-ой Годовщиной!
Мы рады отметить Ваш вклад в ряд инициатив, направленных на продвижение индустрии развлечений в России и во всем мире. Мы высоко оцениваем Вашу работу и Вашу успешную выставку.
Желаю Вам дальнейших успехов на многие годы.*

С уважением, Charlie Bray Чарльз Брэй

*Президент и Исполнительный Директор IAAPA
Международная Ассоциация Развлекательных
Парков и Аттракционов*



РАППА: 15 лет вместе с Вами!

Владимир Алексеевич Гнездилов

*Президент РАППА,
Генеральный директор
компании «Мир»,
Заслуженный конструктор РФ,
Кандидат технических наук.*

С 1992 года в новой России существует рыночная экономика. К этому времени в парках сохранилось наследие Советского Союза в виде морально устаревшего оборудования и аттракционов, и не существовало ни одного современного тематического парка.

В этот же период начали проходить коммерческие выставки паркового оборудования, организатором которых была компания «EuroSlot», однако доминировали на них производители игрового оборудования и оборудования для казино. В 1994 году на этой выставке было всего два производителя аттракционов и два посетителя из парков. Это отражало картину общего упадка производства и кризиса, в котором оказалась страна. Нужно было предпринимать меры по организации рынка аттракционов.

С этой целью в 1995 году была образована Российская ассоциация парков и производителей аттракционов, в состав которой в настоящее время входят более 250 предприятий России и зарубежных стран. Инициаторами создания ассоциации выступили компания «Мир», Министерство культуры РФ, ЗАО «Российская выставка аттракционов» и другие организации.

Одной из главных задач, которые изначально стояли перед ассоциацией — создание специализированной выставки индустрии развлечений с целью развития и популяризации аттракционов российских производителей.

Поначалу трудностей было много. В первой выставке участвовали всего 47 компаний, но уже тогда люди увидели, что РАППА действительно помогает развитию отрасли и несет конкретную пользу, что позволило выставке выжить и стать сегодня одним из главных и самых крупных событий в отечественной индустрии развлечений.

Мы начали также активно работать с парками. Сегодня уже с уверенностью можно сказать, что многолетняя деятельность РАППА по проведению конференций и семинаров, посвященных вопросам безопасности, аренды, юридическим аспектам, защиты собственности и т.д. — способствовала переходу парков на самостоятельные предпринимательские рельсы.

Следующее важное направление, которым изначально занималась ассоциация, — это формирование нормативно-правовой базы для индустрии развлечений России.

На основе американского опыта в 1992 г. были разработаны стандарты РАППА и ГОСТ 29166 по правилам расчетов аттракционов, которые до появления национального стандарта ГОСТ Р 52170 являлись основой для проектирования, производства и эксплуатации аттракционной техники в нашей стране.

Мощная нормативная база, заложенная в эти стандарты, позволила объединить вокруг ассоциации специалистов, которые в итоге создали главный базовый стандарт отрасли ГОСТ Р 53130-2008. По многим аспектам этот стандарт прогрессивнее, чем американский стандарт ASTM F-2291 и европейский стандарт EN-13814.

Также не менее значимой является работа РАППА над Законом РФ «Техническим регламентом по безопасности аттракционов», который в настоящее время передан на рассмотрение в Государственную Думу.

Важным событием будет создание Ростехрегулированием по инициативе РАППА международного комитета ISO по безопасности аттракционов, который призван разработать мировой стандарт безопасности, объединяющий все

лучшее из европейского, американского и российского стандартов.

Решая одновременно важные юридические, технические и организационные проблемы, РАППА сегодня призвана защищать интересы посетителей аттракционов, т.е. право наших граждан на безопасный отдых; создавать условия для организации качественного досуга; помогать в работе и эксплуатантам, и производителям развлекательного оборудования.

Руководству Ассоциации удалось подобрать квалифицированный коллектив специалистов для работы в Ассоциации. Успех РАППА в значительной степени был связан с тесным сотрудничеством с правительством России и Москвы, которое обеспечивал вице-президент ассоциации Юрий Гаврилович Кузнецов. Большую работу по проведению выставок, семинаров и конференций, а также текущую деятельность возглавляет вице-президент РАППА, профессор Борис Абрамович Рабинович. Работу по организации выставок успешно проводят Зоя Сергеевна Даревская и Зинаида Дмитриевна Глушенкова.

Уже более трех лет работает Учебный Центр РАППА, где прошли обучение более 350 специалистов России и стран СНГ.

Среди относительно новых проектов ассоциации — журнал «Аттракционы и Развлечения»,

который сегодня читают и используют в своей работе многие профессионалы отрасли.

Работу Учебного центра и выпуск журнала в последнее время успешно возглавил Игорь Родионов.

РАППА ведет активную международную деятельность, является членом международной ассоциации IAAPA и соучредителем европейской ассоциации EASI, сотрудничество с ними обеспечивает Анна Николаевна Новикова. Леонид Пчельников возглавляет международный отдел РАППА, который поддерживает контакты и сотрудничает с многочисленными иностранными партнерами ассоциации, участвует в организации профессиональных туров на крупнейшие зарубежные выставки индустрии развлечений.

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов сегодня — это не просто объединение, а клуб людей, который создает и дарит атмосферу радости и праздника миллионам граждан России. За 15 лет РАППА выполнила важную задачу по созданию и развитию рынка развлечений России, заложила основы государственного и технического регулирования в этой области, подняла отечественную индустрию досуга на современный уровень.

Желаю руководству и членам РАППА успехов в бизнесе и личного счастья!

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ ТЕХНИКИ ДОСУГА «СЕРТИФИКАЦИОННЫЙ ЦЕНТР БТД»

СЕРТИФИКАЦИЯ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА

АТТРАКЦИОНОВ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

- Экспертиза, техническая проверка, испытания и сертификация аттракционов и развлекательного оборудования
- Техническая помощь в разработке и восстановлении нормативной документации
- Предоставление консультаций и другой поддержки

Тел./факс (495) 988 8948, (499) 760 3840

e-mail: btd2@raapa.ru



У истоков РАППА

Парки и аттракционы в СССР и России

Юрий Гаврилович Кузнецов
Вице-президент РАППА

Развитием паркового досуга в Советском Союзе занималось Министерство культуры СССР, а поставкой аттракционов для них — Министерство культуры РСФСР.

В 70 - 80-е годы в СССР существовало более 600 парков, которые комплектовались аттракционами завода «Аттракцион» из города Ейска Краснодарского края, производимыми по документации института «Культтехника» (г. Краснодар). Основная номенклатура аттракционов — колеса обозрения, качели, карусели. «Пролетарский завод» в Ленинграде производил надувные аттракционы, которые приближались по качеству к европейскому уровню. В небольших количествах осваивались аттракционы в городе Иваново, Минске, Барнауле и др. В 1991 году была утверждена союзная программа создания технических средств и оборудования для парков культуры страны, которая, к сожалению, прекратилась с распадом СССР.

Значимым событием было появление в Москве и Санкт-Петербурге зарубежных аттракционов — катальных гор немецкой фирмы «Schwarzkopf». Их привозили на международные выставки, что становилось настоящим праздником, они собирали многочасовые очереди.

В СССР существовала программа строительства к 1980-му году советского «Дисней-Лэнда» на берегу Москвы-реки в районе Мневники. В 1979 году Правительство Союза приняло постановление о производстве современной аттракционной техники в виде 66 новых аттракционов, производство которых было поручено 60-ти предприятиям 18-ти оборонных министерств, однако по этой программе было произведено только три аттрак-

циона: катальная гора «Астро-Комет» на заводе в Подольске и два аттракциона в НПО «Центр» в Минске.

В целом отставание по техническому уровню советских аттракционов от европейских измерялось десятилетиями, не было построено ни одного тематического парка, поскольку в плановой советской системе финансирование нужд культуры осуществлялось по остаточному принципу.

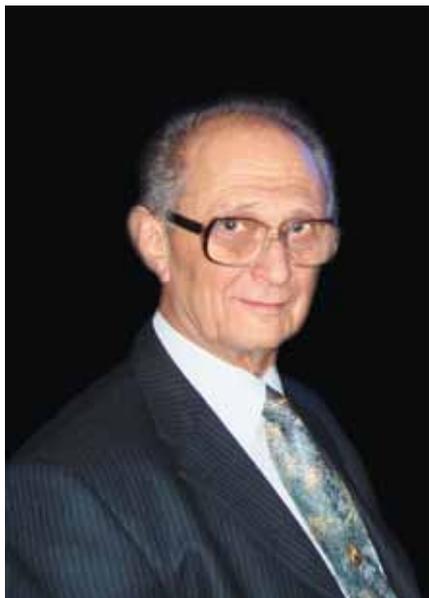
С появлением нового государства — России — ситуация существенно изменилась. Уже в 90-е годы появилось много новых аттракционов отечественного производства: катальных гор, гигантских колес обозрения, башен свободного падения и других. Ведущие российские компании завоевали место на зарубежных рынках.

Исключительное значение для развития российского рынка имело создание Российской Ассоциации Парков и Производителей Аттракционов (РАППА), которая организовала ежегодную выставку аттракционов, быстро вошедшую в первую тройку мировых выставок отрасли.

Важное значение имела популяризация среди производителей и парков стандартов РАППА по производству и эксплуатации аттракционов, которые они успешно использовали в своей работе.

В настоящее время благодаря выставкам РАППА обновление аттракционов в парках происходит быстрыми темпами, и я надеюсь, что через несколько лет в России появятся тематические парки развлечений европейского уровня, и РАППА приложит к этому свои усилия.

Членам РАППА желаю оптимизма и уверенности в своих силах!



РАППА

и развитие индустрии развлечений в России

Российская Ассоциация Парков и Производителей Атракционов (РАППА) была создана в 1995 г., представляет сегодня интересы более 250 производственных компаний, парков, развлекательных центров и групп организаций индустрии развлечений из России, СНГ и зарубежных стран.

Борис Абрамович Рабинович

Вице-президент РАППА, доктор технических наук, профессор

Главная цель деятельности РАППА, обозначенная при создании ассоциации, состоит в поддержке развития индустрии развлечений в России, что имеет важное социальное значение. Основные направления деятельности ассоциации строились с учетом сформулированной цели.

Организация и проведение Международных выставок «Атракционы и развлекательное оборудование».

Международная выставка РАППА «Атракционы и развлекательное оборудование» на сегодняшний день входит в число крупнейших мировых выставок индустрии развлечений, и является главной выставкой в сфере аттракционов и развлекательного оборудования в России. В выставке ежегодно принимают участие порядка 150-170 компаний, из которых около 60 зарубежных фирм, представляющих более 25 стран мира.

Выставка РАППА является уникальной деловой платформой, которая не только демонстрирует современное развлекательное оборудование и аттракционы, но и показывает направление дальнейшего развития индустрии развлечений в России и в мире. За прошедшие годы выставки РАППА посетили десятки тысяч специалистов со всего мира. Выставка имеет большое социальное значение для распространения в России нового безопасного оборудования мирового уровня, что чрезвычайно важно для развития парков культуры, развлекательных центров, и создания условий полноценного досуга населения, особенно детей и молодежи.

Организация и проведение международных конференций и семинаров, посвященных вопросам развития индустрии развлечений в России, а также безопасности аттракционов и развлекательного оборудования.

Ежегодно в конференциях и семинарах РАППА принимают участие свыше 200 специалистов из России и зарубежных стран, в т.ч. представители крупнейших мировых ассоциаций индустрии развлечений (IAAPA, EASI и др.). На конференциях с докладами выступают лидеры и ведущие специалисты индустрии развлечений.

Участие в разработке проектов постановлений Правительства РФ в области государственной политики по организации досуга населения, а также работа с органами местного самоуправления.

С активным участием РАППА разработан и передан в Государственную думу РФ проект закона РФ — Технический регламент по безопасности аттракционов.

Разработка и внедрение стандартов и других нормативных документов, предназначенных для обеспечения безопасности посетителей аттракционов и производства аттракционной техники.

При участии РАППА разработано три национальных стандарта: основополагающий стандарт ГОСТ Р 53130-2008 «Безопасность аттракционов. Общие требования», а также ГОСТ Р «Безопасность аттракционов. Надувное игровое оборудование. Общие требования. Методы испытаний» и ГОСТ Р 53835-2009 «Безопасность

аттракционов. Атракционы стрелковые. Общие требования».

С участием РАППА был разработан и принят комитетом ASTM (США) международный стандарт ASTM S-2291-03 «Стандартная практика проектирования аттракционов и других устройств для развлечений», а также Европейский стандарт по безопасности аттракционов EN 13814.

Обучение и сертификация персонала.

В целях подготовки профессиональных специалистов для индустрии развлечений России РАППА учредила Учебный центр. На сегодняшний день подготовку в Учебном Центре РАППА прошли свыше 375 специалистов из 56 регионов РФ, а также из стран СНГ — Узбекистана, Киргизии, Эстонии, Казахстана и Белорусии.

Издание специализированного журнала «Атракционы и Развлечения».

Для обеспечения специалистов индустрии развлечений России профессиональной информацией РАППА учредила специализированный информационно-рекламный журнал «Атракционы и Развлечения». Журнал посвящен обсуждению широкого круга вопросов и проблем индустрии развлечений и распространяется бесплатно в России и за рубежом. За три года журнал «Атракционы и развлечения» стал одним из ведущих печатных изданий нашей отрасли.

Сертификация и техническая проверка аттракционов и других устройств для развлечений.

Для повышения безопасности аттракционов РАППА учредила «Орган по сертификации «Безопасность техники досуга», который аккредитован в установленном порядке в Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии РФ. За прошедшее время проведены значительные по объему работы по технической проверке и сертификации аттракционов и развлекательного оборудования.

РАППА ежегодно организует профессиональные туры для специалистов отрасли с посещением крупнейших международных выставок индустрии развлечений и лучших зарубежных парков.

РАППА активно участвует в **международной деятельности**: является членом Международной Ассоциации Парков и Атракционов (IAAPA), состоит соучредителем Европейской Ассоциации Поставщиков Индустрии Развлечений (EAASI), принимает участие в работе Европейского комитета по стандартизации (CEN), а также комитета по стандартам F-24 ASTM (США).

По заявкам предприятий РАППА оказывает юридические, технические и иные консультации в области индустрии развлечений и организованного досуга населения.

На сегодня РАППА в своей деятельности охватывает все основные направления работ и услуг, которые представляют практический интерес для предприятий отрасли.



**4D - аттракцион –
новое измерение Вашего бизнеса!**
Ваши клиенты прикоснутся к инновациям,
Вы – к инновационному бизнесу.

Продажа оборудования, установка, сервис:
тел.: +7 (985) 119-01-91
e-mail: jane@4dstereo.com www.4dstereo.com

4D CINEMA

Ищешь аттракционы?! Кликни здесь!

- Аттракционы &
- Аттракционы. Продажа аттракционов...
- Ростов-на-Дону парк "Солнечный"
- Парки города Ярославль
- Тбилиси "Башня обзора"
- Красноярск парк "Остров сказки"
- Грозный
- Грузия парк в г. Боржоми
- Калининград ЦПКиО
- Саратов парк "Лукоморье"
- Уфа парк им. И. Якутова
- Донецк парк "Городок"
- Ростов-на-Дону парк "Планета детства"
- Москва "Фантази парк"
- Калуга, Тула, Ярославль
- РФ сеть "Крейзи парк"



СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ:

Мини-Джет-4



всего 28 900 евро

Цепочная карусель



всего 68 000 евро

Симулятор F3



Всего 83 000 евро

5 причин,

почему аттракционы нужно покупать вместе с нами и у нас!

1. Самое главное – деньги

Деньги, вложенные Вами в аттракционы с нашей помощью возвращаются быстрее, при этом то, что Вы делаете, приносит Вам не только материальное, но и моральное удовлетворение, так как красиво смотрится и доставляет радость детям и взрослым!

2. Индивидуальный подход к каждому проекту

Перед тем, как решить, какое нужно ставить оборудование, необходимо определиться каким будет сам парк вообще, какова его основная идея, на кого он ориентирован, какая посещаемость предполагается и т.д. Надо учитывать, что уже есть на месте будущего парка и что с этим делать (включать в состав будущего парка или нет). Необходимо смоделировать предполагаемые пути движения посетителей, от этого будет зависеть их комфорт, безопасность, а также рентабельность аттракционов (практика показывает, что разница в 50 м при установке одного и того же аттракциона может в 2-3 раза влиять на выручку).

3. Подбор оборудования

Мы предлагаем только те аттракционы, с которыми имеем опыт работы (а их у нас более 250 единиц по всей РФ), естественно те аттракционы, которые не показали своей эффективности и не отличаются надежностью и безопасностью в эксплуатации, мы исключаем из списка рекомендуемых и всегда предупреждаем тех, кто к нам обращается с вопросами на эту тему. При этом мы обязательно учитываем степень подготовки службы эксплуатации парка и стараемся избежать на начальном этапе установки технически сложных аттракционов, которые могут «закапризничать» в руках малоопытных специалистов.

4. Цены на аттракционы

Без всяких сомнений берем на себя смелость утверждать, что наши цены на аттракционы самые низкие, точнее говоря, соотношение цены, качества аттракционов и набора

[АТТРАКЦИОНЫ](#)[ПРОЕКТИРОВАНИЕ](#)[ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ](#)[НАШИ ПАРКИ](#)[КОНТАКТЫ](#)

предоставляемых услуг самое выгодное! Вы сами можете убедиться, сравнив их с ценами других участников рынка, однако, следует понимать, что аттракционы – не телевизоры или стиральные машины и сравнивать цены на них у разных поставщиков можно только приведя комплектацию и набор услуг, входящих в объявленную цену, к общему знаменателю, т.е. нужно четко понимать, что входит в объявленную каждым поставщиком стоимость. Многие любят похвалиться своими ценами «ниже рыночных», тактично умалчивая о том, что в эту самую цену входит лишь комплект «Сделай сам».

“Карусель” в такие игры не играет! Мы либо отвечаем за то, что делаем, либо не делаем этого вообще. Если же Вы чувствуете в себе силы и знания повозиться с таким аттракционом и сэкономить на монтаже и послепродажном обслуживании, мы готовы пойти Вам навстречу, но это предмет серьезного и детального разговора.

5. Качество

Качество аттракционов, предлагаемых нами, соответствует стандартам ЕС. Помимо чисто формального соответствия речь идет и о реальном качестве исполнения, невзирая на имя фирмы и страну производителя, мы работаем только с качественным продуктом.

Не секрет, что 10-15 лет назад на рынке доминировали итальянские фирмы, которые смогли обеспечить достойное качество при приемлемой цене. Однако, в последнее время из-за сильного роста издержек производства цены у европейских производителей существенно выросли, что вынуждает их экономить на узлах и агрегатах, закупая комплектующие в КНР, размещая производство в Юго-Восточной Азии и т.п. Все это необязательно отрицательно сказывается на качестве оборудования. В то же время благодаря этим процессам серьезно выросла степень интеграции в самой Европе и уже невозможно сказать, что тот или иной аттракцион на 100% итальянского или немецкого производства, в любом из них можно найти комплектующие, изготовленные в Словакии, Турции или Румынии.

Поэтому смотреть нужно не на карту мира, а в глаза своему предполагаемому партнеру (или, если хотите, поставщику), от которого напрямую зависит, захочет ли работать на Вас эта большая красивая машина или нет. Примечательно, что никому из “карусельщиков” глаза отводить при таком взгляде пока не приходилось...

СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ:

Мини-поезд “Машинки”



всего 14 200 евро

Мини-поезд “Карета”



всего 18 200 евро

Мини-поезд “Тренино”



Всего 28 000 евро

119049 г. Москва, Крымской вал, д. 9

т. (495) 995.75.77, 237.87.01, 237.13.60

От Москвы до Амстердама и обратно до Москвы...

Итоги выставки EAS-2009

Передать все впечатления от посещения Амстердама практически невозможно. Тем более, когда это не отдых, а деловая поездка. Живописные каналы, плавучие дома и развлечения самого свободного города Европы не оставляют равнодушными никого. Ощущение свободы присутствует здесь во всем, начиная от людей и заканчивая голландским сыром и кафе-шопами.

Мне посчастливилось посетить Амстердам вместе с делегацией Российской ассоциации парков и производителей аттракционов, которая традиционно принимала участие в европейской выставке индустрии развлечений «EURO Attractions Show 2009».

«EAS-2009» проходила с 30 сентября по 2 октября в выставочном центре «Rai». В выставке участвовало более 250 компаний со всего мира с различным спектром аттракционов, услуг и развлекательного оборудования. Хочется поделиться впечатлениями от посещения выставки, и отметить определенные тенденции, которые существуют сегодня в развлекательном бизнесе.

Вот как раз с тенденций и хочется начать. Сразу стоит отметить присутствие на «EAS-2009» большого количества 3D-, 4D-, 5D- кинотеатров и разнообразных виртуальных аттракционов, которые за счет новейших компьютерных технологий сегодня способны создавать ощущения и эффекты, максимально приближенные к реальности.

Виртуализация развлечений — одна из тенденций современной индустрии аттракционов. Причем я бы условно разделил виртуальные развлечения на 2 основные категории: виртуальные кинотеатры, где упор делается, прежде всего, на изображение — фильм, картинку, которая выглядит очень живой и абсолютно реальной. Из производителей, это, прежде всего, продукция австрийской компании «Kraftwerk», на стенде которой я был просто потрясен увиденным фильмом о полете на Луну. Вторая категория — это виртуальный аттракцион, где акцент сделан на спецэффекты (чаще всего за счет подвижной платформы): скорость, динамика, ветер и т.д. Там уже не столько наслаждаешься действием на экране, сколько испытываешь экстремальные ощущения от происходящего. На стенде компании «XD-Theater» (США) можно было прокатиться на подобном аттракционе, и первое, что запоминается, — это абсолютно реальное ощущение скорости, малейших поворотов и падений согласно сюжету фильма.

Выставка ярко показала, что производители не стоят на месте, развивают свою продукцию, ищут дальше к новым формам, новым интересным развлечениям.



Традиционно на выставке было представлено много детских аттракционов: аккумуляторные машинки, качалки, детские мотоциклы и мотороллеры. К этой же категории можно отнести и детские картинги, приближенные по своему облику к болидам «Формулы-1». На стенде компании «Falgas» (Испания) стояло порядка 15 детских аттракционов, все очень красочные и яркие. Посоперничать с испанцами могла итальянская компания «Eurogames», которая также представила очень широкий спектр продукции.

