



АТТРАКЦИОННЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ ATTRACTIONS & ENTERTAINMENTS

№ 29 сентябрь 2020

В НОМЕРЕ:

- Мертвая петля карантина. Как выжить после?
- Парки и вирус: опыт работы в условиях кризиса
- Как привлечь гостей после пандемии? Опыт США
- Итоги РАППА ЭКСПО-2020



Елена Телегина

Генеральный директор

ООО «Парк города «Лукоморье» г. Саратов



Ростов-на-Дону

ЛЕТНЯЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВСТРЕЧА СПЕЦИАЛИСТОВ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

ОРГАНИЗАТОР:
Российская ассоциация парков
и производителей аттракционов (РАППА)

14-16 июля 2021 г.

Контакты: тел./ф.: +7 (495) 234-52-04, +7 (495) 234-52-13; e-mail: raapa@raapa.ru; www.raapa.ru

Генеральный
информационный партнер:



Информационные
партнеры:



СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора	2
ПАРКИ	
У Лукоморья	
Е. Телегина	4
ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ	
Антивирусная выставка: итоги РАППА ЭКСПО- 2020	
А. Осипов	8
СОБЫТИЕ СЕЗОНА	
Золотой Пони Москва-2020	12
ИНТЕРВЬЮ	
Мертвая петля карантина. Как выжить после?	
П. Тимец	14
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС	
Как центрам развлечений привлечь гостей после пандемии? Опыт США	
Д. Костина	18
ПАРКИ	
Парки и вирус: из опыта работы парка культуры в условиях кризиса	
Г. Богуславский	22
ТЕНДЕНЦИИ ИНДУСТРИИ	
Маски сброшены? Причины для оптимизма в индустрии развлечений есть	
С. Калмыков	26
ЗЕЛЕНАЯ ТЕМА	
Сады онлайн: итоги Moscow Flower Show 2020	
Е. Евпраксина	32
ПОЛЕЗНО ДЛЯ БИЗНЕСА	
Тематический парк глазами школьников	
А. Осипов	36
СТАТИСТИКА И ФАКТЫ	
Проектируемые и строящиеся ТРЦ в России и СНГ (2020-2021 гг.)	40
ENGLISH VERSION	42

«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»

Информационно-рекламный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА)

ИЗДАТЕЛЬ:

АНО ДПО «Учебный Центр РАППА»

Адрес редакции:

Россия, г. Москва, проезд Серебрякова,
д. 14/9, оф. 9108
Почтовый адрес: 129343, г. Москва, а/я 74
Тел/факс: (495) 234-52-33
E-mail: tec@raapa.ru; http://www.raapa.ru

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор

Игорь Родионов

Дизайн, верстка

Анастасия Буянкина

Над номером работали:

Марина Горбачева
Елена Макаревич
Диана Лукина
Марина Илмензеер
Андрей Осипов
Ольга Анхимюк

Отдел рекламы:

(495) 234-52-33

Редакция не несет ответственность за содержание рекламных материалов.
Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции журнала.

Использование материалов, опубликованных в журнале, допускается только с разрешения редакции.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77 – 26958.

Товарная марка журнала «Аттракционы и развлечения» зарегистрирована в Роспатенте.
Свидетельство на товарный знак № 351922.

Отпечатано в ООО ПО «Периодика».

Дорогие читатели!



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

События 2020 года стали беспрецедентными для мира и всей индустрии развлечений. Те проблемы, с которыми

столкнулось профессиональное сообщество, ранее никто предугадать не мог. Сегодня основная задача состоит не только в скорейшем выходе развлекательной отрасли из кризиса, но и в выработке принципов работы предприятий в новых социально-экономических условиях. Ведь уже очевидно, что мир изменился.

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов на протяжении всего периода карантина и сейчас продолжает вести активную работу по поддержке отечественных предприятий индустрии развлечений. Это выражается в тесном взаимодействии с различными государственными структурами и представителями бизнес-сообщества

по вопросам оказания помощи и развития культурно-досуговой отрасли. РАППА находится в постоянном контакте с иностранными партнерами. Эта работа будет продолжена и в дальнейшем.

Вполне логично, что номер журнала посвящен проблемам работы предприятий индустрии развлечений после пандемии. Ведущие эксперты расскажут о том, как работать в новых экономических реалиях, как меняются предпочтения гостей, чем полезен опыт зарубежных стран и какие перспективы ждут индустрию развлечений в будущем.

Выставка РАППА ЭКСПО-2020 в марте стала последним профессиональным событием перед карантином, а сегодня РАППА ЭКСПО ОСЕНЬ-2020 станет первым мероприятием, которое обозначит начальные шаги по выходу отрасли из кризиса, представит новых игроков на рынке и покажет возможности для развития и сохранения бизнеса.

Желаю Вам, дорогие читатели, в первую очередь, здоровья и благополучия! Пусть все трудности, с которыми вы столкнулись, будут преодолены. Успехов и счастья Вам!