Среди оборудования для детей на выставке было не так много детских городков и площадок, и здесь выгодно смотрелась компания «eibe Produktion + Vertrieb» (Германия), которая продемонстрировала на своем стенде фрагменты детских игровых комнат и лабиринтов.

Бамперкары представили итальянские фирмы Bertazzon 3B», «I.E. Park», «Preston & Barbieri», а также «C and S» — постоянный участник выставок РАППА.

Выставка «EAS-2009» была размещена в двух залах, в конце первого из них сгруппировались производители батутов и надувного оборудования, которые привезли в Амстердам наиболее хитовые марки своей продукции. Среди них особенно много было компаний из Китая, которые практически все стояли с оригинальными образцами своей продукции.

Из производителей крупного оборудования стоит выделить компанию «Moser Rides» (Италия), традиционно привозящую на европейские выставки рабочие образцы своих аттракционов, на которых могут прокатиться все желающие. Один из экспонатов, который представила эта компания в 2009 году, — аттракцион «Летающая тарелка»: катаясь на нем, абсолютно не чувствуется присутствие соседей по кабинкам и даже самого аттракциона, ощущаешь себя в состоянии свободного полета, что создает очень интересный эффект и впечатления. Всем советую при случае попробовать, испытано на себе!

Поскольку выставка проходила в Амстердаме, то следует отметить голландские компании, которых было достаточно много. В основном это были производители игрушек, элементов дизайна, сувенирной продукции и другого сопутствующего оборудования («Lucoba Penny Pres», «Toytrading» и др).

Продолжая обзор производителей больших аттракционов, следует отметить компанию «Mondial World of Rides» (Нидерланды), представившую макет своего нового аттракциона Avalant — гигантские качели, вращающиеся в нескольких плоскостях. Один из самых больших стендов был



Делегация компании «Мир» (Россия) и Джерри Робинсон (справа)

у компании «Technical Park» (Италия), которая построила часть катальной горы в виде саней Санта-Клауса. К этой же группе относится единственный российский производитель на «EAS-2009» — компания «Мир», которая уже на протяжении многих лет представляет нашу страну на всех крупнейших мировых выставках индустрии развлечений.

По сравнению с прошлым годом, в Амстердаме было больше компаний, представляющих билетные системы и средства контроля доступа. («Ires» (Франция), «National Ticket» (США)); заметно выделялись силомеры, в основ-

ном китайского производства. На популярном аттракционе «Родео», кроме традиционного быка, можно было также «поплавать» верхом на дельфине, а совсем маленькие могли покататься на миниатюрной гусенице или полене.

Очень необычное и интересное оборудование представила компания «Flymotion Limited» (Великобритания) — гигантский универсальный «катамаран», который может двигаться как по воде, так и по земле.

Европейская выставка ярко показала, что производители не стоят на месте, развивают свою продукцию, идут дальше к новым формам, новым интересным развлечениям.

Если говорить о том, что особенно запомнилось на «EAS-2009», то это, конечно, оригинальный стенд компании «Clostermann Design» (Германия) с очень интересными экспонатами. Они представили импровизированную концертную площадку и трибуну с говорящими монстрами и чудовищами, которые выступали в качестве своеобразного жюри песенного конкурса. Можно было спеть в микрофон, а затем эти «авторитетные специалисты» готовы были оценить и высказать свое мнение по поводу выступления, двигаясь и разговаривая при этом, как живые. Очень интересный и оригинальный аттракцион.

Из производителей тиров хочется выделить компанию «Alterfacé» (Бельгия), которая представила интересный виртуальный аттракцион-тир на тему «Пиратов Карибского моря». Сидя в подвижных креслах, посетитель путешествует по захватывающему маршруту, «сражаясь» на своем пути с различными монстрами, скелетами, зомби и др. Очень захватывающе и оригинально, это уже тир нового тысячелетия.

Из компаний, занимающихся проектированием и строительством парков стоит обратить внимание на «хозяев» выставочной площадки голландскую фирму «P&P Projects», специализирующуюся на проектировании различных тематических зон, мини-парков, оформлении



Экспонаты компании «Clostermann Design» (Германия)

Let's meet in Rome

Stay connected. Stay informed. Stay ahead.

EAS

Euro
Attractions
Show

ROME
2010



Produced by



IAAPA
europe

6 - 8 October 2010

Rome, Italy - Fiera Roma

www.iaapa.org/EAS

пляжей, строительстве гоночных мини-трасс и т.д. Невозможно было пройти мимо компании «Theming and Animatronics Industries» (Испания), стенд которой был представлен как часть тематического парка: в центре стояла огромная фигура какого-то индейского божества с движущимися глазами и извергающего клубы дыма.

Помимо аттракционов на выставке было много сопутствующей продукции (иллюминационное оборудование, фото-, видеооборудование), а также комплектующих и отдельных составных частей.

Компания «Crazy Jump» (Италия), например, привезла комплектующие для спортивных баггов — резинки, сетки, крепления, страховочные ремни. Из сопутствующих услуг были различные зоны для фудкортов, производители попкорна, напитков, сахарной ваты, мороженого, пудингов. Также к этой группе можно отнести услуги компании «Body Art» (Испания), предлагающую оборудование для татуировок. Буквально за несколько минут по готовому оригинал-макету прямо на выставке Вам могли нарисовать временную татуировку. Новая технология не требует специальной подготовки, поэтому эту услугу можно смело предлагать у себя в парке.

На «EAS-2009», разумеется, были представлены ведущие печатные издания индустрии развлечений: «Interpark» (Италия), «Kirmes» (Германия) и наш российский журнал «Аттракционы и развлечения».

Выставка EAS — это не только важное бизнес-событие, но и место для общения. Поэтому было очень интересно пообщаться с представителями компаний, с которыми уже привыкли встречаться на выставках РАППА: «Arihant Industrial



Corp» (Индия), «Antonio Zamperla SPA» (Италия), «Polin Waterparks» (Турция) и др.

Стенд РАППА, как обычно, пользовался популярностью и собирал не только русскоязычных посетителей, но и бизнесменов со всего мира.

Одной выставкой посещение Амстердама, конечно же, не ограничилось. Вместе с представителями РАППА мы посетили почти все ключевые достопримечательности города: Музей Ван Гога, Национальный музей Голландии «Rijksmuseum», Королевский дворец, проехали по каналам Амстердама. Яркие впечатления оставила поездка в столицу Нидерландов Гаагу. Кроме исторического центра города Vinenhof, где расположены средневековый замок и крепость, мы посетили всемирно известный парк миниатюр «Мадуродам», расположенный в пригороде Гааги. Эта популярная туристическая достопримечательность представляет из себя модель города в масштабе 1:25, состоит из типично голландских зданий и сооружений, оригиналы которых находятся в различных частях Нидерландов. Особо удачливые из нас смогли посетить знаменитый тематический парк «Efteling».

По мнению большинства участников, выставка «EAS-2009» прошла значительно лучше по сравнению с выставками прошлых лет. Директор европейского представительства IAAPA Андреас Андерсен отметил, что, «несмотря на очень трудные экономические условия, Амстердам побил все рекорды по количеству участников и посетителей, которых было около 8000 человек почти из ста стран мира».

В следующем году для профессионалов индустрии развлечений все дороги ведут в Рим, где пройдет «EAS-2010». Приглашаю и рекомендую всем специалистам, которые работают в развлекательном бизнесе, посетить ее вместе с нами.





Детская карусель
«ШАПИТО»

410 000



Детская дорога
«МЧС спешит на помощь»

360 000



Детская карусель
«СКАЗКА»

370 000



Каркасный БАСЕЙН
«СВКЛАДЫШЕМ»

230 000



Мини-джет
«ТАИТИ»

980 000



Детская дорога
«КАРАВАН»

380 000



Детские КАЧАЛКИ
«Королевские скачки»

295 000



Детская карусель
«ЛИМПОПО»

290 000



Спортивный
БАТУТ

180 000



МЯТКИЙ детский
ЛАБИРИНТ

300 000



Экстремальный аттракцион
«РОК-Н-РОЛЛ»

600 000



Аттракцион
«Стрелковый ТИР»

180 000



Компания
ОПТОСИБ

**Производство и продажа
аттракционов**

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

Тел./факс: (383) 221-37-41, 292-09-81

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

4 ДНЯ В МОСКВЕ

с профессионалами индустрии развлечений

С 26 по 29 октября 2009 г. в Москве на ВВЦ с большим успехом прошла Московская осенняя встреча специалистов индустрии развлечений.

РАППА старается постоянно совершенствовать свою деятельность, предлагая специалистам индустрии новые эффективные проекты для успешного ведения бизнеса. В этом году был создан другой формат проведения осеннего мероприятия, который себя полностью оправдал.

Новая концепция «Дня производителя» очень понравилась всем участникам осенней встречи. По своей форме это был не стандартный день производителя, а небольшая камерная выставка. Прекрасно украшенный зал создал праздничное настроение, а уютная обстановка располагала к общению. Никто из участников не остался без контрактов и коммерческих предложений.

Многие производители привезли образцы своей продукции. Компания «Studio Fourus» (Санкт-Петербург) уже по традиции поставила 4D-кинотеатр; компания «Элитком» (Москва) представила свой стенд в виде лазерного тира, в котором могли пострелять все желающие; широкий ассортимент надувного оборудования привезла компания «Воздушный замок» (Санкт-Петербург).

В рамках осенней встречи прошли ряд семинаров и учебно-практических занятий на наиболее актуальные темы индустрии развлечений.

Очень большая работа была проведена по организации семинара «Реформирование государственных и муниципальных учреждений культуры в автономные учреждения (АУ). Новые формы деятельности и оплаты труда». С докладами выступили ведущие специалисты в области экономики и права: Т.В. Абанкина — директор Центра прикладных экономических исследований и разработок Государственного университета — Высшей школы экономики, О.А. Есенина — главный советник Государственно-правового управления Президента РФ и др.

Для специалистов развлекательного бизнеса был организован семинар «Создание и эффективная эксплуатация современных развлекательных центров». Семинар проводил управляющий Группы компаний «Gametrade» Ярослав Собко, который помимо основных вопросов организации развлекательного бизнеса, рассмотрел решения конкретных кейсов по новым и действующим развлекательным центрам.

«Вопросы реализации входных билетов (бланков строгой отчетности) и абонементов на посещение аттракционов, парков культуры, аквапарков и других учреждений культуры» осветил А.Н. Колесников — Генеральный директор Федерации Билетного Бизнеса, Председатель Совета директоров ООО «Тикетшоп». В рамках этого семинара участники также посетили парк аттракционов «Аттракционы-Магия» на ВВЦ, где



прошла встреча с руководством парка и его административными службами.

После семинаров участники осенней встречи активно работали на «Дне Производителя», где выбирали себе оборудование на следующий сезон. В заключительный день для специалистов был организован бизнес-тренинг «Организация мероприятий в парках и развлекательных центрах (на открытых и закрытых площадках). Конкурсно-игровая база на основе аттракционов и игровых автоматов», который провел тренер И.М. Увенчиков — Генеральный директор фирмы «Корпоративная культура».

Организаторы получили множество положительных отзывов от участников Московской осенней встречи специалистов индустрии развлечений «РАППА — Осень 2009». Это касалось и выбора тем семинаров, и выступлений докладчиков, и формата «Дня Производителя», и организации всего мероприятия.



Светлана Степанова,
ПКиО г. Якутск

Я участвовала в 2-х семинарах и бизнес-тренинге. Наиболее интересным для меня стал семинар «Реформирование государственных и муниципальных учреждений культуры в автономные учреждения». Наш парк является автономным учреждением с февраля 2009 года, и было полезно узнать много новой информации по ряду вопросов.

В этом плане интересную лекцию провела О.А. Есенина. Также очень познавательной оказалась тема, которую затронула Т.В. Абанкина по новым формам финансирования муниципальных и государственных услуг. Приятно было услышать также своих коллег — директоров парков Л.Н. Лукьяненко (г. Сургут) и А.В. Тарасова (г. Липецк), которые охотно поделились своим опытом работы.

В Дне производителя я участвовала впервые, поэтому мне было все очень интересно. Удалось пообщаться со многими производителями, собрать необходимую информацию для руководства, установить полезные деловые контакты.

Поскольку парковая деятельность очень специфична, я считаю, что посредством проведения таких мероприятий осуществляется реальный обмен опытом между парками. Выражаю благодарность организаторам этого мероприятия и желаю успехов в дальнейшей работе.



**Галина Алексеевна
Ефименко,**
СП «Аттракционы из
Волжского», г. Волжский

Формат «Дня производителя» выставки оказался очень удачным. Работать нам пришлось только со специалистами — никаких «лишних» людей на дне производителя практически не было.

Успех любой выставки для производителей зависит от того, как поработали её организаторы для привлечения потенциальных заказчиков, поэтому мы очень ценим опытных и грамотных специалистов РАППА, которые озабочены данной проблемой не меньше нашего.

Место работы было оборудовано идеально. Всё удобно — столы, достаточное количество стульев, электророзетки возле каждого стола, экран в центре зала, кафе. И, в отличие от больших выставок, никакой шумной музыки, то есть можно было спокойно разговаривать с посетителями. В результате, мероприятие такого формата оказалось не столь дорогим. Нам удалось заключить один контракт непосредственно в Москве, другие контракты находятся в преддоговорной стадии.

Ошибок у организаторов выставки практически не было. Я не встречала компании, более способной к постоянному анализу своей работы и, соответственно, к постоянному профессиональному росту, чем коллектив РАППА.

Искренне хочу пожелать всем РАППАвцам здоровья, удачи и успехов во всех начинаниях!





Бизнес-тренинг «Организация мероприятий в парках и развлекательных центрах. Конкурсно-игровая база на основе аттракционов и игровых автоматов»

Всего в Дне производителя участвовало 37 компаний из России, Белоруссии, Украины, Италии, Испании и Великобритании. Семинары и бизнес-тренинг посетило более 63 специалистов индустрии развлечений России.

Особенно хочется отметить Данилову Наталью Николаевну (ЗАО «Содружество» г. Нижневартовск); Орехова Леонида Михайловича (ЗАО «Таганский ряд» г. Екатеринбург); Кондратову Яну Борисовну (ООО «Славтранс» г. Геленджик); специалистов компании АУ «Красногорский центр культуры и досуга», которые приняли участие во всех мероприятиях Московской осенней встречи.

Мы надеемся, что участие в мероприятиях РАППА откроет новые перспективы развития бизнеса для экспонентов и эксплуатантов развлекательного оборудования, поможет наладить конструктивные деловые контакты не только в Российской Федерации, но и на международном уровне.

Не важно, какой тип развлечений ваша профессия — парк аттракционов, семейный развлекательный центр, аквапарк или зоопарк — на мероприятиях РАППА вы найдете то, что Вам нужно.

Зоя Сергеевна Даревская
Директор выставок РАППА



**Для заказа площади
на «РАППА-Осень 2010»
и «РАППА-2011» обращайтесь:**
vystavka@raapa.ru;
raapa@raapa.ru; show@raapa.ru.
Более подробную информацию Вы
можете получить в РАППА:
**Тел./Факс: +7 (495) 748-3448
988-8948
+7 (499) 760-3814**

20 - 22 октября 2010

October 20-22, 2010

Москва, ВВЦ.

Moscow, VVTs.



РАПА ОСЕНЬ 2010

IV Московская осенняя выставка

АТТРАКЦИОНЫ

и развлекательное оборудование

Moscow Autumn Exhibition

Amusement Rides & Entertainment Equipment

Оргкомитет/Organizing committee:

129223, Moscow, prospekt Mira, 119, of. 307-311.

Tel./fax: (495) 748 3448, 988 8947, 988 8948, (499) 760 3814.

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

Индустрия развлечений в СНГ

В советское время понятия «индустрия развлечений» не было. В то время, когда на западе строились и работали крупнейшие парки и предприятия развлекательной отрасли, в СССР парковая работа рассматривалась как один из инструментов деятельности Министерства культуры.

Распад СССР сильно повлиял на все сферы жизни бывших союзных республик: на развитие экономики, социальной сферы и, естественно, культуры. Но исторически наша страна по-прежнему неразрывно связана со многими народами и республиками бывшего Советского Союза.

На страницах нашего журнала мы постараемся рассказать о том, как обстоят дела в индустрии развлечений у наших ближайших соседей. Некоторые почему-то считают, что индустрия развлечений в странах СНГ менее развита, чем у нас, но это мнение во многом складывается из-за отсутствия информации. Возможно, что именно там сегодня формируется широкое поле для активной деятельности и развития индустрии развлечений.

В этом номере речь пойдет о двух республиках: Кыргызстане и Казахстане.

КЫРГЫЗСТАН

Кыргызстан одна из самых южных республик бывшего СССР. Климат - одно из главных преимуществ этой горной страны. Солнце в столице Кыргызстана - Бишкеке светит около 322 дней в году, что для нашей отрасли, конечно, создаёт сказочные условия. В конце прошлого года нам удалось посетить Кыргызстан и узнать о том, что из себя представляет индустрия развлечений в этой замечательной стране.

Население Республики Кыргызстан около 5,3 млн. человек. Главное туристическое место отдыха и первая национальная достопримечательность – это, конечно, озеро Иссык-Куль. Центром же политической, экономической, научной и культурной жизни является столица государства – Бишкек.

По последним данным экономических обозревателей, Кыргызстан одна из тех стран СНГ, которая меньше остальных пострадала от кризиса. Кризис отразился в определенной степени в торговле и производстве; значительно слабее он затронул развлекательную сферу. Поэтому там се-

годня просматриваются реальные перспективы для развития индустрии развлечений.

В Бишкеке сконцентрирована практически вся индустрия развлечений страны. В городе 8 открытых парков и зон отдыха, из которых 2 частных.

Если анализировать техническое обеспечение парков развлекательным оборудованием, то вполне закономерно, что здесь выделяются частные парки Бишкека: Парк развлечений «Фламинго» и ПККиО им. Панфилова.

Управлением муниципальных парков занимается мэрия города. В настоящее время на содержание парков и зон отдыха Бишкека администрация тратит около 900.000 тыс. сомов в год (примерно 600 000 руб.) – сумма очень небольшая, но в перспективе за счет привлечения внешних инвестиций она должна вырасти до 3 млн. сомов в год.

Администрацией Бишкека в настоящее время разработан проект «Парки города», целью которого является развитие городской индустрии развлечений и создание в парках и городских зонах отдыха аттракционных комплексов и площадок.

Помимо аттракционов, программа развития включает в себя организацию в парках детских бассейнов, фонтанов, пунктов быстрого питания, сувенирной торговли, автостоянок, светового и звукового оформления. Также рассматривается вопрос строительства аквапарка.

Что касается развлекательного сектора, то существующие торгово-развлекательные центры в Бишкеке перестроены в основном из бывших заводов и фабрик. Площадь развлекательных зон в них очень небольшая, и заполнена оборудованием, главным образом, китайского производства.

От посещения парков Бишкека у нас осталось позитивное впечатление. Очевидно, что в настоящее время в Кыргызстане просматриваются реальные перспективы для развития развлекательного бизнеса и индустрии развлечений. Побывав в парке «Фламинго», мы в этом убедились.

Flamingo:

ВЧЕРА
СЕГОДНЯ
ЗАВТРА

«Тот, кто движется, — победит»

Из киргизского эпоса «Манас»



Вчера

Парк «Фламинго» качественно отличается от других парков и мест развлечений не только Бишкека, но и всего Кыргызстана. Трудно представить, что 10 лет назад здесь был построен парк такого высокого уровня с современными аттракционами и прекрасным тематическим оформлением. И дело здесь не только в том, что это один из немногих частных парков Бишкека. Специфика «Фламинго» прежде всего в современной организации аттракцино-парковой деятельности.

Парк «Фламинго» был частью крупного инвестиционного проекта Центральноазиатской Группы (ЦАГ) — крупнейшего южнокорейского инвестора в Кыргызстане, которая начала свою деятельность на рынке республики в 1998 г. в свободной экономической зоне (СЭЗ) «Бишкек». В общей сложности эта компания инвестировала более 25 млн. долларов в различные сферы экономики Киргизии, из которых 10 млн. ушло на строительство парка, включая покупку аттракционов и тематическое оформление.

Осуществлять свою деятельность компанию пригласило Правительство республики с целью развития экономической и социальной сферы страны. ЦАГ была передана в аренду на 99 лет территория бывшего ВДНХ Киргизии, которая в то время практически никак не использовалась, а в 1998 г. получила статус свободной экономической зоны. Главная задача, как для власти, так и для инвестора, заключалась в возрождении исторической значимости этой территории, создании здесь уникального культурно-развлекательного и природного комплекса.

Проектированием парка «Фламинго» занимались специалисты из Индонезии. Ими была разработана концепция территории и план восстановления аттракционов и тематического оборудования.

Также на территории общей площадью 23 га, из которых 6 га занял парк, планировалось восстановить выставочный центр, построить семейный развлекательный комплекс, 5-звездочную гостиницу, аквапарк, создать необходимую ин-

фраструктуру — дороги, автостоянку, освещение и т.д.

В общем, замыслы были очень хорошие. Открытия парка ждали в городе как чуда. Но затем возникла угроза закрытия свободных экономических зон в Кыргызстане, что коренным образом меняло ситуацию для инвестора. В итоге компания была вынуждена заморозить большинство своих проектов.

По сравнению с остальными планами Центральноазиатской Группы, парк «Фламинго» был совсем небольшим проектом, но, как ни парадоксально, именно он один из немногих смог выжить. Этот факт наглядно характеризует нашу сферу, которая свободна от сырья, полезных ископаемых, темпов производства, курсов валют, и зависит в первую очередь от естественных потребностей человека — потребности в отдыхе и развлечениях.



**И. Родионов и Н. Бейшеналиева
на встрече в Бишкеке**

Сегодня

Сегодня «Фламинго» по-прежнему остается уникальным в своем роде парком на территории Бишкека. За 7 лет он стал излюбленным местом семейного отдыха горожан и гостей Кыргызстана.

Назира Бейшеналиева — финансовый директор парка «Фламинго»: Главная причина, почему наш парк долгое время был малоэффективным проектом в том, что мы его слишком рано построили. Парк нужно было создавать не 10 лет назад, а сейчас, поскольку в 1998 году в Киргизии не было условий для его успешного функционирования — не было рынка, а также отсутствовала ярко выраженная потребность у населения — в первую очередь, из-за низкой покупательной способности людей.