Главный редактор
Игорь Родионов



Очередные занятия:

17-20 ноября 2020 г. **Онлайн**
1-5 февраля 2021 г. **в Москве**

РАППА УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР

обучение и сертификация персонала предприятий индустрии развлечений



Более 1500 обученных специалистов из 230 городов России и СНГ



Теоретические и практические занятия



Сертификат на 3 года

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

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



У Лукоморья

Елена Евгеньевна Телегина
Генеральный директор
ООО «Парк города «Лукоморье»,
г. Саратов

Городской парк Саратова – неотъемлемая часть истории саратовского края. Парку уже более 200 лет, и за эти годы и имен, и владельцев парк сменил немало. На сегодняшний день парк является полностью коммерческим предприятием и носит новое имя «Лукоморье». Вся территория находится в долгосрочной аренде и обслуживается за счет собственных средств.

О том, как устроена работа одного из самых известных парков культуры и отдыха нашей страны, рассказала директор парка Елена Евгеньевна Телегина.

Парк расположен в самом центре Саратова. Территория парка является особо охраняемой природной территорией регионального значения и занимает площадь в 19 гектаров. Основу паркового ландшафта составляют зеленые насаждения, которые занимают около 40% площади. Основой и гордостью парка является байрачная дубрава из дуба черешчатого, в ветвях которого резвятся белки. До настоящего времени сохранилось более 500 экземпляров дуба черешчатого возрастом старше 200 лет и высотой около 25 метров.

Безусловно, дубы – украшение парка, однако, возраст берет свое, деревьям требуется присмотр и уход. Мы регулярно проводим санитарную обрезку, визуальный

осмотр, а в 2019 году силами специалистов «Центра защиты леса» прове-

ли томографическое обследование дубов, которое с высокой точностью позволяет определить, насколько дерево повреждено. Помимо дубов на территории произрастает около 70 видов древесных и кустарниковых пород, высажено около 40 тысяч кв. м газона, разбиты цветочные клумбы. Парк имеет собственную теплицу, сотрудники которой ежегодно выращивают и высаживают в парке около 35 тысяч однолетних растений. Также теплица –

источник дополнительного дохода парка. Ежегодно мы реализуем около 40 тысяч кустов рассады.

Парк расположен на рельефе, что позволило организовать каскад из 6 прудов, каждый из которых имеет собственное имя – Сталинский, Больничный, Лодочный, Вакуровский, Огуречный, Яма. Пруды расположены на разных уровнях и соединены между собой переливными трубами. Глубина прудов достигает 18 м, общая площадь зеркала прудов – 54 тыс. кв. м. В каждый из прудов в начале

2000 г. были выпущены мальки рыб разных пород. Сейчас в них проживают сомы, щуки, толстолобики, белые амуры, окуни, караси, плотва, карпы кои. Некоторые породы необходимы для чистки прудов от водорослей, некоторые хищные породы – для регулирования количества

«сорной» рыбы, некоторые, такие как карп кои, выполняют декоративную функцию. Парк на постоянной основе проводит аэрацию прудов и прочие рыбоохранные мероприятия на основании обследований, выполняемых специалистами Саратовского филиала Всероссийского научно-исследовательского института рыбного хозяйства и океанографии. На глади прудов живут 4 пары лебедей, одна из которых – черный австралийский лебедь, а три – белые лебеди-шипуну.

Городской парк пользуется заслуженной любовью горожан и имеет огромное социальное значение для жителей как Саратова, так и Саратовской области.

Городской парк пользуется заслуженной любовью горожан и имеет огромное социальное значение для жителей как Саратова, так и Саратовской области. Не ошибусь, если предположу, что каждый саратовец хоть раз бывал в горпарке, многие же приходят с завидным постоянством. На входах в парк установлены счетчики посетителей, и цифры говорят сами за себя: население Саратова – 850 тысяч человек, население Саратовской области 2,4 млн. человек, а парк ежегодно встречает более 3,5 миллионов гостей.

Каждый посетитель находит себе уголок по душе, и каждый уносит с собой из парка приятные воспоминания. Один вспомнит горпарк и свое детство, наполненное захватывающими дух эмоциями от катания на аттракционах и счастьем от прогулки всей семьей. Для другого горпарк – место, где он встретил первую любовь, куда пришел на первое свидание. Именно здесь молодожены навсегда запечатлевают себя на фоне прекрасных пейзажей. Молодые родители везут сюда на прогулку своих первенцев. Летом на скамьях и в кафе парка – множество людей с ноутбуками и планшетами. Да, в парке назначаются не только свидания, но и деловые встречи. Сюда же стремятся в обеденный перерыв сотрудники многочисленных офисов, расположенных неподалеку. Можно увидеть в парке и юных спортсменов, и юных музыкантов – на территории парка расположена спортивная школа по триатлону, теннисный клуб, музыкальная школа. И, кто знает, может быть именно здесь и сейчас начинает свою карьеру великий спортсмен или музыкант? И отвечая себе на вопрос: каков же портрет нашего основного гостя, я уверенно говорю – к нам рад прийти каждый!

Парк зонирован: есть зона аттракционов, разделенная на две площадки – для малышей и для взрослых, детская игровая площадка, спортивная площадка, кафе, торговые точки, зоны тихого отдыха, дендрарий с экзотическими породами растений, кустарников и деревьев, созданы естественные фотозоны – живописные пейзажи и арт-объекты, деревянные скульптуры, такие как «Избушка Бабы-Яги», «Русалка», уютно устроившаяся на ветви настоящего дуба, «Ученый кот» и множество других.

Парк открыт ежедневно с 6 утра до полуночи.