Активная потребность в наших услугах возникла в последние два года. До этого серьезной проблемой было даже элементарно добраться до парка, несмотря на то, что он находится в 10-15 мин. езды от центра города. Сегодня же, когда практически каждая семья имеет свой автомобиль, эта проблема решена.

Сезон эксплуатации аттракционов в Бишкеке начинается обычно 8 (Международный женский день) или 21 марта («Нооруз» — новый год в Азии), в зависимости от погодных условий.

Перед началом сезона техническое состояние аттракционов проверяют специалисты из испытательной лаборатории при местной ТЭЦ. С инициативой проводить техническую экспертизу выступают сами владельцы парка. Безопасность — один из главных принципов работы «Фламинго».

Другие преимущества парка: ухоженная территория, чистый воздух, близость к горам, недорогие цены на билеты. Приобретенные 10 лет назад аттракционы по-прежнему в очень хорошем состоянии, все красочные и яркие.

Среди них: детская железная дорога «Колорадо Экспресс», катальная гора «Очумелый червяк», аттракцион «Пиратский корабль», «Вертолет», «Волшебный сад» (аналог аттракциона «Солнышко»), миниджеты «Пилот» и «Небесный дракон», красивая детская свадебная карусель «Лошадки Барокко» и другие. Яркий представитель экстремальных аттракционов — «Камикадзе». Также в парке есть батутный городок, детский картинг, бассейн с бамперными лодками, «Подземелье ужасов», несколько тиров, аттракцион «Родео» и другие развлечения.

В сезоне 2008 г. в парке была установлена система автоматизированного контроля, которая во многом решила проблему воровства. Эта болезненная проблема, как выяснилось, очень актуальна и для парков Киргизии.

На момент открытия парка существовала традиционная билетно-кассовая система, но работала она очень неэффективно: во-первых, оставалась проблема воровства, во-вторых, это было неудобно для посетителей.

В настоящее время парк полностью автоматизирован, установлена система турникетов, работает принцип как единого, так и разового билета на аттракцион. Цена абонемента для детей составляет от 150 до 200 сом — около 3-5



долларов, по которому можно прокатиться на 10 аттракционах, за исключением призовых. Кроме того, предусмотрена система бонусов. Плата за вход — 40 сом (около 1 доллара).

Назира Бейшеналиева: Я считаю, что все, кто занимается этим бизнесом, должны понимать, что проблему воровства на 100% искоренить нельзя, но нужно сделать все, чтобы потери были минимальными. Лучше один раз пойти на расходы и установить систему автоматизации, чем считать потерянные деньги, или даже просто не знать об этих потерях, ловить персонал и тратить на это свои силы и эмоции. Мы установили достаточно дорогое оборудование из Аргентины, но оно окупило себя за один сезон.

Кроме того, преимущество системы контроля еще в том, что она позволяет анализировать работу парка: выявить наиболее популярные аттракционы, определить пики посещения в течение дня, недели, сезона. Это дает почву для творчества, чтобы проводить в непопулярное время какие-то дополнительные мероприятия и акции.

Организация эффективной работы персонала — одна из приоритетных задач для руководства парка «Фламинго». Техническая служба занимается обучением операторов работе на аттракционах; за качеством обслуживания следит отдел маркетинга.

Назира Бейшеналиева: Для того чтобы поднять качество работы персонала, среди посетителей парка проводится анкетирование. Именно среди посетителей, поскольку их оценка более объективна, чем мнение администраторов, которое, конечно, мы тоже учитываем. Тех операторов, которых отмечают наши гости, мы обязательно поощряем. Система мотивации необходима, поскольку она дает стимул работы для персонала. Кроме того, анкетирование посетителей позволяет узнать, что нам нужно улучшить в парке и над чем работать.

Парк «Фламинго» имеет важное социально-культурное значение для Бишкека, и несет, поми-

мо развлекательных, воспитательные функции. В сезоне 2009 г. на территории парка заработал детский творческий центр «Балажан-Фламинго». В окружении живописных гор с детьми занимались профессиональные педагоги, приглашенные администрацией парка.

Деятельность центра несла в себе не только всестороннее развитие творческих способностей ребенка, а также была направлена на патриотическое воспитание детей.

На территории парка много элементов ландшафтного дизайна и декораций: динозавры, драконы, различные животные, башни, домики в восточном стиле, водопад, сказочный замок, который служит прекрасной смотровой площадкой, а также местом проведения праздничных и концертных мероприятий.

Конечно, за 10 лет многие элементы декора утратили свою былую красоту и требуют обновления. Кроме того, в изначально очень разнообразном тематическом оформлении отсутствовала некая объединяющая идея, которой бы мог соответствовать весь парк. Именно поэтому современная деятельность парка «Фламинго» движется в направлении тематизации развлечений.

Завтра

За последние годы жизнь Бишкека изменилась — более активно заработали рыночные рычаги в экономике страны — возможно, этому даже способствовал случившийся кризис; стали возвращаться мигранты из России и других государств, поднялся уровень жизни населения — это можно судить, хотя бы, по резкому увеличению количества автомобилей в городе. Местная администрация стала уделять больше внимание парковой сфере — возрождать муниципальные парки, осуществлять ремонт, благоустройство, появились новые аттракционы.

Изменилось состояние дел и парка «Фламинго». Инвестору удалось снять груз нерентабельных проектов, сформировался пози-



Детский праздник в парке «Фламинго»



На территории парка работает детский творческий центр «Балажан-Фламинго»

тивный имидж парка, появились постоянные посетители.

Назира Бейшеналиева: Мы смотрим в будущее и считаем, что сейчас настало подходящее время для развития. Но мы не видим смысла развивать только парк «Фламинго», поскольку он в первую очередь предназначен для детей. Задача состоит в том, чтобы развивать всю территорию выставочного комплекса и позиционировать семейный отдых.

Современная концепция развития территории ВДНХ Бишкека во многом возвращается к тем целям, которые ставили перед собой создатели парка 10 лет назад, но уже с новыми идеями и способами их воплощения. Главная задача осталась прежней — создать уникальную зону отдыха для жителей и гостей Бишкека.

План реконструкции предполагает возрождение Экспоцентра и превращение его в современный выставочно-развлекательный комплекс, в котором смогут проводиться выставки, презентации, конференции, концерты, банкеты и другие мероприятия.

Создание «Garden Cafe» — уникального места, где объединяются в единое целое природа и городская жизнь.

Семейный развлекательный комплекс — крытый парк для семейного отдыха, где смогут найти развлечения и дети, и взрослые.

Водная игровая площадка — упрощенный вариант аквапарка, который представляет собой интересное интерактивное развлечение для любой возрастной группы.

Концепция развития разрабатывалась таким образом, чтобы сохранить актуальность парка «Фламинго» на фоне будущих культурно-развлекательных объектов. Но при этом, естественно, парк должен будет им соответствовать. С этой целью создана целая стратегия развития парка «Фламинго».

Ключевыми принципами этой стратегии является создание и позиционирование истории

парка, постановка воспитательной миссии, семейная направленность развлечений и круглогодичность работы. Парк «Фламинго» должен будет превратиться в настоящий тематический парк развлечений.

Программа ребрендинга включает: разработку логотипа и фирменного стиля парка; создание мультфильма о героях и истории парка; распространение сувенирной продукции; проведение развивающих игр и т.д. Уже сегодня придуманы персонажи и герои парка, на стадии завершения сайт парка.

«Фламинго» должен стать семейным и вне-сезонным местом развлечений. Для привлечения взрослой категории планируется развитие ресторанной зоны, создание открытого кинотеатра, спортивных развлечений; для тинейджеров — организация дискотек, любительских клубов, экстремальные аттракционы.

Администрация парка приглашает инвесторов и партнеров для совместного развития своих проектов на территории Бишкека. Столица Кыргызстана сегодня растет и преобразуется: строятся новые дома, дороги, курорты; растет численность населения; стабилизируется экономическая и политическая ситуация. Отсутствие прямых конкурентов и наличие свободной экономической зоны создают здесь благоприятные условия для бизнеса. К тому же, на Востоке, как известно, люди охотнее тратятся на развлечения, чем на Западе.

Чем принципиально отличается работа талантливой команды «Фламинго» от других предприятий развлечений в Кыргызстане, так это современными подходами к организации парковой деятельности и уверенным взглядом в будущее. Именно это является главными факторами в успехе, который обязательно должен быть достигнут.

Тот, кто движется — победит!

Андрей Кочин



Выступления национальных творческих коллективов в парке

ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ



КСИЛ®



1970 40 ЛЕТ 2010

**БОЛЬШОМУ КОРАБЛЮ -
- БОЛЬШОЕ ПЛАВАНИЕ**



**Фирма “КСИЛ” выражает благодарность всем,
кто своей поддержкой способствовал
нашему успеху на протяжении 40 лет.**



*Наш адрес: 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*



Индустрия развлечений в СНГ

КАЗАХСТАН

Если анализировать индустрию развлечений с точки зрения семейного отдыха, то необходимо признать, что в странах СНГ и в России это направление не так сильно развито, и до масштабов Америки, Европы и нефтяных государств Азии нам далеко. Крупных парков развлечений и семейных развлекательных центров у нас пока нет. Есть отдельные интересные проекты в России, Украине и других государствах, но назвать их возникновение тенденцией достаточно сложно.

В то же время, на общем фоне наиболее успешно среди стран СНГ, помимо России, рынок развлечений развит в Казахстане.

Из Бишкека в ходе нашего турне по странам Центральной Азии мы отправились в Казахстан, г. Алматы. Проехав три с половиной часа на машине через горный перевал, мы были поражены тем, насколько отличаются столица Кыргызстана и экс-столица Казахстана, как по своим масштабам, так и по уровню развития городской инфраструктуры.

Алматы – сегодня крупнейший мегаполис в Казахстане, который исторически по-прежнему задает тон развитию экономики и культуры в стране.

Индустрия развлечений занимает заметное место в городе. В Алматы много открытых парков, причем почти все они оснащены современными аттракционами. ЦПКиО им. Горького – одно из главных мест отдыха горожан, где, помимо зеленого массива и аттракционов, расположен современный аквапарк и зоопарк. Уровень оборудования очень достойный, кроме ближайших производителей из Китая, есть техника из Европы и Японии. Особенно стоит выделить «Фэнтези-парк», который по праву можно назвать настоящим парком развлечений, исходя из широко набора аттракционов и развлекательного оборудования.

Министерством индустрии и торговли Казахстана в настоящее время планируется разработать стандарты безопасности в аттракционно-парковой сфере. Это, к сожалению, пока редкий пример формирования нормативно-правовой базы в индустрии развлечений среди стран СНГ.

В последнее время в Казахстане очень активно развивается киноиндустрия – открываются новые кинотеатры, появляются местные и зарубежные сетевые кинооператоры. Также прогрессирует сети боулина и бильярда.

Достаточно интенсивно развивается развлекательный бизнес. В Алматы и других городах Казахстана уже сейчас построено много крупных торгово-развлекательных центров. Также есть примеры отдельных культурно-досуговых комплексов. Например, развлекательный центр «Думан» в Астане, который совмещает несколько интересных функций: океанариум, детский развлекательный комплекс, 5D-кинотеатр и другие развлечения.

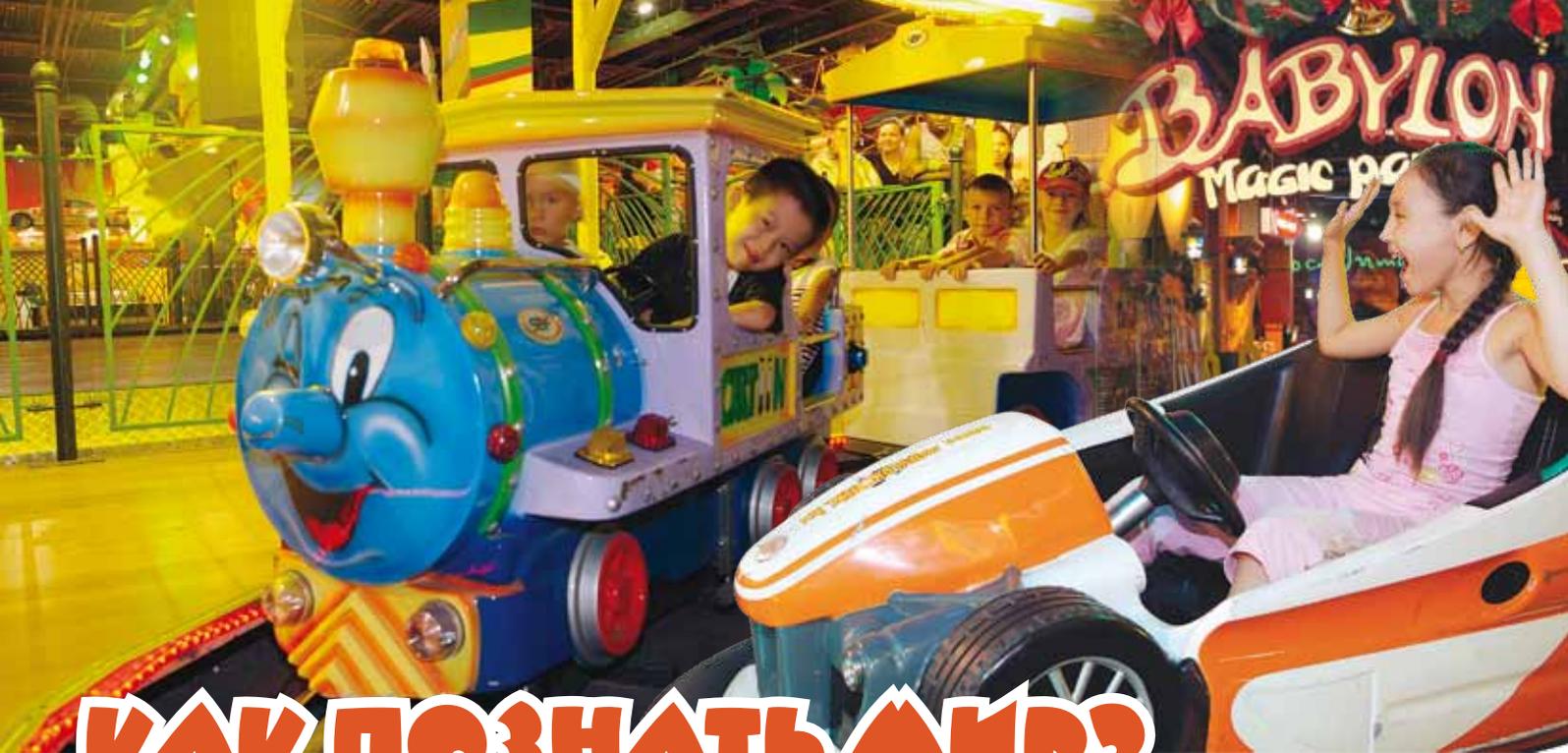
Среди сетевых операторов следует отметить компанию «Agat Group Inc», представляющую сеть крытых семейных тематических парков «Babylon», аналогов которым практически нет ни в СНГ, ни в России. Нам удалось посетить несколько центров в Алматы и пообщаться с руководством управляющей компании, которая сегодня начинает активно осваивать рынок индустрии развлечений в России.

ВИСОБАНД

КОНТРОЛЬНЫЕ БРАСЛЕТЫ ОТ МИРОВОГО ЛИДЕРА

- ИДЕАЛЬНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ НОСИТЕЛЬ
- САМЫЕ ПРОЧНЫЕ
- САМЫЙ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ (ТУВЕК БУМАГА, НЕОН ВИНИЛ, GLITTER, ...)
- КОРОТКИЕ СРОКИ
- ВОЗМОЖНО НАНЕСЕНИЕ
- ГИБКИЕ ЦЕНЫ

Заказ по телефону:
(495) 500 64 49
jv@corp-ld.ru
www.visoband.ru



КАК ПОЗНАТЬ МИР? ЧЕРЕЗ ИГРУ!

Развлекательные центры «Babylon»

Когда в Казахстане процветал игорный бизнес, и большинство фирм занимались строительством и эксплуатацией казино, компания «Agat Group Inc» практически единственная занималась поставками для индустрии развлечений. Однако объемы продаж были смешные, поскольку не было крупных торговых центров, а летние парки не практиковали строительство каких-то павильонов; не было и больших кинотеатров, где зоны ожидания можно использовать под установку соответствующего оборудования. Были лишь частичные продажи на уровне мелких локальных проектов.

Прекрасно зная представленное на рынке оборудование и опыт зарубежных стран, а также видя потенциал Казахстана для реализации всевозможных идей, руководство «Agat Group Inc» решило взять курс на развитие семейного и детского досуга. С 2005 г. деятельность компании переориентировалась на создание детских развлекательных центров. Это было не только стратегическим решением, но и мечтой, которая воплотилась в реальность.

За основу был взят опыт строительства крытых парков развлечений в Дубае и Саудовской Аравии.

Первый фактор, который говорил в пользу развития концепции крытых парков развлечений, — климатические особенности Казахстана.

Однажды я полюбил свою работу и с этого дня «не работал» никогда

Из интервью с Рустамом Агеевым

В большинстве городов температура летом достигает +40-45°, а зимой -20-25°, т.е. период комфортного лета, когда можно побыть в открытом парке, очень небольшой.

Рустам Агеев — президент компании «Agat Group Inc»: *Не знаю, насколько это правдоподобно звучит, но действительно была мечта! У меня, как родителя, было огромное желание построить что-то уникальное и масштабное для детей, чего до этого в Казахстане не было!*

Мы не пошли по пути выбора формата площадки аттракционов, который нам предлагал торговый оператор. Мы решили развивать концепцию индор-парка, который имеет, помимо стандартного оборудования для РЦ, крупные парковые аттракционы. Также мы решили уделять большое внимание тематизации, чтобы все составляющие парка были подчинены единой направляющей идее.

По ходу строительства первого парка в г. Алматы вырисовывалась стратегия развития компании и будущей развлекательной сети. Еще на стадии согласований мастер-плана и концепции первого центра, компания начала работать над идеями проектов развлекательных центров в Шемкенте, Астане и Караганде. Таким образом, за 2 года компания построила 4 семейных развлекательных центра.

Планировалось, что срок окупаемости развлекательных центров по Казахстану будет 5 лет, но кризис внес коррективы, и сегодня срок увеличился на два года — до 7 лет.

Миссия

Свое миссией компания провозгласила создание сказочной страны, где дети и их родители получают радость семейного общения и познание мира через игру. На этих целях строится весь маркетинг компании.

Концепции

Основными критериями компании при выборе места под строительства развлекательного центра являются: города-миллионники, торговые центры площадью свыше 70 тыс. кв. м. с хорошим якорным наполнением: гипермаркетом, фудкортом, многозальным кинотеатром и др.

Концепция первого центра в Алматы «Babylon Magic Park» посвящена теме восточных сказок. Парк полностью декорирован в стиле восточных сказок: начиная от сказочных героев и персонажей, и заканчивая световым и звуковым оформлением, которые создают неповторимую волшебную атмосферу. В парке посетителям предлагается более 200 различных аттракционов и игровых автоматов, 4D-кинотеатр, зона лазертага, роликовый каток 600 кв. м, танцпол с пультом для DJ, 3D-кафе «Джуманджи» оформленное в стиле «тропического леса», Fast Food кафе и «PARTY ROOM» для проведения детских праздников. В Парке также проходят различные спортивные и корпоративные мероприятия.

Иногда при проектировании учитываются особенности торгового центра. Например, один из парков Астаны «Babylon Arena Park» посвящен Древнему Риму, исходя из концепции торгового центра. В основе оформления этого торгового центра лежит идея великого шелкового пути, и в оформлении использовалась визуализация этого

шелкового пути, который заканчивался в «Риме» — на верхнем этаже в парке «Babylon». Очень оригинальная тема и интересная идея.

Всего в Казахстане компания открыла 7 парков: 2 парка в Астане — «Babylon Pirates Park», декорированный в пиратском стиле, и, уже упомянутый выше, «Babylon Arena Park»; 2 парка в Алматы — «Babylon Magic Park» и «Babylon Pyramids Park»; «Babylon Gothic Park» (г. Шымкент) — тематический парк в готическом стиле, в котором световые звуковые эффекты создают особую атмосферу рыцарского замка; «Babylon Jungle Park» (г. Караганда) — тематический парк, декорированный в стиле джунглей; совсем недавно открылся парк «Babylon» в г. Актобе, представленный в морской теме.

Оборудование

При подборе оборудования у «Agat Group Inc» существует три главных критерия: уникальность, высокотехнологичность и безопасность. Специалисты компании очень внимательно следят за ситуацией на рынке индустрии развлечений, посещают многие выставки и сотрудничают с ведущими производителями из Европы, Америки и Азии.

Основная задача при проектировании развлекательного центра — извлечь из пространства максимум. Важно не просто увидеть аттракцион, а понять, что из него можно сделать. Поэтому если есть возможность ставить большие аттракционы (такие как, катальная гора, башня свободного падения, суперджет и др.), то это обязательно используется. При этом развитие парков не прекращается после открытия, происходит периодическая ротация игровых автоматов и аттракционов с учетом того, что появилось на рынке.



Baby Star — уникальный семейный конкурс

Тематизация

Конечно, главное отличие развлекательных центров «Babylon», кроме современного оборудования, семейной направленности развлечений и масштабы проектов, — это уникальное, дорогостоящее тематическое оформление.

Рустам Агеев: Многие наши вложения напрямую денег не приносят, мы только надеемся косвенно заработать на тематизации, звуке, свете. Во многом это все просто отнимает территорию. Кроме того, за счет оформления срок окупаемости центров и оборудование сильно возрастает. Но за счет того, что техника стоит не просто в павильоне, а в «сказочной стране» — это усиливает эффективность её работы. Да, это намного сложнее, поскольку здесь очень важно поймать момент, когда наступает эта синергия — оборудование, которое само по себе должно быть качественным, становится более востребовано и желаемо, когда оно находится на территории какой-то «волшебной страны».

Аудитория

В большинстве развлекательных центров «Babylon» смогут найти себе развлечения и дети и взрослые, но все же основная целевая аудитория — дети от 3 до 15 лет. Это обусловлено в первую очередь возможностями торгового центра и тех площадей, которые он готов предоставить под зону развлечений.