Летом в парке работает 30 аттракционов, открыто судоходство по глади самого большого Лодочного пруда (15 лодок и 6 катамаранов), можно прокатиться по аллеям парка в карете или на «Веселом паровозике», работает 3 тира, 2 шатра с призовыми играми. Основной пул аттракционов парка сформирован аттракционами ведущих европейских производителей. Представлены практически все виды аттракционов, за исключением, пожалуй, большой катальной горы. Мы стараемся регулярно пополнять число аттракционов, приоб-





ретая новинки, модернизировать системы контроля доступа. В 2020 году мы установили аттракцион «Пожарная команда» и изменили порядок доступа на аттракционы, оборудовав площадки программно-аппаратным комплексом Game-Keer.

Торговля на территории парка представлена собственными торговыми точками, стилизованными под сказочные лесные избушки, с классическим «парковым» ассортиментом. Общественное питание в парке это 4 кафе и банкетная зона – шатер «Зефир», способная принять до 200 гостей. И, конечно же, летом проходит основная масса мероприятий. Более 30 дней в сезон охвачены разнообразными праздниками продолжительностью от 2 до 14 часов, с конкурсами, забавами и розыгрышами ценных призов. Обо всех планируемых мероприятиях мы информируем, используя разнообразные каналы коммуникаций (СМИ, афиши мероприятий на ближайший месяц, персонализированные афиши конкретных мероприятий, билборды, социальные сети, сайт парка). Самые яркие, запоминающиеся и любимые горожанами праздники – Масленица, Открытие сезона, День Победы, конкурс «Принц и принцесса парка», Фестиваль водных фонариков, Забег на шпильках, Фестиваль джаза, концерты памяти В. Высоцкого и В. Цоя, День рождения парка. Максимальное число посетителей на мероприятии традиционно в День Победы, когда парк из года в год принимает более 25 тысяч гостей.

Осенью в парке – сезон «скидок и распродаж». Самые выгодные ценовые предложения как по посещению аттракционов, так и по приобретению товаров, мы приберегаем напоследок. Прекрасный результат дают акции «Любой аттракцион за 50 рублей!» при средней цене посещения 112 рублей, и «Осенний безлимит» с фиксированной стоимостью входа на аттракционную площадку и неограниченным количеством прокатов.

Зимой в парке работает кафе, несколько зимних торговых точек и аттракционы, эксплуатация которых допустима при отрицательных температурах. В 2017 году, в преддверии Нового года, мы, силами сотрудников парка, реализовали один из самых сказочных проектов – установили необычную Ёлку-Дом Деда Мороза. Каркасная конструкция на винтовых сваях высотой 10 метров реалистично имитирует настоящую ель. Снаружи она обшита натуральным сосновым лапником и украшена гирляндами и ёлочными игрушками, а внутри расположена приёмная Деда Мороза, где главный новогодний волшебник встречается с детьми. Вход бесплатный, в порядке живой очереди, но есть возможность организовать и платное индивидуальное посещение-фотосессию. Весной парк организывает самую масштабную в городе Масленицу. Гуляния начинаются с раннего утра, а завершаются традиционно в 17:00 сожжением чучела Зимы.

В теплое время года и дел, и развлечений больше, чем в холодный период, но работа в парке не замирает

ни на день. На благо парка трудится большая команда преданных своему делу людей. Именно их стараниями год от года парк становится краше и краше. Залог успешной работы коллектива парка – регулярное обучение персонала с последующей аттестацией, институт наставничества, проработанные и адаптированные к специфике именно нашего парка должностные инструкции и правила трудового распорядка, четко сформулированы алгоритмы работы и «неписанные правила», моё самое любимое из которых (и об этом известно каждому сотруднику) – «Хорошие новости могут подождать, а вот плохие новости должны лететь!». Эти золотые слова – девиз всей моей трудовой деятельности, и к работе парка, с его динамикой и, порой, совершенно необычными и внезапно возникающими ситуациями, он подходит идеально.

В индустрию развлечений я пришла в 2014 году. Отрасль для меня была абсолютно новая, но опыт и образование позволили освоить новое направление. За шесть лет работы мы:

- создали эффективно работающую службу экономической безопасности;
- обновили систему контроля доступа на аттракционы;
- организовали видеонаблюдение за каждым аттракционом, торговой точкой, кафе, входами в парк;
- полностью обновили торговые точки, как в части самих помещений, так и в части оптимизации ассортимента, выкладки и стандартов обслуживания;
- приобрели 4 новых аттракциона («Каное-ривер», «Летающая тарелка», «Микс», «Пожарная команда»);
- провели редизайн аттракциона «Колесо обозрения», отреставрировав каждую из кабин и украсив их уникальной ручной росписью различных регионов России, за что удостоились двух профессиональных наград – «Хрустального колеса» и «Golden Pony»;
- создали проект «Ёлка – Дом Деда Мороза», завоевавший симпатию коллег и «Хрустальное колесо» в 2019 году;
- сформировали энергичную ивент-команду, которая с успехом организывает около 100 мероприятий в год;
- снискали любовь и уважение горожан, которые ежедневно подтверждают это своими визитами в парк;
- научились не останавливаться на достигнутом и ставить себе новые, более амбициозные задачи.