Если это небольшой объем, то в основном предлагаются развлечения для детей до 12 лет (например, «Babylon Pyramids Park» — 2000 кв. м). Если же торговый центр готов предоставить значительную площадь и высокие потолки, то тогда можно ставить большие экстремальные аттракционы, что поднимает возрастную планку посетителей до 15-16 лет.

Персонал

Что касается персонала, то из общения, как с руководством управляющей компании «Agat Group Inc», так и с дружным коллективом развлекательных центров «Babylon», сложилось впечатление, что от всех сотрудников веет какой-то позитивной одержимостью и верой в то дело, которым они все занимаются.

Конечно, кроме проникновения в миссию компании, существует целая система подбора и оценки персонала. Для каждой категории сотрудников (технический специалист, оператор, кассир, супервайзер (администратор)) есть определенный набор компетенций, которыми они должны соответствовать.

При открытии нового развлекательного центра проводится кастинг, который ведет тренер. На кастинге человек должен пройти самопрезентацию, выполнить задания на артистизм, стрессоустойчивость, участвовать в ролевых играх: например, разыгрывается какая-то конфликтная ситуация, которую нужно разрешить. Также проводятся тренинги по безопасности.

Система подготовки построена таким образом, что весь оперативный персонал взаимозаменяем. Операторы одновременно являются и артистами, и аниматорами и даже гардеробщиками. Поэтому даже одежду Вам поддают с улыбкой.



Мероприятия

С присущей изобретательностью и фантазией в развлекательных центрах «Babylon» подходят и к организации мероприятий.

Абсолютно уникальным событием является ежегодный «Baby Ball». Для организации этого мероприятия идет специальный отбор, проводятся тренировки участников. Все событие проходит под симфонический оркестр.

«Baby Fashion» — не просто детский показ мод, а целый конкурс актерского мастерства, где дети демонстрируют одежду известных брендов и одновременно предстают в некоем образе (Золушки, принца и т.д.).

«Baby Star» — уникальный семейный конкурс «Моя семья — создание талантов».

Все эти мероприятия помогают акцентировать значение миссии компании по продвижению семейных ценностей.



Babylon Magic Park, г. Алматы

Парками также ведется активная работа со школами: начиная от элементарного тимбилдинга, до специальных тематических («Кухни народов мира») и благотворительных («Добрый понедельник») акций. Совместные кросс-акции проводятся с другими операторами торгового центра.

Стратегия развития

За период с 2006 г. по 2009 г. «Agat Group Inc» открыто 8 парков общей площадью 24500 кв.м. Объем инвестиций составил более 40 млн. долл. США.

Идей и планов у компании очень много. Помимо развития сети «Babylon», есть идея про-

давать бренд и развиваться через франшизу, построить отдельно стоящий тематический развлекательный центр и даже открытый парк. Компания собирается осваивать рынки развлечений России, стран СНГ, Китая и Восточной Европы.

Сегодня компания «Agat Group Inc» начинает активно работать в России. К 2014 г. планируется открыть порядка 15 крупных индор-парков в разных городах общей площадью 60-80 тыс. кв.м. Первый парк уже открылся в декабре 2009 г. в торговом центре «Филион» в Москве. Новые проекты будут рассчитаны не только на детей, но и на взрослых.

И поскольку название «Babylon» говорит о том, что это исключительно детские парки, на российский рынок компания выходит с сетью развлекательных центров под новым названием — «Happylon», которые будут позиционировать более универсальный отдых.

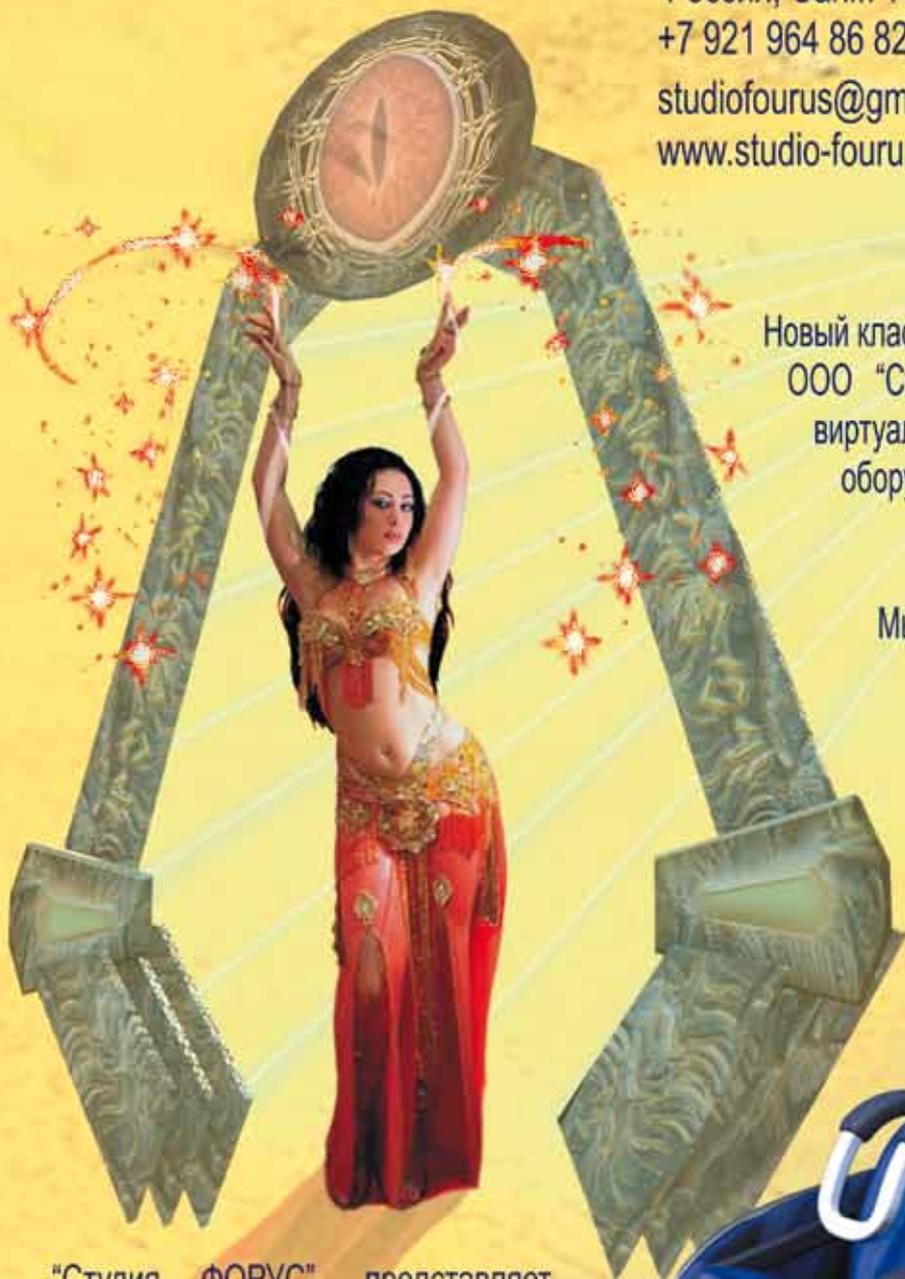
Рустам Агеев: Мы за то, чтобы на рынке формировать честные конструктивные отношения, как с партнерами, так и с конкурентами. Нам интересно этим заниматься, и для меня это не просто бизнес. В жизни все очень уравновешено и сбалансировано. И если я знаю, что наше дело реально принесет какое-то добро людям, то это окупится и с точки зрения бизнеса.

Андрей Осипов



Виртуальные аттракционы

ООО "Studio Faurus"
Россия, Санкт-Петербург,
+7 921 964 86 82
studiofourus@gmail.com
www.studio-fourus.ru



Новый класс виртуальных аттракционов разработанный ООО "Студия ФОРУС" ориентирован на создания виртуального шоу с использованием комплекса оборудования объёмного изображения и специальных эффектов

Мы предлагаем мини концертные залы в формате кабаре-кафе или VIP залов создающие интимную и загадочную атмосферу погружения в мир фантазий.

Для Вас готовы и концертные номера в Режиме нон-стопа, и эротические шоу программы с использованием возможностей специальных эффектов.

"Студия ФОРУС" представляет последние обновления модельного ряда динамических модулей (подвижных кресел) для 4D виртуальных аттракционов.

Трехместные динамически подвижные кресла теперь имеют новый современный дизайн и значительно усиленные динамические характеристики.

Неограниченные возможности по количеству подключаемых динамических модулей позволяет подобрать оптимальные экономически рассчитанные размеры Вашего 4D аттракциона.





ООО «Грос» г. Красноярск представляет...

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

1. Джет «Летающий слоник «Дамбо»
2. Семейная горка «Гусеница»
3. Цепочная карусель «Ретро» 36 мест
4. Детское колесо обозрения «Венеция» 6 м
5. Паровозик «Веселый поезд»
6. Батут на растяжках «Air-Trampoline»

А также продолжаем производить, уже ставшие, без ложной скромности, «хитами», такие аттракционы

как: «Автодром», «Вальс «Ракушки», «Колесо обозира» (7), цепочная карусель «Подсолнух» (8) и др.

Аттракционы «Автодром», «Гусеница» и «Колесо обозира» - СЕРТИФИЦИРОВАНЫ.

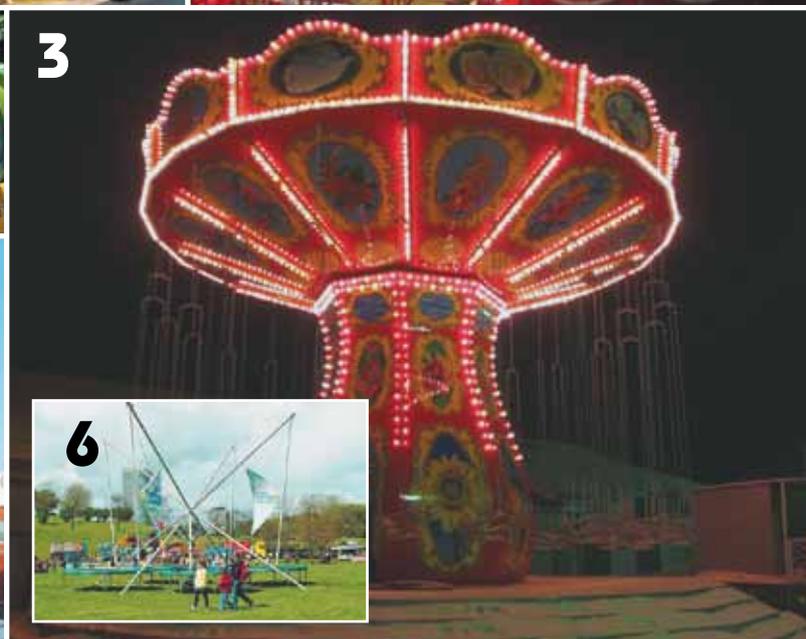
МЫ УВАЖАЕМ НАШЕГО ПОКУПАТЕЛЯ

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

т. (391)226-27-26; т/факс (391)226-27-35;

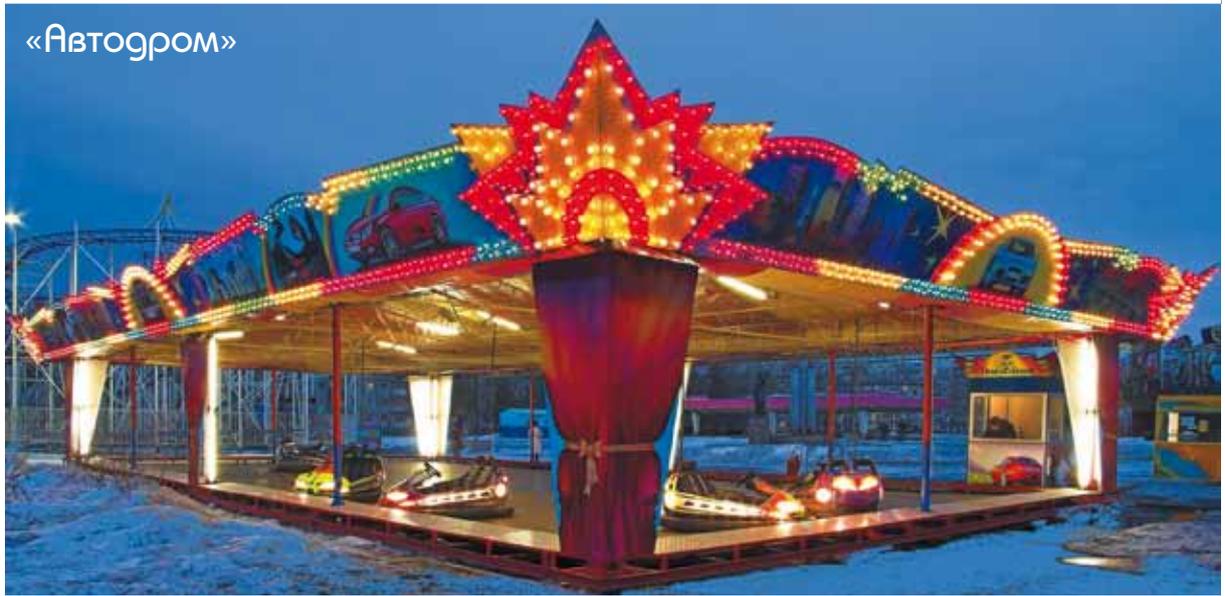
моб. тел. +7 902-942-16-82;

e-mail: info@inpark.ru; www.inpark.ru

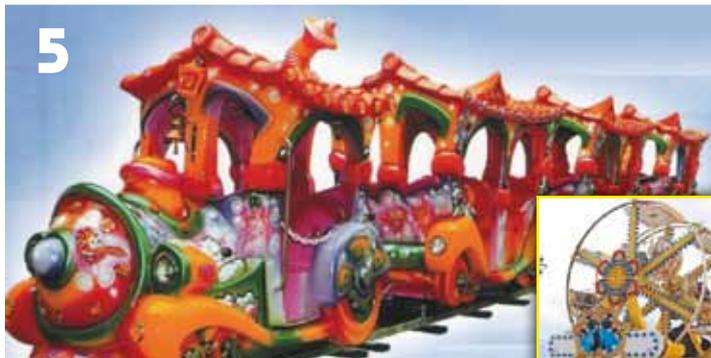




«Вальс Ракушки»



«Автодром»



5



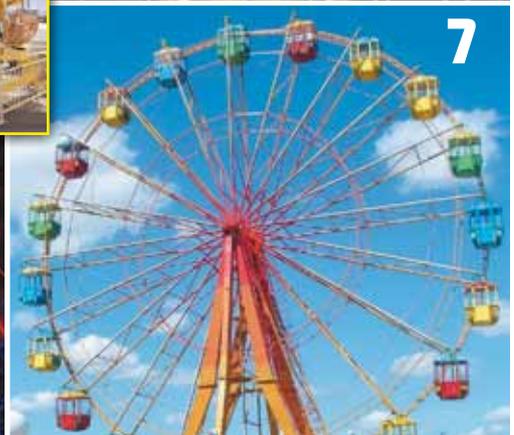
8



7



4



7

Выбор оптимальной концепции развлекательного сегмента ТРЦ



В России, несмотря на кризис, девелоперы продолжают строить торговые центры и, естественно, в конкурентной борьбе между собой они стараются использовать наработки и опыт западных компаний. Одним из ключевых факторов в борьбе за посетителей является наличие развлекательных составляющих в торговом центре.

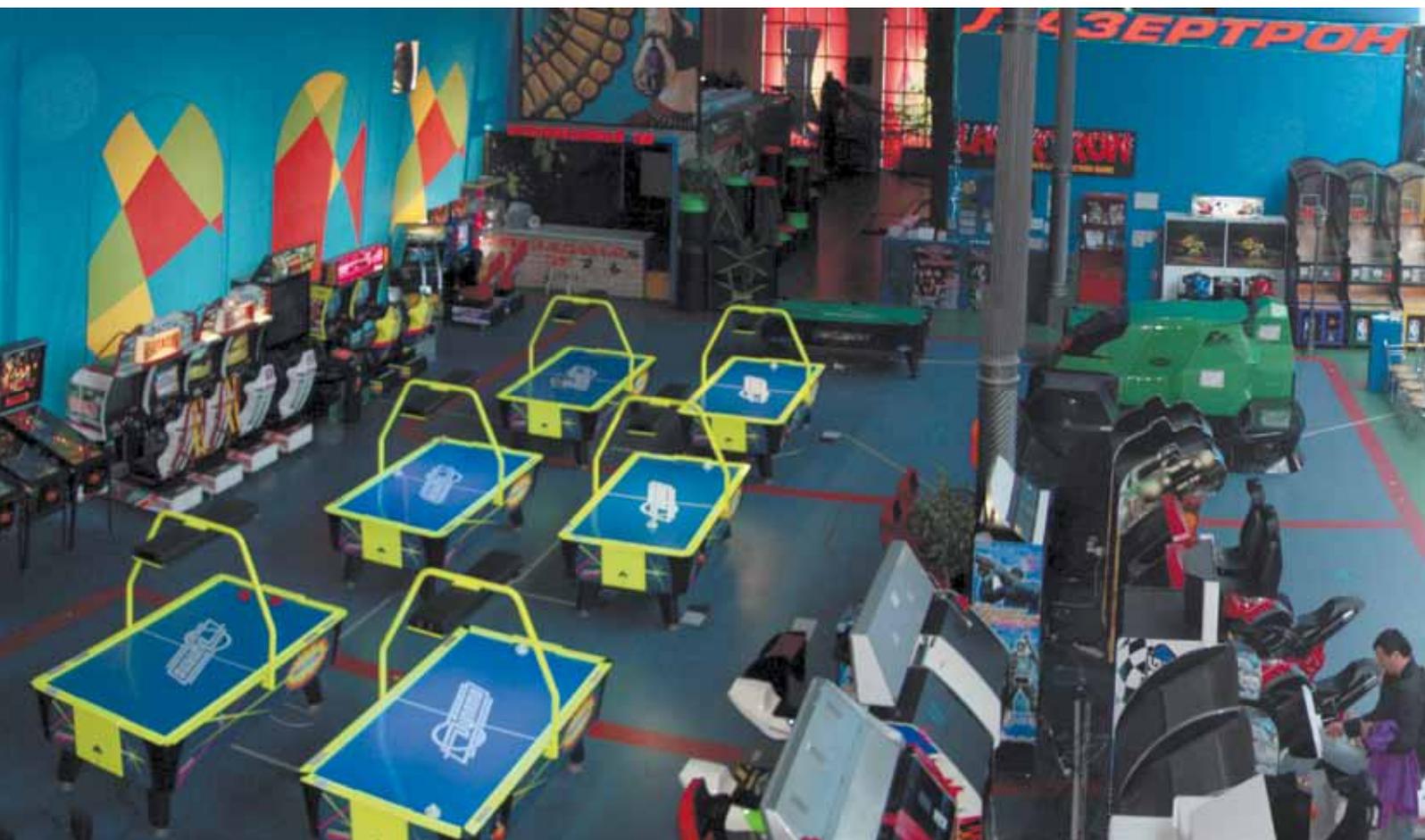
Ярослав Собко

Управляющий Группы компаний «Gametrade»

Эффективная развлекательная составляющая в торговом центре позволяет привлечь больше посетителей, что благоприятно сказывается на климате для арендаторов — увеличиваются потоки клиентов, и владельцы торгового центра, которые могут повышать арендные ставки и привлекать больше арендато-

ров. Соответственно, торговые центры все чаще уже на этапе проектирования планируют у себя развлекательный сегмент.

На сегодняшний день существующие российские операторы индустрии развлечений не в состоянии удовлетворить потребности растущего российского рынка. То есть центров стро-



ится больше, чем существует профессиональных операторов. При этом сдерживающим фактором развития является то, что все профессиональные операторы на сегодняшний день уже определились со своими форматами. И если ваш проект не соответствует их требованиям, то они просто к вам не пойдут. В результате, по нашим наблюдениям, возникает ситуация, когда инвесторы или собственники торговых центров начинают задумываться о создании собственной развлекательной составляющей. И перед ними неизбежно встает вопрос, насколько этот бизнес эффективен и как его организовать.

Обычно в этой ситуации управляющей компанией торгового центра изучается российский и западный опыт уже реализованных концепций развлекательных сегментов, но, как показывает практика, такой подход чаще всего оказывается малоэффективным. Потому что, когда вы приходите в развлекательный центр, вы видите результат реализованной кем-то концепции, которая создавалась исходя из определенных внутренних и внешних предпосылок: из пожеланий заказчика, целевой аудитории, финансовых возможностей и других ограничений.

Как показывает практика, многие, на первый взгляд, интересные аттракционы, которые пользуются «безумным» спросом на выставках, на деле иногда оказываются не столь привлекательными, и не соответствуют главным показателям: доходность на квадратный метр и доходность

за определенный промежуток времени. Есть аттракционы, которые очень привлекательны, но их посещение трудно ограничить по времени (например, «Лабиринты»). Ключевым фактором при установке развлекательного оборудования должна быть, прежде всего, экономическая целесообразность.

Но как же узнать экономическую целесообразность того или иного аттракциона?

Сегодня на рынке развлечений представлено много профессиональных компаний, которые оказывают консалтинговые услуги и помогают своим клиентам разобраться во всех тонкостях этого бизнеса.

Консалтинг — это профессиональные услуги, предоставляемые клиентам, заинтересованным в оптимизации своего бизнеса. Консалтинговая деятельность включает в себя: анализ существующих бизнес-процессов клиента, обоснование перспектив развития бизнеса, разработку концепции с использованием научно-технических, организационных и экономических инноваций, с учетом особенностей бизнеса клиента, расчет бизнес-плана, подготовку дизайн-проекта и т.д.

В принципе, с моей точки зрения, если вы хотите открыть суши-ресторан, то вам надо нанять японца, если вы хотите сделать пиццерию, вам нужно нанять итальянца, если вы хотите сделать хороший развлекательный центр, надо нанимать американца. Сейчас на рынке представлено много европейских компаний, которые «рисуют» очень





красивые проекты. Однако, если вы поедете в Европу и попытаете посчитать, сколько там развлекательных центров, то будете очень сильно разочарованы, потому что Европа на сегодняшний день показывает достаточно унылую тенденцию в отношении развития развлекательной индустрии. В принципе, лидерами и родоначальниками этого движения были и остаются американцы.