Действительно, у парка планов множество: благоустройство территории, обновление парка аттракционов, оптимизация затрат, развитие коммуникаций с гостями парка, персонализация предложений для посетителей, внедрение современных цифровых технологий общения с гостями парка и их развлечения. Жизнь не стоит на месте. В Саратове, как и во многих других городах, реализуются новые отраслевые проекты, меняется конкурентная среда, смещаются интересы жителей, поэтому нужно постоянно анализировать ситуацию, общаться с коллегами, посещать семинары, даже если кажется, что ты уже всё-всё знаешь, изучать опыт работы парков в других городах и странах, подмечать лучшее и внедрять в своём парке, анализировать свои промахи и неудачи и делать соответствующие выводы, и главное, так как наша работа в основном сезонная, делать всё очень-очень быстро! Как писал Льюис Кэрролл: «Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее!»

Что же касается трудностей в работе... Да их нет! Всё можно сделать, если очень захотеть. Я считаю, что у «припаркованных» не просто отличная работа, а работа мечты! Искренне в это верю, каждый день иду на работу с удовольствием, никогда не устаю дарить людям радость и того же желаю всем читателям!



Антивирусная выставка

Итоги РАППА ЭКСПО-2020

В начале года никто не подозревал, с какими трудностями столкнется весь мир и индустрия развлечений в частности. Назревавший ажиотаж из-за эпидемии коронавируса до последнего момента ставил под вопрос проведение выставки РАППА ЭКСПО-2020. Запрет на въезд представителей из Китая существенно сократил количество экспонентов, а введение ограничений для стран Европы повлияли на то, что многие компании не смогли приехать в Москву. Нагнетавшаяся информация в СМИ могла сказаться на посещаемости мероприятия. Однако, несмотря на все это, – выставка РАППА ЭКСПО-2020 состоялась и прошла успешно. Давайте вспомним, как это было.

Участники

22-я Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2020»

прошла с 12 по 14 марта 2020 года в Москве в павильоне 75 на ВДНХ.

Организатор выставки – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). Генеральный спонсор – компания «Пакс-Дизайн»; генеральный информационный партнер – Каталог индустрии развлечений; интернет-партнеры выставки: vtorio.com и др.

В выставке приняли участие более 150 компаний (35 из них участвовали впервые) из более чем 20 стран мира: США, Канады, Беларуси, Украины, Японии, Турции, Франции, Бельгии, Тайваня, Германии, Китая, Италии, Нидерландов, Финляндии и др. Ряд компаний, которые по объективным причинам не смогли направить своих специалистов, были представлены партнерами из России и других стран.

Выставка продемонстрировала все основные направления современной индустрии развлече-

Выставка продемонстрировала все основные направления современной индустрии развлечений.

ний: аттракционы парковые, игровые автоматы, 5D-кинотеатры, аттракционы виртуальной реальности, детские и спортивные площадки, тир, батуты, активити-парки, устройства контроля доступа, системы автоматизации, бильярд, боулинг, аквапарки, вендинг-оборудование, торговые и призовые автоматы, услуги по проектированию парков, аквапарков и развлекательных центров, обучение персонала, организация праздничных мероприятий, ландшафтное оформление и тематический дизайн, услуги общественного питания и многое другое.

Если говорить о новинках этого года, то стоит выделить следующие:

- уникальный аттракцион-симулятор «Парашютист» от компании «Северный пресс»;
- всевозможные VR/AR – аттракционы;
- различные варианты тематического оформления аттракционов и парковых зон; искусственное озеленение и дизайн интерьера развлекательных центров и ресторанов;
- аттракцион «Танкодром» – миниатюрные танки, которые могут стать отличным решением для семейного отдыха в парках;
- коллективный стенд Федерации рестораторов и отельеров России, где в мелочах можно было узнать, как организовать выгодную точку общепита;
- комплектующие и готовые решения для детских площадок;
- оригинальные веревочные и вязанные парки;
- телеметрия и безналичные платежи в парках и развлекательных центрах;
- шеринг микротранспорта в рекреационных зонах и многое другое.

Лучшие экспозиции выставки были отмечены Золотыми медалями РАППА. Ими стали стенды компаний: ОтАдоЯ, Polin Waterparks (Турция), Алтай Композит, АэроМир, Спарта, WhiteWater (Канада), Аттрапласт, ПК «Карусель», Аттракцион «Танкодром», Универсальные терминалы системы, АО «Северный пресс».

Посетители

За три дня выставку посетили около 4000 специалистов: руководители и топ-менеджеры парков, развлекательных центров, аквапарков, представители администраций городов и регионов, девелоперы и инвесторы, владельцы и директора домов отдыха, гостиниц, курортов, производители, поставщики и дистрибьюторы развлекательного оборудования, индивидуальные предприниматели, представители СМИ и другие заинтересованные лица.

Деловая программа

Очень насыщенной в этом году была деловая программа выставки. В различных бизнес-тренин-



гах, конференциях, семинарах и мастер-классах приняли участие более 450 специалистов. Спикерами мероприятий выступили ведущие российские и зарубежные эксперты.

«Моя команда» (коллектив парка аттракционов Harrylon Сургут), провела сразу два мастер-класса: «День рождения: всепогодный антикризисный бизнес» и бизнес-практикум «PROкачай свой Парк!», на которых открыли главные козыри, как добиться успеха в развлекательном бизнесе.