Поэтому при организации консалтинговых работ, надо четко определиться, что вам нужно узнать. Если речь идет о маркетинговых исследованиях — расчете, сколько посетителей у вас будет, то зачастую намного эффективнее это могут сделать консультанты, работающие вблизи вас, либо ваши сотрудники. Что действительно следует узнать у американских специалистов — это, какие аттракционы выбрать, как они работают, на кого рассчитаны и как они согласуются с размещением на вашей площадке, — это те факторы, которые эмпирическим путем узнать нельзя, а можно уточнить только у профессионалов.

Оптимального рецепта для всех не существует, но есть определенные принципы, по которым строится большинство развлекательных комплексов.

Первое — надо определиться с площадью. Многие торговые центры в борьбе за посетителя планируют у себя достаточно большие площади под развлекательную составляющую — 3-5 тыс. кв. метров. И здесь часто возникает проблема, связанная с тем, что на сегодня большинство профессиональных операторов не возьмут у вас такую площадь, потому что сделать экономически

эффективный проект на такой территории достаточно проблематично.

Практика показывает, что большинство центров являются локальными, работающими в рамках района, в котором они расположены. Значит, объем посетителей достаточно невелик, — люди, проживающие на расстоянии 30-минутной шаговой доступности. Поэтому большие площади отдать в руки одного профессионального оператора достаточно тяжело — они не очень охотно на это идут.

Что в таких случаях делать?

Основной ошибкой является сильное дробление площадей.

На первый взгляд, дробление является эффективным, потому что, естественно, с маленькой площади можно взять более высокую аренду. Но, как показывает практика, это менее эффективно, потому что маленькие сегменты зачастую начинают конфликтовать и конкурировать между собой.

Когда идет сегментация большой площади между разными операторами может возникнуть ситуация, когда оборудование одного оператора генерирует поток, а другие имеют менее востребованные аттракционы, но за счет выгодного «соседства» по площадке тоже не остаются без клиентов. В результате через некоторое время он понимает, что работает на тех людей, которые благодаря привлечению посетителей на его аттракцион имеют доход. Поэтому наиболее эффективным является комплексное решение, когда в руках одного оператора, или у нескольких групп операторов, сосредоточено максимальное

количество форматов развлечений, что позволяет, даже при меньшей востребованности того или иного аттракциона, проще переносить трудные времена, или еще какие-то изменения конъюнктуры рынка.

Нормальный комплексный развлекательный центр всегда разбивается по условным функциям. Есть «якорные аттракционы», которые притягивают клиента и удерживают его, а есть, как говорят американцы, «манмейкеры», которые позволяют «снять с этого клиента деньги».

«Якорные аттракционы». Обычно это аттракционы, занимающие большую площадь, достаточно дорогостоящие, часто командной направленности: такие как лазертаги, картинги или боулинги. Группа людей в них проводит достаточно длительное время (от получаса до нескольких часов). «Якорь» генерирует поток посетителей.

В то же время, существует инфраструктура, которая, более благодатна с точки зрения доходности на вложенный доллар, или на метр квадратный. Это редемпшены, видеосимуляторы, некоторые форматы интерактивных капсул, тир. Но определить, что приносит больше денег, что меньше, может только эксплуатация. Всегда надо пытаться выбрать аттракционы, позволяющие получать больший доход с меньшей площади и при меньших инвестициях.

Продуктовая составляющая (общепит). Чаще всего она реализуется в формате фаст-фуда, реже в формате ресторана. Не следует забывать, что индустрия развлечений нацелена не только на детей, как многие считают, но, в том числе, и на взрослых, которые с удовольствием проводят время в барах и ресторанах, пока их дети заняты игрой.

Если собственник или инвестор приходит к решению самостоятельно развивать свою развлекательную составляющую в торговом центре, то нужно предоставлять клиенту комплексную услугу.

Предоставляемый оператором комплексный пакет может включать, например, полчаса игры в боулинг, игру на автоматах, пиццу и стакан кока-

колы — все это вместе будет стоить дешевле, чем по отдельности у разных арендаторов, и позволит удержать клиента больший промежуток времени, получив с него больше денег. Чаще всего такие пакеты вводятся после анализа среднего чека с целью его повышения.

Оптимальная зона игровых аппаратов.

Исходя из нашего опыта, если мы говорим о редемпшинах, то классических игровых автоматов должно быть не менее 20, видеосимуляторов — от 10. Нерационально, на мой взгляд, делать очень большие зоны аппаратов, надо разбавлять площадку другими аттракционами.

Что касается плотности, то средняя площадь обычно колеблется от шести до восьми кв.м на аттракцион. Также должен присутствовать один, лучше два, «якорных» аттракциона; в идеале должна быть своя инфраструктура питания.

Процентное соотношение аппаратов для взрослых и аппаратов для детей.

Формула соотношения детских и «взрослых» развлечений в центре заключается не столько в подборе оборудования, сколько в маркетинговой стратегии.

В России, к сожалению, тяжело привести примеры удачных развлекательных центров для взрослых, они более чем наполовину содержат, фактически, детские развлекательные аппараты. Но благодаря эффективному маркетингу операторы делают их интересными для взрослых.

Если исходить из того же общепита, то, если у вас есть кафе и там продаются пирожные и торты, значит это детское кафе; если там продается пиво и закуски, значит взрослое. При этом, архитектурно оно может быть каким угодно.

В России, по нашей статистике, самой благодатной, с точки зрения доходности, аудиторией являются посетители от 18 до 35 лет. Это не дети, которым дали деньги, и не взрослые, которые уже охладели к развлечениям, а публика, у которой есть собственный доход, и они тратят его на себя достаточно легко. Для них не важно, какой у вас аттракцион, значение имеет, какое удовольствие они от него получают.



GAME TRADE

Строим эффективный развлекательный бизнес

WWW.GAMETRADE.RU

+38 (044) 426 7934
Украина, г. Киев
info@pa.net.ua

+7 (495) 781 2381
г. Москва, Варшавское шоссе, 125 Ж, кор. 6
info@gametrade.ru

+1 (716) 866 0054
США, г. Буффало
info@BarronGames.com



Кто придумал колесо?

Колесо — пожалуй, самое древнее изобретение человечества, без которого мы не можем обойтись и в нашем суперсовременном обществе.

Согласитесь, теперь уже невозможно представить парк, базу отдыха или современный санаторий без какого-либо транспортного средства, которое и на пляж доведёт, и малышей и взрослых развлечёт, а значит, оно должно быть весёлым и удобным для отдыхающих — как и всё в Вашем санатории. Лучший вариант — яркий цветной паровозик. Мы предлагаем Вам 3 вида безрельсовых паровозиков на пневмоходу:

- «Весёлая радуга» — с двумя двухосными вагонами на 24 взрослых (32 детских) посадочных места;

- «Малыш» — с тремя одноосными вагончиками на 12 взрослых (18 детских) посадочных мест;

- «Кроха» — с одним одноосным вагончиком на 10 детских посадочных мест.

Для активного отдыха Ваших гостей предлагаем другие аттракционы на колёсах — «Велозипажи-3,5,7» и «Велокарт». «Велозипажи-3,5,7» можно назвать велотренажёрами для целой компании в 3, 5 или даже 7 человек, причём при движении по ровной дорожке можно крутить педали только одному «водителю», а остальные могут просто прокатиться в весёлой компании, сидя на удобных креслах под тентом.

«Велокарт» — велоконструкция с более низкой посадкой, предназначенная для более спортивных отдыхающих.

Ну, а если Ваш парк или санаторий удачно расположился на берегу водоёма — вряд ли кто-то сможет отказаться от прогулки на колёсном катере-катамаране «Акваплан». Тут уже лопасти колёс порадуют Вас приятным шумом водных струй.

И, конечно, водный велосипед — пожалуй, самый любимый и самый традиционный пляжный аттракцион. Мы предлагаем их 2 вида — одноместный и 2-х — 4-х местный, на котором педали крутят двое, но могут ещё и сзади сидеть 1-2 человека. Кроме того, отплыв от берега подальше, все четверо с удовольствием покатаются с горки, которой оборудован этот чудо-велосипед!

Это далеко не все аттракционы с колёсами, которые мы можем предложить для Вас. Самые интересные — это аттракционы, которых ни у кого нет. Например, «Водная карусель», которая летом крутит водные лодочки, а зимой (на замёрзшем водоёме) — саночки на полозьях. Интересно? Звоните нам, заказывайте понравившиеся Вам аттракционы!

Старший менеджер

Ефименко Галина Алексеевна



СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»

404111, г. Волжский, Волгоградской обл., ул. Молодежная, 30, офис 207

Тел/факс (8443)27-53-13, тел.(8443)27-35-30, 8-902-311-00-93

www.locomotive.org.ru ; topol@vlz.ru

FALGAS

из Испании с любовью!

Год 2010 — юбилейный для одного из самых известных и уважаемых европейских производителей детских и семейных аттракционов — испанского завода «FALGAS». В 1960 году синьор Falgas создал первый аттракцион для детей, а через полвека продукция завода стала популярна и востребована практически во всех странах мира от Канады до Китая.

Полный цикл производства, включая изготовление и покраску пластиковых корпусов аттракционов, производится в цехах завода, расположенных в провинции Жирона, в 150 км от Барселоны, что позволяет специалистам завода контролировать процесс производства на каждом его этапе. Подразделение завода, занимающееся эксплуатацией аттракционов по всей Испании, оперативно доводит до производства информацию о необходимых конструктивных доработках. Благодаря этому, каждой детали аттракциона уделяется пристальное внимание, обеспечивающее безупречное качество и безопасность. Надежность и безотказность в работе аттракционов «FALGAS» подкреплены 2-х летней гарантией производителя. Все оборудование, производимое заводом, адаптировано к российским климатическим условиям: электронные блоки, встроенные в аттракционы, безотказно работают даже при низкой отрицательной температуре, пластиковые корпуса не трескаются ни в жару, ни в холод, а лакокрасочное покрытие не выцветает на солнце, сохраняя долгие годы свою первоначальную привлекательность. Срок эксплуатации аттракционов «FALGAS» составляет 10-15 лет в зависимости от сложности модели, поэтому даже бывшие в употреблении модели востребованы наравне с новым оборудованием.

Однажды сделав выбор в пользу оборудования «FALGAS», отказаться от него уже практически невозможно.

Что же отличает аттракционы «FALGAS»?

Применение новейших технологий, интерактивность, реалистичность и оригинальность звукового сопровождения, яркое и красочное исполнение, использование современных светооптических технологий, безопасность и экологичность применяемых материалов и лакокрасочного покрытия, надежность и быстрая окупаемость — вот неполный перечень отличительных характеристик этих аттракционов. Забота о безопасно-

сти и удобстве детей — главное, что учитывают и реализуют в своих моделях специалисты завода «FALGAS».

В ассортименте завода: детские качалки, в т.ч. с функцией редемпши, разнообразные карусели и миниджеты, рельсовые поезда и батуты, бассейны с бамперными лодочками и декоративные фигуры, водный тир и минигольф и многое другое.

Многие модели завода «FALGAS» можно смело назвать оборудованием нового поколения.

Такие аттракционы как «Пиратский корабль» и «Машина серфингиста» заслуженно имеют международное признание, что отмечено различными наградами.

«FALGAS» уделяет много внимания семейным аттракционам, на которых можно провести весело и интересно время всей семьей. Например, аттракцион «Скачки», воссоздающий атмосферу ковбойского ранчо, позволяет и детям и родителям «покататься на лошади», не опасаясь непредсказуемого поведения четвероного друга.

Экстремальный аттракцион «Американское родео» разработан конструктами завода с учетом полной безопасности для наездника, что делает его мультिवозрастным. Это единственный в мире «электрический бык» отмеченный сертификатом безопасности TÜV.

Учитывая интерес детей к играм с водой, «FALGAS» создал уникальный аттракцион водный тир «Король джунглей» — единственный в мире тир, который не учит детей агрессии. А возможность одновременно играть вчетвером, устраивая веселое и увлекательное состязание, неизменно вызывают детский восторг и радостный смех.

Аттракционы «FALGAS» всегда интересны, актуальны, занимательны.

Как известно, в России индустрия развлечений начала стремительно развиваться сравнительно недавно. Специалисты, посещающие международные зарубежные выставки были знакомы с оборудованием завода «FALGAS», но поставки оборудования в Россию были незначительны. С 2008 года, несмотря на развивающийся экономический кризис, продукция завода «FALGAS» прочно заняла свое место в числе наиболее востребованного и популярного оборудования, завоевав признание и доверие покупателей.

Членство в Российской Ассоциации Парков и Производителей Атракционов, которая в этом году празднует свое 15-летие, активное участие во всех мероприятиях Ассоциации, обучение и аттестация специалистов сервисного центра компании в Учебном Центре РАППА, позволили за короткий срок познакомиться большое число заинтересованных лиц с продукцией «FALGAS», приобрести надежных партнеров и установить прочные деловые отношения.

Выставки РАППА — это и праздник, и деловое общение, это возможность встретиться с коллегами и представить новинки, это новые знакомства и новые контракты. Выставки РАППА — это самый представительный форум, которого специалисты индустрии развлечений всей страны ждут с нетерпением и не бывают разочарованы.

Специалисты РАППА – настоящие профессионалы своего дела, всегда готовые дать дельный совет, оказать неоценимую дружескую поддержку, предоставить необходимую информацию или важный контакт. Это так важно, особенно в начале пути. Хочется поблагодарить коллег от всего сердца за такое доброе, партнерское отношение!

Принимая участие во всех крупнейших международных выставках, завод «FALGAS» ежегод-

но стремится подготовить к выставке РАППА в Москве все самое новое и интересное.

Большой ассортимент оборудования постоянно имеется на складе в Москве, что позволяет осуществить выполнение заказа в кратчайшие сроки. Благодаря тесному взаимодействию с производством, оперативно может быть выполнен любой индивидуальный заказ. Профессиональный персонал поможет подобрать необходимое оборудование, с учетом особенностей бизнеса заказчика, спроектировать игровую зону, просчитать рентабельность проекта. В случае обновления клиентом парка аттракционов «FALGAS», их стоимость будет учтена при оплате новой партии оборудования.

Технические специалисты проконсультируют по вопросам эксплуатации оборудования, программированию эксплуатационных параметров аттракционов.

Специалисты завода «FALGAS» постоянно разрабатывают новые модели аттракционов, отвечающие современным тенденциям и взыскательным требованиям детей во всем мире.

Приглашаем всех в клуб «FALGAS» — сообщество единомышленников, партнеров и друзей!

Е. Смирнова



115093, Москва, Подольское ш., 8/5,
Тел. моб.: +7 (985) 222 0205,
Тел/факс: +7 (495) 228 0985, +7 (495) 589 1599

e-mail: ees@falgas.ru, office@falgas.ru,
www.falgas.ru, www.falgas.com



БОЛИД:

о договоре аренды развлекательного оборудования

Андрей Павлов

Коммерческий директор
компании «БОЛИД»,
г. Санкт-Петербург

Вместо предисловия

До 2007 года наша компания на рынке развлекательного оборудования занималась преимущественно производством и продажей аттракциона «Гонки Трассовых Автомоделей». Тесно общаясь с представителями эксплуатирующих организаций производимого нами аттракциона, мы твёрдо осознали, что срок его окупаемости ничтожно мал, и, без преувеличения, «Гонки Трассовых Автомоделей» сегодня относится к якорным(!) аттракционам подавляющего большинства развлекательных центров. И это не случайно.

Всё дело в том, что одним из преимуществ аттракциона, влияющих на его окупаемость, является высокая пропускная способность - до 100 циклов в час! Отсюда и кратчайший срок окупаемости - от 2-х месяцев. Такой пропускной способностью другие аттракционы в сравнимой ценовой категории, пожалуй, не обладают. Судите сами: цена аттракциона, в зависимости от модели и конфигурации трассы, варьируется от 195 тыс. до 335 тыс. рублей; количество дорожек, а равно количество одновременно играющих, 4 либо 5; стандартное время одного заезда - 2 мин. 40 сек. (возможна регулировка). Таким образом, за один час аттракцион способен пропустить на одной дорожке до 20 человек, на 4-х дорожках - до 80 человек, на 5-ти - до 100. Стоит также отметить, что каждая дорожка работает независимо от осталь-

ных: на каждой свой таймер, жетоноприёмник либо картридер и система подсчёта лучшего времени за круг, а также количества пройденных кругов. Это позволяет желающим погонять не ждать, пока закончится заезд, а начать гонку сразу же, как только из неё выбывает один из участников, а впоследствии сравнить свои результаты с остальными и, вполне возможно, принять решение о новом заезде, чтобы побить рекорд своих соперников!

Может показаться, что кроме цены и физических характеристик аттракциона мы приводим недостижимые на практике цифры. Скажем честно, насколько нам известно, ни на одном из наших аттракционов за час ещё не погоняли 100 человек, но, делая выводы из практики, можем точно утверждать, что реальное количество гонщиков на аттракционе в одном из развлекательных центров за месяц составило 3520 человек при стоимости игры для одного(!) участника - 50 рублей. Сколько заработал аттракцион за этот месяц? Верно, 176 тыс. руб. И, располагая поминутным отчётом о совершённых заездах, можно с уверенностью говорить, что предел пропускной способности аттракциона далёк. А, следовательно, и предельный размер выручки ещё не поставлен.

Вам ещё не захотелось приобрести «Гонки Трассовых Автомоделей»? Тогда мы идём ставить его к Вам в аренду!

Вот собственно об аренде, а, точнее, о договоре аренды мы и хотели бы рассказать.

О договоре аренды

Ни для кого не секрет, что в настоящее время многие центры, эксплуатирующие развлекательное оборудование, отказываются от его приобретения в больших количествах, а берут в аренду у производителей и поставщиков, либо на условиях процентного распределения выручки от эксплуатации аппаратов, либо на условиях уплаты фиксированных арендных платежей. При этом часть центров вынуждено берёт оборудование в аренду по причине отсутствия необходимых для приобретения средств. Другая их часть принципиально не приобретает оборудование в собственность, а берёт его в аренду с целью проанализировать получаемый доход и особенности эксплуатации каждого типа аппаратов, и уже на основании полученных данных сделать вывод о необходимости приобретения тех или иных аттракционов в собственность. А также в случае, когда техническое обслуживание и сопровождение оказывает арендодатель, чтобы сэкономить время и деньги на расходных материалах, техническом персонале и поиске операторов.

Важно понимать, какими бы ни были причины аренды развлекательного оборудования между арендатором и арендодателем должен быть в письменной форме заключён договор аренды, отвечающий требованиям законодательства РФ для данного вида договоров, прежде всего, главе 34 Гражданского кодекса РФ.

Многие, действительно, заключают договор аренды в письменном виде, подробно описывая в нём объект аренды – развлекательное оборудование, а также размер арендной платы, чтобы договор считался заключённым и занял свое почетное место в регистраторе на одной из полок среди иных документов. Однако немногие из нас уделяют договору аренды поистине то значение и закладывают в него тот самый смысл, ради которого он заключается.

По нашему мнению, договор аренды должен заключаться не столько с целью отражения объекта аренды и размера арендной платы (хотя это крайне существенно), сколько с целью наиболее подробно описать все права, обязанности и взаимные договоренности сторон. На первый взгляд это может показаться излишним, и, вполне возможно, Вы зададите вопрос: «Представляете, сколько всего нужно отразить в договоре?». Да, представляем! И именно поэтому рекомендуем отражать в договоре ВСЕ договоренности. Исходя из практики работы нашей компании по линии аренды, мы считаем, что не следует полагаться только на свою память и надежность своих партнеров (хотя многим партнерам мы готовы выразить благодарность за их надежность и сотрудничество).

В то время, когда предоставленное в аренду нашей компанией оборудование можно было сосчитать на пальцах одной руки, мы достаточно легкомысленно относились к договору аренды.



Помнили дополнительные устные договорённости по каждому и были уверены в платежеспособности арендаторов. Но со временем, пришли к выводу, что следует документально закреплять все договоренности, хотя бы потому, что уже стало сложно помнить все нюансы. Мы составили основной шаблон договора аренды и начали по нему работать, корректируя его положения применительно к каждому конкретному месту размещения оборудования. Но, прежние договоры перезаключить не успели, а в это время в стране начался экономический кризис.

Вот тогда мы в полной мере ощутили последствия наспех подписанных договоров. Во-первых, арендаторы по этим договорам перестали вовремя вносить арендную плату. Минимальные пени, предусмотренные такими договорами, позволили арендаторам получать весьма дешёвые кредиты размера арендной платы, с помощью которых они выплачивали более дорогие. Во-вторых, как арендаторами, так и арендодателями был значительно сокращён обслуживающий персонал, что ни могло не отразиться и на работе всего установленного оборудования, и на техническом обслуживании, и, как следствие, на функционировании развлекательного центра в целом. В-третьих, доходило до того, что арендаторы попросту отключали арендуемое оборудование от сети электропитания с целью сэкономить электроэнергию. Не берёмся судить, насколько необходимы были такие решения, но однозначно можем сказать, что они негативно отразились на размере получаемой от аппаратов выручки.

Общаясь с арендаторами, мы узнали, что и они понесли убытки от действий, вернее бездействия, некоторых арендодателей. Кто-то из арендодателей не предоставил обещанный аппарат в аренду, другой просто заменил один аппарат другим, якобы аналогичным, третий перестал надлежащим образом осуществлять ремонт оборудования, в результате чего большую часть времени оно простаивало, четвёртый перестал предоставлять операторов для обслуживания аппаратов и т.п. И всё это происходило по причине плохо составленных договоров. У сторон не было «рычагов» воздействия, кроме расторжения договора, а в некоторых случаях и не было возможности досрочно его расторгнуть.

Ко всему вышесказанному следует добавить, что не только кризис, но и целый ряд иных причин влияет на ход исполнения договора. К примеру, на практике наиболее частой причиной является смена топ-менеджеров компаний. Они уходят с занимаемых должностей на другую работу и в

буквальном смысле «уносят» устные договорённости. С письменными - такого не случается.

Считаем необходимым отметить, что на практике грамотно составленный текст договора по результатам переговоров сторон является залогом стабильного взаимовыгодного сотрудничества, и сводит к минимуму недоразумения и споры. Поэтому постарайтесь описать в тексте договора процесс взаимодействия сторон по большинству вопросов, в том числе их права и обязанности, а также требования об уплате неустойки за ненадлежащее исполнение своих обязательств одной из сторон. Причем размер неустойки рекомендуем сделать таким, чтобы сторонам было невыгодно не исполнять свои обязательства. Но вместе с тем, не следует превращать неустойку в «лёгкий заработок» и требовать ее уплаты без веских на то причин. Выполнение таких нехитрых действий сделает ваши взаимоотношения прозрачными и эффективными.