Вопросам организации деятельности развлекательных центров были посвящены: бизнес-завтрак «Развлекательный центр в маленьком городе»



(спикер – Ксения Елисеева) и семинар «Генераторы выручки развлекательного центра» (спикер – Людмила Киселева).

Одним из самых массовых мероприятий стала конференция «Тенденции развития парковой отрасли в России. Формирование рынка тематических парков», которая собрала всех ведущих игроков парковой отрасли. Кульминацией мероприятия стала экскурсия в только что открытый в Москве тематический парк развлечений «ОСТРОВ МЕЧТЫ».

Вторым по посещаемости стал круглый стол «Главные новинки и франшизы индустрии развлечений 2020».

Различные вопросы безопасности в индустрии развлечений были рассмотрены на семинаре «Ключевые аспекты безопасности в развлекательном бизнесе».

Насыщенной стала и программа конференции «Организация эффективной работы аквапарка. Актуальные направления развития водных развлекательных комплексов».

Впервые подробно была затронута тема бизнеса аркад и призовых аттракционов на тренинге «Секреты высокодоходной эксплуатации призовых аркадных и тировых аттракционов» (провел – Николай Должанский, руководитель группы компаний «БОЛИД»).

Новые требования государственной регистрации аттракционов и другие юридические проблемы были рассмотрены на семинаре «Актуальные пра-

вовые вопросы при эксплуатации аттракционов и детского игрового оборудования» (провел – юрист Тарас Буряк).

Разные взгляды на то, как повысить доходность парка с помощью event-мероприятий, предложили эксперты на семинаре «Праздник каждый день: мероприятия в парке, ведущие к росту прибыли».

О том, как виртуальная реальность покоряет индустрию развлечений, обсудили на круглом столе «Эпоха VR: мультимедиа-технологии для бизнеса и развлечений».

Также в рамках выставки состоялась 2-я Межвузовская практическая конференция «Современная индустрия досуга: векторы модернизации», организованная совместно Московским государственным институтом культуры и РАППА.

Золотой Пони 2020

10-я юбилейная церемония награждения «Golden Pony Moscow 2020», к сожалению, прошла без участия итальянских организаторов – издательского дома Facto Edizioni, которые из-за карантина в Европе не смогли приехать в Россию. Но, даже несмотря на это, церемония все равно состоялась и традиционно прошла на приеме, посвященном открытию выставки.

Лауреатами 2020 года стали: «Боше парк», г. Старый Оскол; аттракцион «Колесо обозрения «Вокруг Света», г. Казань; «Гагарин парк»,

г. Южно-Сахалинск; парк аттракционов «Happyton», г. Сургут; «Jungle Park», г. Алматы, Казахстан; «Magic City/Magic Ocean», г. Бишкек, Киргизия; аквапарк «Питерлэнд», г. Санкт-Петербург; Группа компаний «РИФ», г. Ростов-на-Дону; «ЮРКИН ПАРК», г. Киров/Казань; «ZKidz City», г. Краснодар.

25 лет РАППА

В 2020 году 25-летний юбилей отмечает Российская ассоциация парков и производителей аттракционов. Разумеется это событие не прошло незаметным на выставке. Во второй день выставки организаторы собрали гостей и партнеров на торжественный юбилейный вечер.

Конкурс

В рамках выставки РАППА ЭКСПО-2020 впервые прошел конкурс «Тематический парк развлечений глазами московских школьников». В течение месяца учащиеся 5-11 классов под руководством преподавателей разрабатывали проекты тематических парков, которые затем были представлены на выставке. Профессионалы отрасли могли не только ознакомиться с идеями юных архитекторов, но и проголосовать за понравившийся проект.

Одна из задач конкурса – способствовать популяризации и формированию интереса к профессиональной индустрии развлечений у подрастающего поколения.

Несмотря на все сложности, с которыми столкнулось мировое сообщество и индустрия развлечений в начале этого года, выставка РАППА ЭКСПО-2020 состоялась и продемонстрировала актуальные тренды, современные технологии и новые форматы досуга. По отзывам большинства участников и гостей выставки, она прошла успешно и стала важным событием для развлекательной сферы.

В настоящее время РАППА ЭКСПО – это не просто площадка, демонстрирующая новинки развлекательного оборудования, это уникальная деловая среда, где происходит обмен опытом между профессионалами отрасли, рождаются новые идеи и стартуют проекты, способствующие развитию и совершенствованию сферы досуга в нашей стране.

Андрей Осипов

Ждем Вас на 23-й Международной выставке «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2021» (Март 2021 года, Москва, ВДНХ)



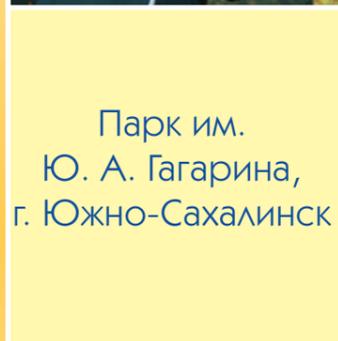
Лауреаты «Золотого



Парк «Боше»,
г. Петрозаводск



Колесо
обозрения
«Вокруг света»,
г. Казань



РЦ «Хэппилон»,
г. Сургут



РЦ
«Jungle Park»,
г. Алматы,
Казахстан



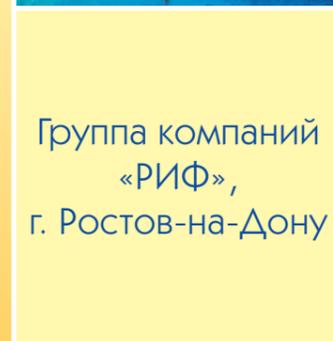
Пони Москва – 2020»



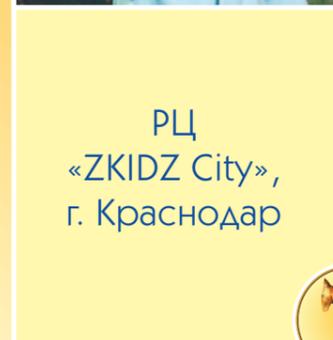
РЦ
«Magic City»,
г. Бишкек,
Кыргызстан



Аквапарк
«Питерленд»,
г. Санкт-Петербург



«Юркин парк»,
г. Киров





МЁРТВАЯ ПЕТЛЯ КАРАНТИНА. КАК ВЫЖИТЬ ПОСЛЕ?

Павел Тимец
Эксперт, аналитик индустрии развлечений,
г. Санкт-Петербург

Если сравнить 2020 год с американскими горками, то с начала марта почти все игроки индустрии развлечений в свободном падении рухнули в глубокое пике. Каждый справлялся, как мог, но в глобальном смысле, все оказались в тележке, которой предстояло преодолеть мёртвую петлю длиной в пять месяцев простоя.

К моменту, когда для большинства сфер бизнеса карантинные ограничения сняли, крытые парки развлечений, детские центры, ночные клубы и кальянные всё еще оставались в стоп-листе заведений, которым работать не разрешили. Одни терпеливо ждали официального постановления правительства, опасаясь проверок и штрафов, другие, на свой страх и риск, открывали парки раньше положенного срока.

Своим взглядом на будущее индустрии развлечений и планами на восстановление бизнеса поделился Павел Тимец – эксперт, аналитик индустрии развлечений и основатель крупнейших в России развлекательных центров.

Насколько серьёзные последствия для индустрии развлечений повлекли 5 месяцев простоя? Как много игроков ушло с рынка, и как скоро восстановятся те, кто начал работу после снятия ограничений?

Карантин инициировал передел рынка. Не могу назвать точной статистики по количеству закрытых предприятий, но начиная с марта, во многих профильных группах, сообществах и чатах появилось огромное число сообщений о продаже б/у оборудования.

Карантин ударил, в первую очередь, по тем, кто работал с краткосрочным финансовым планированием и не имел подушки безопасности. Такие заведения месяц прожили на свои деньги, ничего не зарабатывая, потом еще 1-2 месяца в долг. Осознав, что долги покрывать

нечем, а сколько продлится карантин – неизвестно, начали сворачивать деятельность.

Подвести итог числу закрывшихся предприятий можно будет ближе к концу года. Прогнозирую, что это будет ощутимая цифра. Настоящая проверка началась только осенью, с открытием заведений. Во время карантина предприятия проверяло время – мы не работали, но и затрат у нас почти не было, прежде всего потому, что не велась операционная деятельность. Только к декабрю мы сможем оценить, насколько предприимчивыми оказались те, кто пережил карантин, и удалось ли им приспособиться к изменившимся условиям. Это в том случае, если ситуация будет стабильна, и новый виток карантина не сдвинет сроки.

Если мыслить глобально, карантин, в какой-то степени, почистил отрасль. Банкротство –

Карантин ударил, в первую очередь, по тем, кто работал с краткосрочным финансовым планированием и не имел подушки безопасности.

это экономическое оздоровление. Компания, которая не справилась с долгами и ведением операционного бизнеса, уходит с рынка и распродаёт за бесценок свои активы. Те, кто остаётся, покупают, и стараются более эффективно управлять этими активами.

Что Вы планируете делать, чтобы вывести выручку на докоронавирусные показатели, и не попасть в число обанкротившихся заведений?

Прежде всего, каждому владельцу бизнеса стоит задать себе вопрос: «А как мне выйти из сложившейся ситуации так, чтобы мы смогли стать лучше и в итоге больше зарабатывать?».

В конце августа наш развлекательный центр в Казани (FUN24) возобновил работу, следовательно, появились операционные затраты. До карантина расходы по этой строке составляли около 14 млн руб. в месяц. Теперь мы хотим выйти на 6,5 млн. Это сокращение затрат больше чем на 50%. Если нам удастся работать в таком формате, мы останемся на плаву, даже если получим лишь половину прежней выручки, образно говоря, отработаем в ноль. С ростом выручки начнём возвращаться к прежним показателям. Если нам удастся не зависеть расходы, общая маржинальность увеличится. У меня на это большие надежды. Надеюсь, что к январским каникулам мы получим ожидаемый результат.

Много ли сотрудников Вы потеряли за время простоя? Как набираете новых?

Около половины сотрудников ушли. Другие нашли временную подработку и вернулись с открытием центра. За время карантина закрылось большое количество заведений – кафе, рестораны, другие центры. Как следствие, безработица и переполненность рынка соискателей, поэтому особых проблем с набором персонала нет. Но новых людей мы набираем по минимуму. У нас другая цель – теперь мы делаем ставку на универсальность сотрудников, расширяя функционал тех, кто остался.