На нашем сайте www.bolid-src.ru Вы можете ознакомиться со статьей «Аспекты договора аренды развлекательного оборудования», которая отражает правовые особенности заключения и исполнения договора аренды и является хорошим пособием для его составления.

И последнее, не забудьте проинформировать своих сотрудников об условиях заключённого договора аренды, т.к. исполнять его должны, прежде всего, именно они!

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

предоставлено данного ключа предоставляется
СКИДКА 10%
 Данное предложение не может быть добавлено к скиновым или специальным ценам,
 а также в цены при оптовых распродажах. Срок действия: со дня публикации 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
 БРАСЛЕТЫ В РОССИИ

УРИ "Завод "Воздушный замок"

AirPalace®

РАЗРАБОТКА И ПРОИЗВОДСТВО
НАДУВНЫХ АТТРАКЦИОНОВ

НОВИНКИ СЕЗОНА

Торка
"Мороженное"
12,5x8,7x10 м

"Лубяная избушка"
2,5x3,2x2,6 м

NEW!



"Волшебник Изумрудного Города"

Секрет привлекательности аттракционов AirPalace прост:

Высокая мобильность:

- оборудование может работать как на улице, так и в помещении;
- 3-4 аттракциона помещается в грузопассажирскую машину "Газель";
- 5 минут плюс одна стандартная электророзетка на каждый аттракцион и праздник начался!

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 предприятие Учреждение, как "предприятие нуждающееся в господдержке", имеет приоритетное право заключения Госконтрактов на поставку товаров; работ, услуг;
- организация 2-х сменной работы производства.

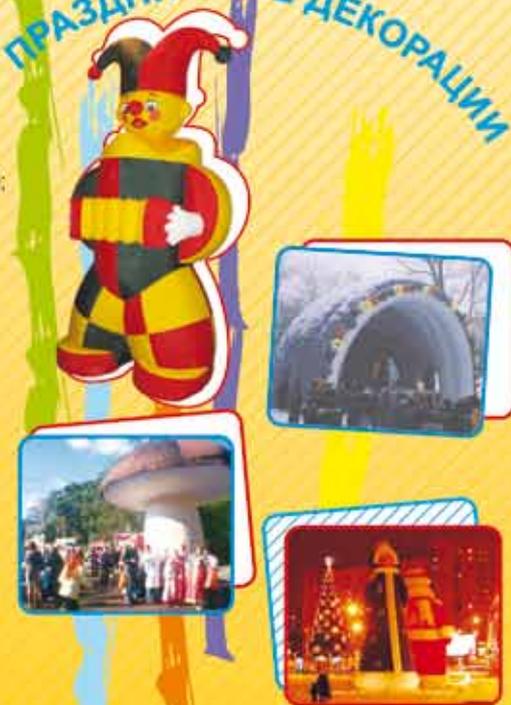
Стабильно высокое качество:

- банерная печать всех изображений на аттракционах;
- продукция AirPalace дипломант конкурса "100 лучших товаров России" - 2004, 2009 гг.;
- 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.

ПРАЗДНИЧНЫЕ ДЕКОРАЦИИ



С 1 октября по 1 марта действуют "ЗИМНИЕ" скидки - 10 %.
С 1 октября по 1 марта действуют "ЗИМНИЕ" скидки - 10 %.

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





EVENT

рецепты для парка развлечений

Алексей Тарасов

Руководитель парка «Сказка», г. Липецк

Парк — одно из самых удачных мест в современной сфере коммуникаций, где большое количество людей в праздничном, я бы сказал, «незащищённом» состоянии, отдыхают и тратят деньги на разные развлечения. Их разум открыт для восприятия, и нет «пульта, чтобы переключить канал». Это необходимо использовать директорам парков и проводить эффективный EVENT-маркетинг.

Для начала разберёмся, что такое EVENT.

EVENT — это событийный маркетинг — организация мероприятий, направленных на продвижение марки или продукта компании при помощи ярких и запоминающихся событий. Где, как ни в парке, можно использовать эмоциональный контакт с аудиторией, который устанавливается во время мероприятий.

При помощи событийного маркетинга на территории парка можно достигнуть разных целей:

- построение успешного бренда парка
- создание новостного повода для PR-кампании
- яркий запуск продукта на рынок
- управление имиджем компании
- формирование лояльных групп потребителей
- продвижение товаров импульсного спроса
- повышение продаж в долгосрочном периоде
- создание word-of-mouth эффекта (сарафанного радио)
- формирование команды единомышленников среди сотрудников.



Всё это интересно для парковой сферы, потому что парк тоже организация, которая зарабатывает и тратит деньги.

Из всех инструментов для нас наиболее интересны два спец-рецепта из большого меню «Кулинарной книги «EVENT».

Специальное мероприятие (Special Event) — организация события в целях создания рекламного мероприятия на территории парка.

Решаемые задачи: формирование платформы для рекламного сообщения; эмоциональная привязка к бренду; создание эффекта сарафанного радио; создание яркого новостного повода для СМИ.

Плюсы: создание желаемого образа марки в сознании потребителей; внимание широкой общественности к марке в долгосрочном периоде; влияние на повышение продаж; ненавязчивость коммуникации.

Использование событийного маркетинга возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Игровой промоушн (Play Promotion) — вовлечение потребителей в игру с целью завоевания их интереса к продукту и марке.

Решаемые задачи: достижение коммуникативного эффекта, недоступного стандартным средствам коммуникации.

Плюсы: интерактивность.

В нашем парке «Сказка» разработкой и организацией специальных мероприятий (событийным маркетингом) занимаются специалисты художественного и маркетингового отделов. Основным видом деятельности нашей команды раньше было продюсирование мероприятий (от Дней рождений до Дней города), поэтому, когда мы стали заниматься парковой работой, мы знали, как создать атмосферу радости и счастья в парке.

EVENT в парке можно разделить на два вида: классический и современный.



Классический парковый EVENT

Раньше мероприятия в парках проводились с целью пропаганды советского образа жизни и иных политических задач. Вся жизнь парка планировалась в начале года и выражалась в составлении календарного плана. Городские департаменты культуры проводили концерты на территории парка, и директор даже не задумывался об организации каких-то мероприятий, а просто «смазывал шестеренки».

Сегодня, когда индустрия развлечений развивается космическими темпами, мало оснастить парк современными аттракционами и оборудованием, необходимо также создать неповторимую атмосферу, которая заставит посетителей находиться как можно дольше в парке и придти сюда снова. Для реализации этих задач существует много разнообразных интересных инструментов.

Календарный план

На весь сезон работы парка составляется календарный план тематических, непохожих одна на другую, недель: Неделя подарков, Патриотическая неделя, Неделя любимых книжек, Неделя цветов, Спортивная неделя, Неделя детской песни и др. Тематика недели задает тон мероприятиям, которые проводятся в эти дни в парке.

Например, мы проводили «Неделю защиты детей». В среду проходил конкурс рисунка на асфальте; в четверг — розыгрыш подарков и призов для детей-инвалидов, детей-сирот, детей из малообеспеченных и многодетных семей; пятница — «путешествие по станциям»; суббота — театрализованное конкурсно-развлекательное представление; воскресенье — музыкальный конкурс «Липецкие звездочки» и детская дискотека с мыльными пузырями. Все эти мероприятия были посвящены одной направляющей теме — защите детей.

Таким образом, задается тематика для каждой недели.

Эффективнее, когда мероприятие разбивается на блоки средней продолжительностью 20 минут (принцип 20x20). Между блоками устраиваются 20-ти минутные перерывы, в которых посетители расходятся покататься на аттракционах, перекусить в кафе, купить сувениры и подарки детям. Одним словом — принести доход парку!

По опыту американской индустрии развлечений, чем дольше посетитель задерживается в парке, тем больше денег он там оставит. У нас же посетитель старается точно спланировать сумму расходов на посещение парка, поэтому мы ориентируемся на учащение количества посещений с фиксированным расходом. Для этого EVENT-мероприятия проводятся каждый день с 11.00 до 14.00 и с 16.00 до 20.00, чтобы в разное время посетители могли попасть на то или иное событие.

Вообще любое EVENT-мероприятие пронизано обязательным смыслом — косвенно принести доход парку.





В количественном соотношении посещаемость парка в выходные дни равна остальным дням недели, поэтому необходимо «раскручивать» будние дни. Для этого, в четверг, мы устраиваем розыгрыши по входным билетам. Розыгрыш разбивается на несколько этапов (принцип 20х20), а в финале разыгрываются главные призы. Призовой фонд формируется за счет собственной базы и спонсорских вливаний.

Во время розыгрышей и конкурсов происходит награждение детей, но не всегда желание ребенка совпадает с врученным подарком или иногда подарок не соответствует возрасту ребенка. Чтобы избежать подобных ситуаций, мы ввели свою валюту — «сказики». Получая «сказики», дети могут выбрать в сувенирной лавке то, что им нравится: по курсу один «сказик» равен одному рублю.

Совместная работа с властью

Каким бы добрыми и богатыми не были посетители парка, никогда не помешает дополнительный доход от совместной организации EVENT-мероприятий с властью.

Для участия в мероприятиях мы приглашаем администрацию города, департаменты образования, культуры, спорта и др. Что касается событий, это могут быть и датируемые государственные праздники — «9 Мая», «День защитника Отечества», «День России», и мероприятия местного масштаба — «День Города» и др.

Работа с детскими садами и школами.

Естественно, больше всего EVENT-мероприятия востребованы нашей целевой аудиторией — детьми — воспитанниками детских садов и школьниками младших классов. С этими учреждениями работает специальный менеджер маркетингового отдела парка, который совместно

с художественным коллективом разрабатывает специализированные EVENT-мероприятия (например, «Выпускной бал детских садов»).

Аниматоры

Приходя в парк, посетителю необходима визуализация положительных эмоций. В нашем парке посетители ассоциируют положительные эмоции с ростовой куклой «Сказик». Вместе с символом детского парка «Сказиком» работают его друзья — Кошка, Бычок, Коровка, Мышка и символ нового года — Тигренок.

Куклы помогают повысить посещаемость на аттракционах: они ходят по территории парка, катаются на аттракционах и приглашают детей. Тем самым, к детским эмоциям и впечатлениям на аттракционах прикладывается и незабываемое впечатление от катания со своим любимым героем. Вместе с куклами в парке постоянно работают аниматоры и клоуны.

Парку также необходимы свои легенды, поскольку дети любят добрые и чудесные истории. Для поддержания интереса у посетителей, мы постоянно фантазируем над историей нашего парка. Так у нас появился дуб, под которым познакомились дедушка и бабушка А.С. Пушкина. А в преддверии Нового года были обнаружены посох и полозья от саней Деда Мороза. Теперь у нас живёт свой Дед Мороз.

Оформление и фирменный стиль парка

Задача парка — радовать посетителей. Радовать должно все: от подстриженных газонов и кустарников до оформления туалета. Для этого, совместно с брендинговым агентством «Тепрега», нами был разработан бренд «Детский парк «Сказка». С учетом нового фирменного стиля парка сегодня оформляются афиши, визитки, наружная реклама, валюта

парка, абонементы, пригласительные билеты, бейджи сотрудников и т.д.

Что касается ландшафтного оформления, то в прошлом году мы организовали и провели региональный фестиваль ландшафтного дизайна «Липецкая сказка 2009». Фестиваль проводился среди жителей г. Липецка, организаций и учреждений, расположенных на территории города, а также профессиональных дизайнеров и коллективов, в том числе и из других регионов и стран СНГ. Парк подготовил территорию и выделил материал для реализации ландшафтно-архитектурных проектов. По итогам сезона, посетители парка оценивали результаты работ при помощи голосования.

Современный EVENT в парке.

Кроме перечисленных выше «классических» развлечений, сегодня существует много других современных форм Event-событий, которые очень популярны у посетителей парков. Поэтому наш отдел маркетинга проводит также такие мероприятия, как «корпоративный парк», teambuilding, «свадебный парк», family day, социальный event и «парк в районы».

«Корпоративный парк».

И зимой, и летом парк является самым доступным островком природы в городе. Поэтому, местные бизнесмены обращаются к нам с целью отметить свои корпоративные праздники: День авиации, День железнодорожника, День работников дорожного хозяйства и др. Кроме организации развлекательной программы, с фирмой-заказчиком заключается договор о катании на аттракционах со скидкой 50%.

Помимо аттракционов, мы организуем тематический праздник с выступлением художественных коллективов, кафе работает в режиме праздничного фуршета. В результате, довольны работники, отдыхая всей семьей на природе вместе с коллегами, и руководство фирмы, поскольку нет никаких трудностей с подготовкой праздника.

Team-building («тимбилдинг» — «строительство команды») — командообразование, спло-

чение сотрудников, превращение их в команду, осознанно, компетентно и творчески решающую любые задачи.

Team-building можно проводить в помещениях, но нет ничего лучше, чем team-building на открытом воздухе — в парке. Как правило, фирмы проводят team-building перед началом большого проекта или просто с целью разнообразить спокойную жизнь и быть готовым ко всяким ударам судьбы.

Первый и один из самых популярных курсов по командообразованию — «верёвочный курс» — серия специально подготовленных занятий, психофизических упражнений для группы, направленных на приобретение участниками опыта работы в команде, построении эффективной коммуникации, навыков быстрого принятия решений в нестандартных ситуациях. «Верёвочный курс» может включать в себя много разных заданий (упражнений):

- «падение на доверие» — падение на руки всех членов команды спиной вперёд;
- «стена» — команда должна переправиться через высокую стену (обычно около 4 метров), не используя никаких подручных средств;
- «болото» — команда переправляется из одного пункта в другой, используя несколько перевалочных пунктов (брёвен малого размера) и две длинные узкие жерди для перехода.

Следующие идеи — уже индивидуальный курс для каждого заказчика. Строители обычно что-то строят из подручных материалов, медики лечат, патологоанатомы — ... Интересно, когда проводится перекрёстный team-building с участием двух разных команд. Например, фитнес-центр и фирма по продаже одноразовой посуды: продавцы посуды придумывают новые фитнес-движения, а работники фитнеса пытаются упаковать одноразовые стаканы.

Family day («семейные дни»)

Парк, расположенный в центре города, является наилучшим местом для проведения всевозможных акций. Здесь и транспортная доступность, и популярность места, и наличие публики

PLAYMAKE
4D АНИМАТРОНИКА
СИМУЛЯТОРЫ

НИ-END РЕШЕНИЯ
в мире игр и развлечений

тел.: (495) 728 48 94, www.playmake.ru, info@playmake.ru

ПРОИЗВОДСТВО. ПРОДАЖА
СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ



в большом количестве. И, конечно же, в первую очередь, парк — это место семейного отдыха, поэтому также мы проводим такие мероприятия, как family day («семейные дни»).

Например, совместно с нашими партнерами, мы организовали выездной автосалон — своеобразную выставку автомобилей (от микролитражки до джипов) на открытом воздухе с живыми инсталляциями. Вокруг каждого автомобиля была создана «натуральная картинка». Например, рядом с внедорожником — пикник — шашлык, шезлонги с моделями, мужчины в солнечных очках и т.д. Из универсала вылезала «семья» аниматоров с коляской и детьми, велосипедами и другим инвентарем для отдыха на природе.

Это мероприятие носило семейную направленность. Придя в выходной день в парк, вся семья могла поучаствовать в интересном представлении, посидеть и покататься на шикарных автомобилях, поиграть в игры с аниматорами и покататься на аттракционах.

Свадьбы

Благодаря соседству с городским ЗАГСом многие пары Липецка включают посещение парка в список мест для фотографирования, а также покупают билеты и катаются на аттракционах. По

рекомендациям фотографов мы создаём красивые места для съемки: аттракцион «Свадебная карусель», водопад имени Царевны-Лягушки, «Сад камней», «дуб Пушкина».

«Парки в районы»

Как известно, со времен чешских лунапарков по стране колятся передвижные парки. Мы же пошли другим путем. Команда нашего парка проводит выездные мероприятия в различных организациях (базах отдыха, заводов и т.д.).

Под эти события разрабатываются специальные культурно-развлекательные программы, приглашаются художественные коллективы. Мы же обеспечиваем техническое оснащение: от аудиоаппаратуры до сценической площадки. Также в мероприятии могут быть использованы некоторые аттракционы — надувные батуты, электромашинки и велосипеды.

Серьёзный EVENT

Несмотря на кажущийся веселым, развлекательный бизнес несет большую социальную ответственность, поэтому и событийный маркетинг может быть направлен на решение не только коммерческих задач.

Коллектив нашего парка постоянно проводит социальные акции: благотворительные балы по сбору средств для бесплатного катания на аттракционах детей-сирот, детей-инвалидов, детей из малообеспеченных и многодетных семей; акции «Мама, не кури!», «Папа, не пей!», направленные на пропаганду отказа от курения и алкоголя; «Марш памяти трагедии Беслана» и другие общественно важные мероприятия.

В своем большинстве, все вышеперечисленные Event-рецепты можно реализовать в каждом парке, но также следует помнить, что все очень индивидуально и не все может Вам подойти. Однако, «кулинарная книга» под названием «EVENT» настолько обширная, что, уверен, и Вы сможете найти в ней что-то неповторимое, исключительное и уникальное для своего парка развлечений.

Golden Horse Rides

Golden Horse Amusement Equipment Co.,Ltd



Since 1983



IAAPA
Since 1993



Address: 86, Qingxi Rd, Zhongshan, Guangdong, China

Phone: (86)760-88784982

Fax: (86)760-88701368

Website: www.goldenhorserides.com

Email: sales@goldenhorserides.com



Официальный представитель по СНГ:

ООО "Восток-трейд"
Санкт-Петербург, ул. Гаванская, д. 49/2
тел. +7-812-327-46-11

факс: +7-812-327-46-12
www.vostokrides.ru
info@vostokrides.ru





Профессиональный
тур РАППА на
выставку IAAPA
Attractions Expo 2009

Однажды в Вегасе

В 2009 году впервые за свою 91-летнюю историю выставка IAAPA Attractions Expo прошла в Лас-Вегасе.

По предварительным оценкам, в выставке приняли участие около 24000 человек, в том числе около 14700 покупателей из 108 стран мира.

В составе делегации РАППА в этом году выставку посетили 17 человек из 6 городов России: Москвы, Санкт-Петербурга, Владивостока, Владимира, Арзамаса и Ейска. Среди них директора и владельцы торгово-развлекательных центров, аттракционных площадок, консалтинговых компаний, производители аттракционов.

На выставке российским специалистам представилась возможность познакомиться и провести переговоры с производителями различных категорий развлекательной продукции и услуг: контрольно-пропускное оборудование, экстремальные и семейные аттракционы, оборудование для фуд-кортов, аквапарков, ландшафтный дизайн, надувное оборудование, атрибутика для комнат страха, архитектурные решения для парков и многое другое. Также интерес представляла многочисленная продукция для индор-парков: игровые автоматы, симуляторы, тир, оборудование для боулинга, виртуальные кинотеатры.

В рамках выставки представители РАППА посетили встречу национальных и региональных ассоциаций, где встретились со своими коллегами из разных стран мира, а также с руководством IAAPA. Участникам форума был представлен новый Председатель Совета Директоров IAAPA г-н Чип Клири.

Специально для делегации РАППА группой компаний GAMETRADE был организован Русский ужин, где профессионалы из России смогли встретиться с ведущими производителями и консультантами индустрии развлечений США.

На всю делегацию из России выставка произвела неизгладимое впечатление. Отличная организация, разнообразие деловых и развлекательных мероприятий, широкий ассортимент представленной аттракционной техники и оборудования, - все это делает выставку идеальным местом для налаживания деловых контактов, обмена опытом и развития бизнеса.

Насыщенной была и культурная программа поездки. Во время первых двух дней своего пребывания в США делегация посетила г. Лос-Анджелес, штат Калифорния. Незабываемые впечатления оставила обзорная экскурсия по городу, а также посещение Голливудской аллеи славы и парка развлечений Universal Studios.

Участники тура отметили великолепное оформление парка, большой выбор аттракционов и высокие технологии развлекательного оборудования, представленного для посетителей. Специалисты смогли не только покататься на уникальных аттракционах, но также познакомиться с секретами происхождения спецэффектов при съемках фильмов.

Однако больше всего всех поразил блистающий огнями, великолепный Лас-Вегас. В свободное время члены делегации посетили самые знаменитые и красивые места Лас-Вегаса: тематические отели и казино, развлекательные центры и шоу-программы, экстремальные аттракционы и другие достопримечательности одного из самых быстрорастущих городов США. Особенным событием стала экскурсия в знаменитый Большой каньон.

Леонид Пчельников

*Начальник международного отдела
РАППА*

Владимир Постерняк

*Зам. директора компании
«АБИ Молл», г. Владимир*

Выставка «IAAPA Attractions Expo 2009» производит неизгладимое впечатление.

Среди экспонентов большое количество высококлассных и опытных специалистов индустрии развлечений по самым разным направлениям: от разработки концепций до организации клининга. Большое количество интересных новинок оборудования, сногшибательных проектов.

Среди посетителей было много практиков, занимающихся эксплуатацией развлекательных центров, в том числе из России и стран ближнего зарубежья, которые также охотно делились практическим опытом. Из общения с ними мы получили новые знания по созданию концепции развлекательных проектов: как анализировать потенциал рынка, как изучать интересы потребителей и др. Обсудили плюсы и минусы некоторых концепций, реализованных в США и Европе, определили системные ошибки, которые часто допускаются при проектировании.

Посещение многофункциональных комплексов в Лас-Вегасе позволило познакомиться с опытом очень органичного сочетания в одном объекте недвижимости сразу нескольких функций: гостиничной, торговой и развлекательной. Как девелоперам нам очень интересен этот опыт, тем более, что проект, который мы реализуем сейчас в г. Владимире, направлен именно на получение мощного синергетического эффекта от сочетания сразу нескольких функций, в первую очередь торговли и развлечений. В Лас-Вегасе это реализовано, на наш взгляд, просто блестяще, и мы отметили для себя целый ряд стратегий, интересных находок.