От части позиций менеджмента мы вообще отказались, передав их функции линейным сотрудникам. Например, подбором персонала будут заниматься линейные руководители. На них лежит ответственность за размещение вакансий, отбор кандидатов и дальнейшее кураторство новичков.

Мы совсем отказались от позиции администратора. Шли к этому давно, но после карантина решили, что все проблемы с Гостем линейные со-





трудники могут решить на месте самостоятельно, без привлечения руководства. Для этого проводим сотрудникам мини-курс по выходу из конфликтных ситуаций и даем доступ к различным комплиментам от заведения (сахарная вата, билет на повторное посещение, мороженое, коктейль и т.д.). Это влияет на улучшение качества обслуживания и уменьшает затраты.

Сфера развлечений показала свою уязвимость. Есть ли развлекательным центрам место в новом мире?

Такой вопрос у меня даже не стоит. Пройдет год, два, и люди вернуться к привычному ритму. Показательным примером стали парки аттракционов на открытом воздухе. Они продемонстрировали V-образный отскок: всё было закрыто, но, когда разрешили открыть площадки, сразу пришло много людей. Даже при ограничении посещаемости, парки были загружены полностью.

Показательны и продажи билетов в Disneyland. За несколько дней до открытия, на сайте были проданы билеты на ближайшие две недели. Ограничение по количеству людей на вход спровоцировало повышенный спрос.

Если отмотать время назад, уже имея этот опыт, что можно было бы сделать иначе?

Сейчас я понимаю, что надо было закрыть развлекательный центр раньше. Спрос рухнул еще в начале марта. Гостей практически не было, парк работал вхолостую. Мы прекратили работать 16 марта, за три дня до официального постановления

правительства. Если бы мы закрыли парк 9 марта, нам бы удалось избежать задолженности перед персоналом в несколько миллионов.

Если мыслить в масштабах страны и индустрии в целом, то через все СМИ и государственные каналы стоило доносить правду о covid-19. Рассказывать о возможных рисках заражения, мерах предосторожности, основываясь на подтвержденных медицинских фактах. Исключая любые фейки и панические настроения.

И главное, по моему мнению, надо было оставить людям свободу выбора – выходить из дома или нет; идти в офис, или работать удаленно; продолжать вести предпринимательскую деятельность или закрыть предприятие. Принимать эти решения должны были люди.

Если есть страх заражения и человек решает не идти на работу, должно быть право на самоизоляцию с обеспечением поддержки государства. Если не боишься и решил, что будешь продолжать вести прежний ритм жизни, то имеешь такое же право на свободу выбора.

При подобном сценарии значительная часть людей ушла бы на самоизоляцию, а значит, спрос и посещаемость, в любом случае, снизились. Многие заведения, в том числе, и развлекательные центры, закрылись бы сами. Это было видно на примере Республики Беларусь. Но дать людям выбор стоило.

Беседовала Анна Бессмертная

TIME RIDER

Вы готовы к путешествию?

ИСПЫТАЙ ЭТО УНИКАЛЬНОЕ И
ОТМЕЧЕННОЕ НАГРАДАМИ ОЩУЩЕНИЕ,
КОТОРЕ УВЕДЕТ ЗА СОБОЙ
СКВОЗЬ ВРЕМЯ И ПРОСТРАНСТВО!

IAAPA BRASS RING
AWARD
WINNER 2019



PolinWaterparks

polin.com.tr



polinwaterparks



Остаться в живых

Как центрам развлечений привлечь гостей после пандемии? Опыт США.

Диана Костина
Генеральный директор
корпорации развлечений «Big Funny»

Прошло полгода с 19 февраля – дня, когда мировая экономика содрогнулась от новости, что эпидемия коронавируса вырвалась из Китая. Сегодня уже можно оценивать, сбываются ли прогнозы тех экспертов, кто предсказывал быстрое восстановление бизнеса после глубокого и длительного провала, и кто прогнозировал отложенный спрос для всех видов деятельности в сфере услуг.

Пандемия в США в цифрах

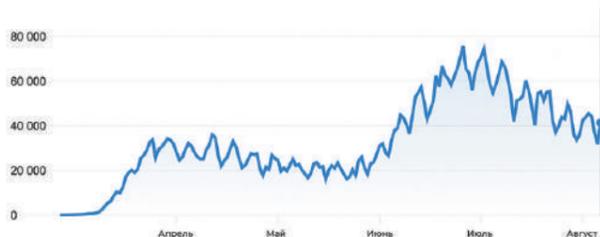
По данным аналитиков New York Times, по состоянию на начало сентября 2020 года за весь период наблюдений более 6 млн человек в США были инфицированы коронавирусом и более 183 000 человек умерли от инфекции.

19 июля 2020 г. было зафиксировано максимальное количество случаев заболевания в сутки: 74 354 человека.

Число новых случаев заболевания в начале осени остается неизменно высоким на большей части территории страны, хотя количество сообщений о новых случаях значительно снизилось в июне, после того, как многие штаты ввели обязательные ограничительные меры для бизнеса, а также по мере того, как в общественных местах ввели обязательное ношение масок.

В начале сентября фиксируется более 45 000 случаев заболевания в сутки.