Американский опыт очень интересен, т.к. проектов с размахом, разнообразием и историей подобным американским нет больше нигде. Кроме того, мы считаем, именно американский опыт организации развлечений в наибольшей степени соответствует нашему российскому менталитету.



Участники тура на экскурсии
в Большом каньоне

Бумажные билеты

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

Браслеты

**Тыvek
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

В настоящее время мы разрабатываем проект масштабного семейного развлекательного центра площадью 20 тыс. кв.м. Участие в туре заставило нас несколько пересмотреть отдельные параметры объекта, скорректировать его концепцию. Кроме того мы провели ряд переговоров и завязали партнерские отношения с целым рядом организаций, занимающихся проектированием и поставкой оборудования. Все это, безусловно, позволит нам реализовать задуманный проект на качественно ином уровне и мы уверены, что он войдет в число самых интересных в России.

Учиться, учиться и еще раз учиться — это один из основных принципов нашей компании. Участие в подобных мероприятиях, безусловно, приведет к появлению в нашей стране качественно новых объектов развлечений — масштабных, интересных и по настоящему клиенториентированных проектов.

Мы посетили много развлекательных центров и парков в Европе и США, и каждый раз задаем себе один вопрос: почему большинство российских детей и их родителей лишены подобных развлечений и вынуждены довольствоваться лишь бледной тенью того, что есть за границей. Мы уверены, что подобные профессиональные туры способны стать первым шагом на пути изменения этой вселенской несправедливости.



Стенд РАППА на выставке
IAAPA Attractions Expo 2009



Переговоры на выставке
IAAPA Attractions Expo 2009



«Русский ужин», организованный компанией
Gametrade для делегации РАППА

ООО РоссоМаха

Казань, ул.Чистопольская, 77/2

т/ф +7 (843) 527 66 77

моб. +79274194041

igoninandrey@mail.ru www.rossomaha.ru



КИНОТЕАТРЫ 4D/5D



- Объемный звук
- Подвижные платформы до 6 DOF
- Система фильтрации воды
- Компрессор воздуха
- Система управления показом
- Видеопроекция 3D HD

**МУЛЬТИСЕНСОРНЫЕ
ВПЕЧАТЛЕНИЯ
БУДУЩЕГО!**

Многоскоростная платформа 5D

Полная иммитация аналогового движения

- кресла
- брызги воды
- встречный ветер
- вибрация
- щекочущие устройства
- попутный ветер
- 3 степени свободы движения
 - ↳ вверх и вниз
 - ↳ наклон влево и вправо
 - ↳ вперед и назад



ПОСЛЕДНИЕ ВЫПОЛНЕННЫЕ ПРОЕКТЫ

- Лотт Ворлд, Сеул (Корея)
- Агат Азия, Алма-Ата (Казахстан)
- Миса, Куала-Лумпур (Малайзия)
- Хэппи Валлей, Шенцхен (Китай)
- Резиденция Богор Нирвана, Джакарта (Индонезия)
- Нац.парк Келлервальд, Вёл-Херцхаузен (Германия)
- АИДАбелла (Океания)
- Корпус, Оегстгеест (Нидерланды)
- Галерия Бран, Бран (Румыния)
- Гондвана Прехисториум, Шиффвайлер (Германия)
- Коста Луминоса (Океания)
- АИДАЛуна (Океания)



ЦИРК | ДЖАКАРТА, ИНДОНЕЗИЯ

Морской зоопарк | Албуфейра, Порт-я

АИДАбелла | Круизный лайнер

АИДАЛуна | Круизный лайнер



Мне приснилось небо Лондона...

РАППА на выставках игрового оборудования в Лондоне



С 27 по 29 января 2010 года Российская ассоциация парков и производителей аттракционов приняла участие в работе двух выставок развлекательного оборудования в Лондоне.

Одна из них — EAG Expo (European Amusement and Gaming Expo) — проводилась впервые. До 2010 года, развлекательное оборудование, представленное на этой выставке, входило в состав ежегодной лондонской выставки игровой индустрии – ATEI. Но, начиная с этого года, фирмы, производящие игровое оборудование, решили организовать собственную выставку, на которой были представлены: детские аттракционы, видеоигры, оборудование для бильярда и боулинга, игры в дартс, силомеры, детские игровые автоматы, 3D-4D кинотеатры, игрушки.

Нам было приятно встретить на EAG Expo многих постоянных участников выставок РАППА, таких как: компания Dawpol (Польша), компания Falgas (Испания), компания Zhongshan G-Look Amusement Machine (Китай), компания Tesway (Тайвань) и многие другие. Познакомились мы и с многими новыми компаниями, рассматривающими российский рынок как свою ближайшую перспективу.

Что касается выставки ATEI (International Gaming Expo 2010), то, если говорить о компаниях, относящихся непосредственным образом к индустрии развлечений и представляющие интерес для РАППА, то на этой выставке их было не более сорока пяти, что составляет приблизительно одну восьмую часть всех экспонентов этой выставки. Всего в IGE-2010 участвовало 372 компании, в основном относящиеся к игровой индустрии — поставщики оборудования для казино и букмекерских контор, оборудования для игры в покер и прочих азартных игр.

Несмотря на то, что на выставке ATEI (IGE - 2010) было мало компаний нашего направления, общение с представителями каждой из них было плодотворным. Многие из них высказали интерес к российскому рынку развлечений и рассматривают возможность участия в выставках РАППА.

В результате поездки в Лондон и посещения выставок «European Amusement and Gaming Expo» и «International Gaming Expo 2010» РАППА удалось наладить множество новых контактов полезных для успешного и плодотворного развития индустрии развлечений в России.

Диана Лукина

Специалист международного отдела
РАППА



КСИЛ[®]
www.ksil.ru

40 ЛЕТ



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.

НАШУ ПРОДУКЦИЮ КОПИРУЮТ И БЕРУТ ЗА ОБРАЗЕЦ ВОИНСТВУЮЩИЕ КОНКУРЕНТЫ



И ЭТО ЕСТЬ ПРЯМОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО НАШЕЙ СИЛЫ, ОПЫТА И УСПЕХОВ !

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 !



Наш адрес: 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





Учебный Центр **РАПА**



**Обучение и сертификация персонала
предприятий индустрии развлечений**



**Занятия очередной группы руководителей и специалистов
предприятий индустрии развлечений пройдут**

17-22 мая 2010 г.



**129223, г. Москва, Проспект Мира, ВВЦ, павильон 69, офис 301
тел/факс: (499) 760-35-97, (495) 988-89-48
e-mail: tec@raara.ru; www.raara.ru**

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В РОССИИ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

Индустрия развлечений сегодня является одной из самых высокотехнологичных, капиталоемких, стремительно растущих и развивающихся отраслей. Сложнейшие инженерные проекты, многомиллионные инвестиции и грандиозные стройки выливаются в море адреналина для смелых посетителей.

В этом номере мы публикуем материал о новых развлекательных и торгово-развлекательных комплексах, которые уже открылись, а также будут реализованы в 2010-2012 гг. Информация, приведенная в таблице, дает представление о географии реализуемых проектов и объемах планируемых площадей под развлекательные зоны, поэтому она может быть полезной производителям и поставщикам развлекательного оборудования.

№п/п	Наименование объекта/ место расположения	Стоимость проекта/ площадь объекта	Ввод в эксплуатацию	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Дата публикации/источник
1.	Боулинг в торгово-развлекательном центре «Европа» г. Барнаул		4 ноября 2009 г.	14 дорожек, 12 бильярдных столов, 2 аэрохоккея, бар	14.11.2009 http://bowling.ru/
2.	Торгово-развлекательный центр «РИО» г. Белгород	45 тыс. кв.м	28 ноября 2009 г.	Мультиплекс «Синема Стар», детский игровой центр, сетевые рестораны и кафе	26.11.2009 http://belfm.ru/
3.	Торгово-развлекательный центр «Акварель» г. Волгоград	150 млн. евро, 121 834 кв.м	2012 г.	Кинотеатр, боулинг, детский Развлекательный центр, фуд-корт	13.11.2009 http://www.cre.ru/
4.	Торгово-развлекательный центр «КомсоМолл» г. Екатеринбург	2,792 млрд. рублей, около 67 тыс. кв.м	II полу-годие 2010 г.	Кинотеатр, боулинг, развлекательный центр, фитнес-центр и фуд-корт	22.01.2010 http://www.urbc.ru/
5.	Парк развлечений HIPPO (боулинг) г. Екатеринбург		6 сентября 2009 г.	12 дорожек для боулинга от QubicaAMF	30.09.2009 http://bowling.ru/
6.	Торгово-развлекательный центр «Талисман» г. Ижевск		июнь 2010 г.	8-зальный кинотеатр «Кино-Макс», детская игровая зона STAR GALAXY и фуд-корт	10.12.2009 http://www.udm-info.ru/
7.	Торгово-развлекательный центр «Jam Молл» г. Иркутск	\$30 млн., 30 тыс. кв.м	1 декабря 2009 г.	6-зальный кинотеатр, 4D киноаттракцион, роллердром площадью 1 тыс. кв.м, детские и молодежные кафе, игровые автоматы, парковые аттракционы	03.12.2009 http://www.arendator.ru/
8.	Торгово-развлекательный центр, входящий в состав МФК Clover Citycenter г. Калининград	48 500 кв.м	2009 г.	Ресторанная зона (1 800 кв. м.), фитнес-центр, детский развлекательный центр	17.03.2009 http://www.cre.ru/
9.	Торговый центр «Jam Молл» г. Киров	43,5 тыс. кв.м	I квартал 2010 г.	Многозальный кинотеатр, детский развлекательный центр, фуд-корт.	15.09.2009 http://www.davecha.ru/
10.	Торгово-развлекательный центр «РИО» г. Киров	40 тыс. кв.м	2012 г.	Кинотеатр «Cinema Star», комплекс бизнеса, торговли и развлечений	03.09.2009
11.	Аквапарк Кировская область, г. Белая Холуница	20 млн. евро, 6,5 гектаров	2012 г.	В стадии проектирования	09.12.2009 http://www.arendator.ru/
12.	Торгово-развлекательный центр «Oz-Молл» г. Краснодар	\$290 млн., 220000 кв.м	конец 2010 г.	11-зальный кинотеатр, детский развлекательный город, фуд-корт на 6 ресторанов, ледовый каток	30.11.2009 http://www.arendator.ru/
13.	Торгово-развлекательный комплекс «КомсоМОЛЛ» г. Краснодар	около 4 млрд. руб-лей 153,8 тыс. кв.м	2011 г.	Ледовый каток (около 800 кв. м.), многозальный кинотеатр, детский развлекательный центр, летние кафе	07.03.2009 http://www.yuga.ru/
14.	Торгово-развлекательный центр Краснодарский край, г. Абинск	3 млрд. рублей	I очередь 2010 г.	Сеть точек общественного питания (включая ресторан, кафе, минибар), боулинг, кинотеатр на 100 посадочных мест	05.02.2009 http://www.advis.ru/

№п/п	Наименование объекта/ место расположения	Стоимость проекта/ площадь объекта	Ввод в эксплуатацию	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Дата публикации/источник
16.	Парк развлечений «Тукан» Краснодарский край, г. Анапа 2-я очередь		начало строительства 2010г.	Дельфинарий, парк аттракционов, центр развлечений с кинозалами и боулингом. Первая очередь проекта «Тукан» – аквапарк «Тик-Так» - работает на Пионерском проспекте с 2008 года.	16.12.2009 http://www.yuga.ru/news/
17.	Океанариум «Акулий риф» Краснодарский край, г. Ейск	700 кв.м	23 августа 2009 г.	Около 200 видов рыб, моллюсков, черепах и рифовых акул,	05.09.2009 http://www.travel.ru/news/
18.	Район «Красноярск-Сити» г. Красноярск	свыше 2 млрд. евро, площадь застройки 116 га	Реализация проекта – до 10 лет	Ледовый дворец, аквапарк, торгово-развлекательный комплекс, объекты социального назначения, медицинский центр, открытый стадион, рекреационная зона (пешеходный бульвар, парковая зона, искусственный водоем, парк аттракционов)	15.04.2009 http://www.travel.ru/
19.	Торгово-развлекательный центр «Пушкинский» г. Курган	\$30 млн., 21 500 кв.м	31 декабря 2009 г.	Многозальный кинотеатр «Мега-Фильм», 3D-кинзал, детская комната отдыха, кафе	31.01.2009 http://www.kurgan.ru/
20.	Торгово-развлекательный центр г. Липецк	Общая площадь 11500 кв.м	2010 г.	Развлекательный центр семейного досуга «Планета развлечений»	11.07.2008 http://www.prime-tass.ru/ 04.12.2008 http://vrnews.ru/
21.	Развлекательный центр Нарьян г. Москва (в структуре торгового центра «Филион»)	6300 кв.м	19 декабря 2009 г.	Детские, семейные и экстремальные аттракционы, игровые автоматы, кафе, 5D кинотеатр	20.04.2009 http://www.malls.ru/
22.	Океанариум г. Москва	Примерно \$600 млн.	2011 г.	Всесезонный развлекательный центр. В океанариуме будут представлены обитатели различных климатических зон. Объем воды превысит 11 млн. л., общая площадь 24 тыс. кв. м., глубина 12,6 метра. Внутри здания туристический маршрут (около 800 м), подводные тоннели, обзорные панели, образовательно-развлекательный центр семейного отдыха – с аттракционами, банкетным залом, 3D- кинотеатром на пять залов и детским рестораном	25.03.2009 http://www.travel.ru/
23.	Торгово-развлекательный центр «На Кожуховской» г. Москва	134 тыс. кв.м	конец 2010 г.	Многофункциональный центр с многозальным кинотеатром на 1,5 тыс. человек, пункты общественного питания, рассчитанные на посещение 1,5 тыс. человек одновременно	01.04.2009 http://dom-s.org/
24.	Торгово-развлекательный центр «Фестиваль» г. Москва	21 462 кв.м	2012 г.	Супермаркеты, развлекательная зона	13.05.2009 http://www.malls.ru/
25.	Центральный «Детский мир» г. Москва (ре-конструкция)		конец 2012 г	Развлекательный центр, мультиплекс, игровой центр, детский театр, музей, ресторанный дворик и современная торговая галерея	20.10.2009 http://www.malls.ru/
26.	Торгово-развлекательный центр «Золотой Вавилон» г. Москва	241 тыс. кв.м	18 ноября 2009 г.	14-зальный мультиплекс «Люксор», развлекательный центр для детей и взрослых Fun City, площадью около 2,5 тыс. кв.м, 12 дорожек боулинга, караоке и ресторан	18.11.2009 http://www.infox.ru/
27.	Торгово-развлекательный центр «Город» г. Москва	240 тыс. кв.м	декабрь 2009 г.	8-зальный кинотеатр, ледовая арена, сцена для развлекательных мероприятий со светозвуковым оборудованием, детские игровые площадки	28.10.2009 http://www.svpressa.ru/

№п/п	Наименование объекта/ место расположения	Стоимость проекта/ площадь объекта	Ввод в эксплуатацию	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Дата публикации/источник
28.	Торгово-развлекательный центр Mall of Russia в Московском международном деловом центре «МоскваСити»	179 тыс. кв.м	сентябрь 2010 г.	Кинотеатр, ледовый каток площадью 900 кв.м, более 50 ресторанов и кафе	19.01.2010 http://realto.ru/
29.	Бизнес-центр на Рублевском шоссе Московская область, п. Горки-8	\$20 млн. 8 тыс. кв.м	II квартал 2010 г.	Современный торгово-развлекательный центр с галереей и рестораном	05.12.2008 http://www.finansmag.ru/
30.	Крытый развлекательный курорт «Фристайл парк» Московская область (в 1,5 километре от МКАД по Киевскому шоссе)	\$500 млн. 280 тыс. кв.м	I квартал 2011 г.	Многозальный кинотеатр, комплекс национальных бань и спа, научно-технический музей, бары и рестораны, торговая галерея, детский и семейный спортивно-развлекательный центр, театраль-но-концертная площадка	24.03.2008 http://www.dom-s.org/ 18.12.2008
31.	Боулинг в бизнес-парке «Румянцево» Московская обл. дер. Румянцево		2 ноября 2009 г.	6 дорожек с оборудованием компании Brunswick, зал детских игровых автоматов	04.11.2009 http://bowling.ru/
32.	Крытый парк аттракционов в Городском парке культуры и отдыха г. Мурманск		14 ноября 2009 г.	Установлено девять аттракционов для детей 10-12 лет	13.11.2009 http://www.b-port.com/
33.	Торговый центре «Мега» Нижегородская область, Кстовский район		30 декабря 2009 г.	4D кинотеатр	30.12.2009 http://www.nta-nn.ru/news/
34.	Торгово-развлекательный комплекс с гостиницей в микрорайоне Мещерское озеро г. Н.Новгород	120 млн. евро 100 тыс. кв.м	2011 г.	Кинотеатр, фитнес-центр	08.12.2008 http://www.niann.ru/
35.	Горнолыжный комплекс для прыжков с трамплина г. Н.Новгород	\$250 млн.	2012 г.	120-метровый трамплин площадью 25 тыс. кв.м, горнолыжный спуск площадью 22 тыс. кв. м, каток, аква-центр, торгово-развлекательный комплекс площадью 60 тыс. кв.м	25.02.2009 http://www.arendator.ru/
36.	Торгово-развлекательный центр «Первомайский» г.Омск	36 150 кв.м	октябрь 2011 г.	Боулинг на 16 дорожек, пятизальный мультиплекс на 600 мест, школа балета, детский игровой центр	03.09.2009 http://bowling.ru/
37.	Торгово-развлекательный центр «Июнь» г. Пенза	110 тыс. кв.м	I полугодие 2010 г.	Зона развлечений, кинотеатр, фитнес-центр, большая зона фуд-корта и ресторанов	29.09.2008 http://asninfo.ru
38.	Торгово-развлекательный центр г. Петрозаводск	более 56 тыс. кв.м	2011 г.	Многозальный кинотеатр, семейный развлекательный центр с детскими аттракционами, детская игровая комната, множество ресторанов и кафе, химчистка, салон красоты, туристическое агентство, солярий, бытовые услуги, подземная парковка	15.04.2009 http://gov.karelia.ru/
39.	Экстрим-парк г. Пермь		10 октября 2009 г.	Предназначен для занятий скетингом, фристайлом, паркурром, катанием на роликовых коньках	11.10.2009 http://news.properm.ru/
40.	Торгово-развлекательный комплекс «Галактика» г. Санкт-Петербург	44 500 кв.м	IV квартал 2010 г.	Киноплекс, развлекательная зона, фитнес-центр, фуд-корт, кафе, рестораны, комплексная зона развлечений для всей семьи	http://www.tocenter.ru/
41.	Торгово-развлекательный комплекс «Лето» г. Санкт-Петербург	114 000 кв.м	3 квартал 2010 г.	Фуд-корт, обширная развлекательная зона, включающая огромный каток, крупный семейный развлекательный центр Harrylon (2 200 кв.м), многозальный кинотеатр и боулинг	29.05.2009 http://www.stroylicenz.ru/

№п/п	Наименование объекта/ место расположения	Стоимость проекта/ площадь объекта	Ввод в эксплуатацию	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Дата публикации/источник
42.	Многофункциональный комплекс (МФК) «Южная площадь» г. Санкт-Петербург	\$185,4 млн. 103 тыс. кв.м	начало 2012 г.	Торгово-развлекательный комплекс	25.05.2009 http://spb.rbc.ru 02.12.2009 http://www.dprealty.ru/
43.	Крытый центр экстремальных видов спорта «Жесть» г. Санкт-Петербург	более 240 млн. рублей, около 6,5 тыс. кв.м	28 декабря 2009 г.	4 теннисных корта, оборудованные, в том числе, и для занятий спортсменами с ограниченными возможностями, скалодром, скейт-парк для занятий скейбордингом, велосипедным экстримом, роллер-спортом, тренажерный комплекс и зона для занятий паркурром	28.12.2009 http://sport.baltinfo.ru/news/
44.	Торгово-развлекательный центр «Июнь» и бизнес-центр г. Саратов	4 млрд. рублей 164 тыс. кв.м	I полугодие 2010 г.	10-зальный киноплекс, ледовый каток, боулинг, фитнес-центр с бассейном, фуд-корт, детская игровая зона	03.12.2008 http://www.kommersant.ru/
45.	Торгово-развлекательный комплекс «Триумф Молл» г. Саратов	58 тыс. кв.м	I квартал 2010 г.	Торгово-сервисная галерея, ресторан и фуд-корт, 10-зальный мультиплекс	28.04.2009 http://sob.ru/
46.	Торгово-развлекательный центр «Июнь» Саратовская область, г. Энгельс	свыше 40 тыс. кв.м	I полугодие 2010 г.	Рестораны и кофейни, фуд-корт, развлекательный центр с многозальным кинотеатром и фитнес-центр	29.09.2008 http://asninfo.ru
47.	Торгово-развлекательный центр «Июнь» г. Сыктывкар	65 тыс. кв.м	2010 г.	Рестораны и кофейни, фуд-корт, развлекательный центр, многозальный кинотеатр, фитнес-центр	05.12.2008 http://www.sykt24.ru/
48.	Оснащение парков новыми аттракционами г. Тула		2010 г.	Колесо обозрения (диаметр 72 метра, Белоусовский парк). В детском городке построят игровые и развивающие комплексы, а для детей с ограниченными возможностями будет закуплен специальный игровой комплекс	12.12.2009 http://www.tula.rodgor.ru/
49.	Детский городок в Центральном парке г. Улан-Удэ	5,5 млн. рублей	10 октября 2009 г.	Карусели, качели, яркие песочницы, скейтдром, баскетбольная и волейбольная площадки, мини-колесо обозрения, а также городки для детей-инвалидов	11.10.2009 http://irk.kp.ru/
50.	Торгово-развлекательный центр с ледовой ареной Чеченская Республика, г. Грозный	территория около 6 га	17 ноября 2009 г.	Кинозалы, 25-метровый бассейн, тренажерные залы, торговые и офисные помещения, кафетерии и рестораны, детская игровая комната	18.11.2009 http://www.irm.ru/
51.	Зимний аквапарк Чеченская республика, г. Гудермес	около 2000 кв.м	31 декабря 2009 г.	Четыре бассейна и водяные горки, кафе, ресторан и различные аттракционы. Для женщин и мужчин предусмотрены отдельные залы	08.12.2009 http://www.rirealty.ru/



English version



13 Russian



Trade Show



Amusement Rides & Entertainment Equipment

RAAPA 2011

Moscow, VVTs, Pavilion 69
March 16-18 2011

March 14-15 2011

16 International Conference
"Prospects of Entertainment Business in Russia"

General sponsor:



General information sponsor:



Supported by:

International Association of Amusement
Parks and Attractions (IAAPA)
Trade Shows International (TSI)



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



RAAPA – 15 years!

DEAR COLLEAGUES!

March 2010 marks 15 years since the day of foundation of “Russian Association of Amusement Parks and Attractions” (RAAPA).

Every year on the initiative of the Association in Moscow at VVTs are being held International exhibitions and scientific-practical conferences on the cultural and leisure activities, exchange of experience in creating of competitive and safe equipment, strengthened mutually beneficial international relations.

I sincerely congratulate on the Anniversary the founders of the Association, participants and organizers of exhibitions. I wish you continued success in the development of cultural and leisure activities, fruitful contacts and cooperation on domestic and international levels.

Special Representative
of the President of the Russian Federation
on International Cultural Cooperation

 M.E. Shvydkoy

Dear Friends at RAAPA,

Congratulations on your 15th Anniversary!

It is a pleasure to have worked with you on a number of initiatives to move the industry forward in Russia and throughout the world. We applaud your work and your successful trade show.

Best wishes for many more years of continued success.

Best regards,

Charles W. Bray
President and CEO
IAAPA



International Association of Amusement Parks and Attractions

RAAPA – 15 years with you!

Vladimir Gnezdilov

RAAPA President

“Mir” Company Director General

Honorable Designer of Russian Federation

Dr.(Tch.) Sc.

Market economy appeared in Russia in 1992. By that time the parks had inherited the obsolescent equipment and attractions of Soviet Union, there was no one up-to-day entertainment park. At the same time the first commercial exhibitions of park equipment were organised by «EuroSlot» Company; however, the manufactures of play and casino equipment dominated at the exhibitions. Two attraction manufacturers and two visitors from parks took part in the exhibition in 1994. This represents in general the business depression and crisis in Russia at that time. It was necessary to take measures on organising the amusement market.

For this purpose the Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA) was founded in 1995; nowadays more than 250 compa-

nies-manufacturers from Russia and foreign countries are the members of RAAPA.

The initiators of the Association foundation were “Mir” Company, RF Ministry of Culture, JSC “Russian exhibition of attractions” and other institutions.

One of the main tasks, which the Association faced from the very beginning, was establishing the specialized exhibition of the amusement industry in order to develop and popularize attractions of Russian manufacturers.

At first there were many difficulties. The first exhibition had 47 exhibitors only, and at that time it was seen that RAAPA really assisted the development of the amusement industry and it was of particular benefit – this has provided surviving of the exhibition and

now this exhibition is one of the central and important events in Russian amusement industry.

We had also begun working with parks. Today we can say with certainty that long activity of RAAPA on holding the conferences and workshops, dealing with safety problems, lease, juridical aspects, property problems, etc. – has promoted the entrepreneurial abilities of the parks.

From the outset, another important direction of the Association activity was preparation of normative and legal documents for the amusement industry in Russia.

In 1992, basing on US experience, RAAPA standards and GOST 29166 regulating the attraction design were elaborated and became basic for design, manufacture, and maintenance of amusement devices in our country until the national standard GOST R 52170 appeared.

Powerful normative information contained in these standards was a basis for joining the specialists around the Association and they, finally, created GOST R 53130-2008 – principal basic branch standard. For many aspects this standard is more progressive than US standard ASTM F-2291 and European standard EN-13814.

RAAPA activities on development of RF Law – Technical regulations “About entertainment devices safety” is no less important; now the law project has been submitted for consideration in the RF State Duma.

Another important event is expected: by RAAPA initiative, Rostekhregulirovaniye intends to establish the International Committee ISO on entertainment devices’ safety that will develop a world safety standard, which includes the best statements from the European, American, and Russian standards.

Solving important juridical, technical and organisational problems at the same time, now RAAPA is urged to protect the consumer interests of attraction visitors, i.e. rights of our citizens for safety leisure, to provide conditions for qualitative leisure, to help both operators and manufacturers of amusement equipment.

RAAPA leaders have arranged a qualified collective working in the Association. RAAPA success was achieved substantially due to close cooperation of the Association vice-president Yury Kuznetsov with Russian and Moscow governments. Vice-president of RAAPA, professor Boris Rabinovich leads intensive activities on organisation and holding exhibitions, workshops and conferences, and also day-to-day operation. Zoya Darevskaya and Zinaida Glushenkova are working successfully on the exhibitions’ organisation.

RAAPA Education Center has been working more than three years, and over 350 specialists from all regions of Russia and CIA have been trained.

One of new RAAPA projects is “Attractions and Entertainments” magazine, read and used by many branch professionals.

Igor Rodionov, post-graduate of Moscow State University of culture and arts, recently became a head of the Education Center and the magazine.

RAAPA takes part in the international activities, it is a member of International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) and the co-founder of European Association of Amusement Supplier Industry (EAASI); the contacts with these Associations are maintained by Anna Novikova. Leonid Pchelnikov is a head of RAAPA International department, he is keeping in touch with many foreign partners of the Association, takes part in organisation of tours to the largest international amusement industry shows.

Russian Association of Amusement Parks and Attractions today is not a simple union, but a club of people that creates and gives joyful atmosphere and festive mood to millions of citizens in Russia. During 15 years RAAPA has accomplished the important mission on creation and development of amusement market in Russia, it laid the foundation of state and technical regulation in this field, it has raised the domestic amusement industry to up-to-date level.

I wish RAAPA leaders and members much success in business and personal happiness!

4 days with professional of amusement industry RAAPA – Autumn 2009

Autumn meeting of amusement industry specialists “RAAPA –Autumn 2008” was held with a big success on 26-29 October, 2009 in VVTs, Moscow .

RAAPA endeavors to perfect its activity, suggesting new effective projects to the branch specialists for their prosperous business. This year the autumn meeting got a new structure that legitimated the expectations.

All participants of the autumn meeting liked a new concept of “Manufacturer Day”. It was not usual manufacturer day, but a small exhibition. Beautiful decorated hall established festive mood, and cosy atmosphere disposed to contacts. None of participants failed to secured a contract or business proposals.

Many manufacturers brought their product samples. By tradition, “Studio Fourus” (Saint-Petersburg) presented 4D-cinema, “Eletkom” (Moscow) presented its stand as a laser shooting gallery, where everyone could do some shooting; “Vozdushnyi Zamok” / Air Castle/ (Saint-Petersburg) brought a wide range of inflatables.

Several workshops and training studies with the most topical themes of Russian amusement industry were held during the autumn meeting.

Much work had been accomplished for organisation of the seminar “Reduction of state and municipal cultural institutions into autonomous institutions (AI). New forms of activities and remuneration of labour”. Reports were presented by the leading experts in economics and laws: T.V.Abankina – director, Centre of applied and economic studies and researches in State University “the Higher School of Economics”; O.A.Esenina – chief consultant, State-Legal Administration of RF President; and others.

Specialists of entertainment business were invited to the seminar “Creation and operation of modern entertainment centres”. The seminar conducted held by Yaroslav Sobko, Executive Director of “Gametrade” group of companies; along with general problems of entertainment business organisation, he discussed specific cases of new and active entertainment centres.

A.N. Kolesnikov, Director General, Federation of Ticket Business, the Chairman of the Board of Directors of “Ticketshop” Ltd., discussed “Problems of entrance ticket (registered forms) and season tickets for visiting the attractions, parks, water parks and another cultural institutions”. In the course of this seminar, the participants visited the “Attraction-Magic” park at VVTs and had a meeting with the park administration and management team.

After the seminars, the “Autumn meeting” participants took active part in the “Manufacturer Day”; they selected equipment for a new season. At the last day was business training for specialists “Organisation of actions in the parks and entertainment centers (at open areas and indoors). Competitive-playing base using side-shows and playing machines”, instructed by I.M.Uvenchikov – Director General, “Corporate culture” Company.

The organisers have received many good responses from the participants of the Moscow RAAPA Autumn meeting –2009”. There were good opinions about seminar topics, reporters, concept of “Manufacturer Day”, the meeting organisation in the whole.

I sincerely wish health, luck and success in all undertakings to all RAAPA members!

Altogether 37 companies from Russia, Byelorussia, Ukraine, Italy, Spain and Great Britain took part in the “Manufacturer Day”. Over 63 specialists of the Russian amusement industry visited seminars and business training.

The following participants are worth mentioning: Natalia Danilova (“Sodruzhestvo”, Nizhnevartovsk), Leonid Orekhov (“Tagansky Ryad”, Ekaterinburg), Yana Kondratova (“Slavtrans”, Gelendzhik), specialists from “Krasnogorsk centre of culture and leisure” – they took part in all events of the Moscow Autumn meeting of amusement industry specialists.

We look forward that participation in RAAPA events will show new prospects of business development for manufacturers and operators of amusement equipment, assists to establish business relations in Russia and abroad.

With no account for the kind of amusements you are interested in – amusement park, family entertainment centre, water park, or zoo – you can find just what you need at RAAPA events.

Zoya Darevskaya
RAAPA Exhibition Director

To book the exhibition area at “RAAPA Autumn meeting 2010”, “RAAPA-2011 show”

vystavka@raapa.ru; raapa@raapa.ru;
show@raapa.ru. For more detailed
information contact RAAPA:
**Tel/Fax: +7 (495) 748-3448,
988-8948, +7 (499) 760-3814**

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 investment and grand construction projects are turning into the sea of adrenaline for the brave visitors.

Despite the global financial crisis, in Russia is continuing the implementation of many investment projects of developing of the network of family entertainment centers and cultural-recreational facilities.

In this issue we publish material on the new family entertainment centers, which are already opened and also will be implemented in 2010-2012. 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.

No	Name Place	Project cost area	Put into operation	Entertainment component (working operators)	Announcement Source
1.	Bowling in family entertainment center «Evropa» Barnaul city		November 4, 2009	14 bowling tracks, 12 billiard tables, 2 aero-hockey, bar	14.11.2009 http://bowling.ru/
2.	Family entertainment center «RIO» Belgorod city	45 thousand square meters	November 28, 2009	Multiplex «Sinema-Star», kiddie play zone, network restaurants and cafe	26.11.2009 http://belfm.ru/
3.	Family entertainment center «Aquarell» Volgograd city	€150 mln, 121 834 square meters	2012	cinema, bowling, kiddie entertainment center, food-court	13.11.2009 http://www.cre.ru/
4.	Family entertainment center «KomsoMall» Ekaterinburg city	2,792 billion rub, about 67 thousand square meters	2010 II half year	cinema, bowling, entertainment center, fitness-center and food-court	22.01.2010 http://www.urbc.ru/
5.	Amusement park HIPPO (bowling) Ekaterinburg city		September 6, 2009	12 Qubica AMF bowling tracks	30.09.2009 http://bowling.ru/
6.	Family entertainment center «Talisman» Izhevsk city		June, 2010	8-hall cinema «CinoMax», kiddie play zone STAR GALAXY and food-court	10.12.2009 http://www.udm-info.ru/
7.	Family entertainment center «Jam Mall» Irkutsk city	\$30 mln, 30 thousand square meters	December 1, 2009	6-hall cinema, 4-D cinema attraction, roller area 1 thousand square meters, kiddie and youth cafe, play machines, amusement park rides	03.12.2009 http://www.arendator.ru/
8.	Family entertainment center as a part of Clover City Center Kaliningrad city	48 500 square meters	2009	Restaurant zone (1 800 square meters), fitness-center, kiddie amusement center	17.03.2009 http://www.cre.ru/
9.	Shopping center «Jam Mall» Kirov city	43,5 thousand square meters	I quarter, 2010	Multiplex cinema, kiddie entertainment center, food-court.	15.09.2009 http://www.davecha.ru/
10.	Family entertainment center «RIO» Kirov city	40 thousand square meters	2012	Multiplex cinema «Cinema Star», business, shopping and amusement complex	03.09.2009 http://www.investorkirov.ru/news/
11.	Water park in Belaya Polunitsa, Kirov region	20mln €, 6,5 hectare	2012	Under designing	09.12.2009 http://www.arendator.ru/
12.	Family entertainment center «Oz-Mall» Krasnodar city	\$290 mln, 220 000 square meters	End of 2010	11-hall cinema, kiddie amusement town, food-court with 6 restaurants, ice skating rink	30.11.2009 http://www.arendator.ru/
13.	Family entertainment complex «Komsomall» Krasnodar city	about 4 billion rub. 153,8 thousand square meters	2011	ice skating rink (about 800 square meters multiplex cinema, kiddie entertainment center, summer cafe	07.03.2009 http://www.yuga.ru/
14.	Family entertainment center Krasnodar Territory, Abinsk	3 billion rub	I stage - in 2010	Catering houses (including restaurant, cafe, mini-bar), bowling, cinema with 100 seats	05.02.2009 http://www.advis.ru/
16.	Amusement park "Tukan" 2nd stage Krasnodar Territory Anapa		construction begins in 2010	Dolphinarium, amusement park, entertainment center, with cinema halls and bowling. "Tukan" project, 1st stage – water park "Tick-tack" at Pionersky avenue is in operation from 2008	16.12.2009 http://www.yuga.ru/news/

No	Name Place	Project cost area	Put into operation	Entertainment component (working operators)	Announcement Source
17.	Oceanarium «Akuly rif» Krasnodar Territory, Eisk	700 square meters	August 23, 2009	About 200 kinds of fish, mollusca, turtles, and reef sharks.	05.09.2009 http://www.travel.ru/news/
18.	«Krasnoyarsk City» zone Krasnoyarsk city	over €2 billion, site area 116 hectare	Project realisation - 10 years	Ice palace, water park, Family entertainment complex, social implication objects, medical center, open stadium, recreation zone (pedestrian boulevard, park zone, pond, amusement park)	15.04.2009 http://www.travel.ru/
19.	Family entertainment center «Pushkinsky» Kurgan city	\$30 mln., 21 500 square meters	December 31, 2009	Multiplex cinema «MegaFilm», 3D-cinema, kiddi rest room, cafe	31.01.2009 http://www.kurgan.ru/
20.	Family entertainment center Lipetsk city	Total area 11500 square meters	2010	entertainment center for family leisure «Planet of amusements»	11.07.2008 http://www.prime-tass.ru/ 04.12.2008 http://vrnews.ru/
21.	Family entertainment center Happylyon (as a part of Shopping center «Filion») Moscow city	6300 square meters	December 19, 2009	kiddie, family and extreme attractions, play machines cafe, 5D cinema	20.04.2009 http://www.malls.ru/
22.	Oceanarium Moscow city	About \$600 mln.	2011	All-season entertainment center. Oceanarium with inhabitants from different climatic zones. Water volume – over 11 million liters, total area 24 thousand square meters, depth –12,6 meters. Indoors – walking route (about 800 m), underwater tunnels, observation panels, family educational-entertainment center – with attractions, banquet room, 5-hall 3D- cinema and kiddie restaurant	25.03.2009 http://www.travel.ru/
23.	Family entertainment center «At Kozhukhovskaya» Moscow city	134 thousand square meter	End of 2010	Multi-functional center with Multiplex cinema for 1,5 thousand people, restaurants and cafe with 1,5 thousand seats	01.04.2009 http://dom-s.org/
24.	Family entertainment center «Festival» Moscow city	21 462 square meters	2012	Supermarket, amusement zone	13.05.2009 http://www.malls.ru/
25.	Central «Detsky Mir» (reconstruction) Moscow city		End of 2012	Entertainment center, multiplex cinema, play center, kiddie theater, museum, restaurant and modern shopping gallery	20.10.2009 http://www.malls.ru/
26.	Family entertainment center «Zolotoi Vavilon» Moscow city	241 thousand square meters	November 18, 2009	14-hall cinema «Luxor», entertainment center for kids and adults, Fun City (about 2,5 thousand square meters), 12 bowling tracks, caraoke and restaurant	18.11.2009 http://www.infox.ru/
27.	Family entertainment center «Gorod» Moscow city	240 thousand square meters	December, 2009	8-hall cinema, ice arena, scene for entertaining actions with illumination and audio equipment, kiddie play grounds	28.10.2009 http://www.svpressa.ru/
28.	Family entertainment center "Mall of Russia" in Moscow International Business Center «Moscow City»	179 thousand square meters	September, 2010	Cinema, ice skating rink (900 square meters), over 50 restaurants and cafe	19.01.2010 http://realto.ru/
29.	Business-center at Rublevskoe Shosse Gorki-8, Moscow region	\$20 mln 8 thousand square meters	2010 II quarter	Up-to-date family entertainment center with gallery and restaurant	05.12.2008 http://www.finansmag.ru/
30.	Indoor entertainment resort «Free-style park» Moscow region (1,5 from Moscow ring road along Kievskoe Shosse)	\$500 mln 280 thousand square meters	I quarter, 2011	Multiplex cinema, complex with national baths and spa, scientific and technical museum, bars and restaurants, shopping gallery, kiddie and family sports and entertainment center , theatre and concert hall	24.03.2008 http://www.dom-s.org/ 18.12.2008 http://www.malls.ru/
31.	Bowling in trade park «Rumyantsevo» Rumyantsevo, Moscow region		November 2, 2009	6 Brunswick bowling tracks, hall with kiddie playing machines	04.11.2009 http://bowling.ru/
32.	Indoor amusement park in City park of culture and leisure Murmansk city		November 14, 2009	nine attractions for kiddies 10-12 years old	13.11.2009 http://www.b-port.com/

No	Name Place	Project cost area	Put into operation	Entertainment component (working operators)	Announcement Source
33.	Shopping center «Mega» Nezhegorod region, Kstov district		December 30, 2009	4D cinema	30.12.2009 http://www.nta-nn.ru/news/
34.	Family entertainment complex with hotel in "Lake Meshcherskoe" microdistrict N. Novgorod city	€120 mln 100 thousand square meters	2011	Cinema , fitness-center	08.12.2008 http://www.niann.ru/
35.	Alpine ski and ski jump complex N. Novgorod city	\$250mln	2012	120 m ski jump (area - 25 thousand square meters), alpine ski slope (area - 22 thousand square meters), skating rink, water park, Family entertainment complex (area - 60 thousand square meters)	25.02.2009 http://www.arendator.ru/
36.	Family entertainment center «Pervomaisky» Omsk city	36 150 square meters	October, 2011	Bowling with 16 tracks, 5-hall multiplex cinema with 600 seats, ballet school, kiddie amusement center	03.09.2009 http://bowling.ru/
37.	Family entertainment center «June» Penza city	110 thousand square meters	I half year 2010	Entertainment zone, cinema, fitness-center, large zone with food-courts and restaurants	29.09.2008 http://asninfo.ru
38.	Family entertainment center Petrozavodsk city	over 56 thousand square meters	2011	Multiplex cinema, family entertainment center with kiddie attractions, kiddie play room, many restaurants and cafe, dry-cleaner's, beauty shop, travel agency, solarium, personal services, underground parking	15.04.2009 http://gov.karelia.ru/
39.	Extreme park Perm city		October 10, 2009	Park for skating, free-style, parkour, roller skating	11.10.2009 http://news.properm.ru/
40.	Family entertainment complex «Galaktika» St. Petersburg	44 500 square meters	IV quarter, 2010	Multiplex cinema, entertainment zone, fitness-center food-court, cafe, restaurant, complex family center	http://www.tocenter.ru/
41.	Family entertainment complex «Leto» St. Petersburg	114 000 square meters	3 quarter, 2010	Food-court, vast entertainment zone, including large skating rink, large-scale family entertainment center (2 200 square meters), multiplex cinema and bowling	29.05.2009 http://www.stroylicenz.ru/ 02.12.2009 http://www.dprealty.ru/
42.	Multi-functional complex (MFC) «Yuzhnaya ploshchad» St. Petersburg	\$185,4 mln 103 thousand square meters	Beginning of 2012	Family entertainment complex	25.05.2009 http://spb.rbc.ru02.12.2009 http://www.dprealty.ru/
43.	Indoor center for extreme sports «Zhest» St. Petersburg	over 240 mln rub., about 6,5 thousand square meters	December 28, 2009	4 tennis-courts, (including courts for disabled sportsmen), rock-climbing area, skating park for skate-boarding , extreme bicycle, roller skating, training complex, parkour zone	28.12.2009 http://sport.baltinfo.ru/news/
44.	Family entertainment center «June» and Business center Saratov city	4 billion rub. 164 thousand square meters	2010, I half year	10-hall cinema, ice skating rink, bowling, fitness-center with pool , food-court, kiddie play zone	03.12.2008 http://www.kommersant.ru/
45.	Family entertainment complex «Triumph Mall» Saratov city	58 thousand square meters	I quarter, 2010	Shopping and servicing gallery, restaurant and food-court, 10-hall cinema	28.04.2009 http://sob.ru/
46.	Family entertainment center «June», Saratov region, Engels city	over 40 thousand square meters	I half year 2010	Restaurants and coffee house, food-court, amusement center with multiplex cinema and fitness-center	29.09.2008 http://asninfo.ru
47.	Family entertainment center «June» Syktyvkar city	65 thousand square meters	2010	Restaurants and coffee houses, food-court, amusement center, multiplex cinema, fitness-center	05.12.2008 http://www.sykt24.ru/
48.	Equipping the parks by new rides Tula city		2010	Big dipper (dia 72 m, Belousov park). Kiddie town will be equipped by play and educational complexes, and specific play complex for disabled children	12.12.2009 http://www.tula.rodgor.ru/
49.	Kiddie town in Central park Ulan-Ude city	5,5 mln. rub	October 10, 2009	roundabout, swing, bright; sand-boxes, roller skating circuit, basketball and volleyball grounds, mini - big dipper, and also grounds for disabled children	11.10.2009 http://irk.kp.ru/
50.	Family entertainment center with ice arena Chechen republic, Grozny city	area about 6 hectare	November 17, 2009	Multiplex cinema, 25-m pool, training rooms, shopping areas and offices, café and restaurant, kiddie play room	18.11.2009 http://www.irn.ru/
51.	Indoor water park Chechen republic, Gudermes city	about 2000 square meters	December 31, 2009	Four pools and water slopes, cafe, restaurant and various attractions. Separate halls for men and women	08.12.2009 http://www.riarealty.ru/