График темпов роста заболеваемости Covid-19 в США



Текущее состояние отрасли

За последние несколько месяцев во время пандемии Covid-19 различные типы развлекательных

центров (тематические парки развлечений, семейные развлекательные центры, боулинги, батутные парки, интерактивные музеи, детские интерактивные площадки) оказались в числе наиболее пострадавших предприятий.

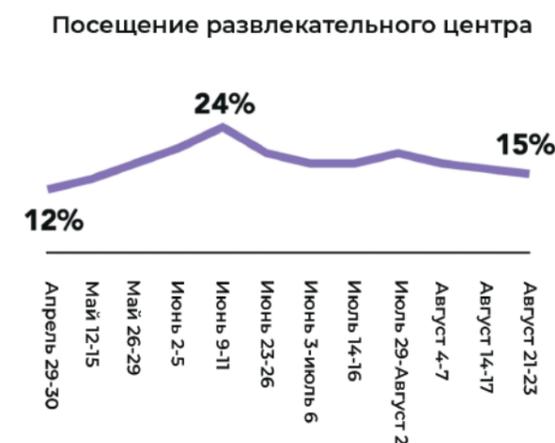
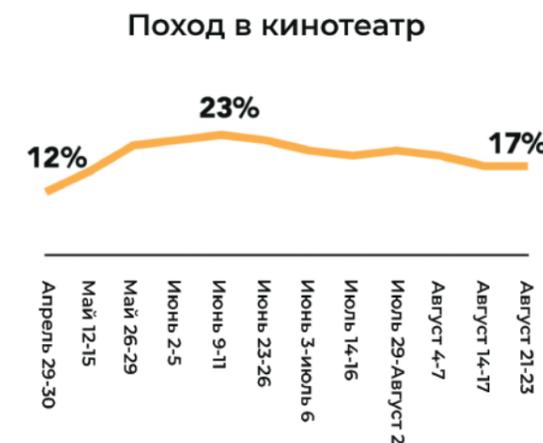
По состоянию на начало сентября деятельность развлекательных центров разных типов (РЦ) полностью приостановлена в 10 штатах. В большинстве штатов, где законодательно деятельность РЦ может осуществляться, введены меры в отношении ограничения посещаемости – от 50% до 75% от пропускной способности центра, а также введены требования относительно социального дистанцирования, ношения масок, обработки поверхностей специальными дезинфицирующими составами, проверки температуры персонала РЦ и т.д.

Проведенные социологические исследования и опросы показывают, что пока подавляющее большинство людей не готовы посещать места с большим скоплением народа.

Ниже приведены последние результаты опроса, проведенного в конце августа Morning Consult – крупнейшим аналитическим агентством в США. Опрос проводился среди 2200 взрослых и имел целью выяснить – насколько охотно люди готовы возвращаться к привычной жизни и посещать развлекательные центры, кинотеатры, музеи и рестораны.

Более половины опрошенных заявили, что должно пройти не менее 6 месяцев, прежде чем для них станет комфортно и безопасно посещать РЦ.

% американцев, не готовых посетить представленные ниже развлекательные заведения и рестораны



Падение интереса к посещению РЦ, начавшееся в середине июня, соответствовало росту числа подтвержденных случаев заболеваний. Это указывает на очевидное соотношение уровня заболеваемости и готовности людей посещать развлекательные заведения.

Статистика посещений и объем продаж в РЦ показывает, что как только уровень заболеваемости начинает снижаться, количество гостей в РЦ становится больше.

Методы привлечения гостей в развлекательный центр

В условиях низкой посещаемости РЦ (по данным опросов в разных штатах падение посещаемости летом 2020 года составило от 40% до 85% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года) операторы

сосредоточились на максимизации рентабельности в условиях ограниченного трафика.

Конечно, ни у кого нет в запасе готовой формулы или плана. В условиях падения спроса остается сосредоточиться на ограничении операционных затрат и поиске творческих нестандартных способов получения дохода, сохраняя при этом условия для безопасного посещения РЦ гостями.

Уборка и дезинфекция – главный приоритет для развлекательного центра

В данный момент все действующие РЦ несут ответственность и строго соблюдают процедуры уборки и дезинфекции. Что еще более важно, операторы РЦ понимают, что все дело в восприятии гостей. Гости не будут чувствовать себя в безопасности, если они не увидят собственными глазами,



как сотрудники РЦ чистят и дезинфицируют все поверхности на территории РЦ.

Сейчас на сайте любого РЦ, а также в соцсетях центров можно увидеть подробную информацию о внедренных в РЦ регламентах уборки и дезинфекции, а также обновленные правила посещения центров.

Многие операторы РЦ превратили скучный процесс уборки в шоу. Это позволяет добиться одновременно трех результатов: провести уборку и дезинфекцию в РЦ, развлечь гостей, а также создать гостям ощущение безопасности при посещении РЦ.

Во время своего недавнего интервью генеральный директор сети семейных паков Urban Air (122 парка в США) Майкл Браунинг рассказывал, как он сделал процесс уборки в РЦ объектом развлечений. Примерно каждый час линейные сотрудники парка оставляют свои дела на несколько минут и занимаются уборкой, сопровождаемой пением и танцами. Такие мини-шоу не являются спонтанными и заранее тщательно репетируются. Гостям это очень нравится, парки получают множество положитель-

ных отзывов, сотрудниками и гостями парков было снято большое количество видеороликов, многие из которых впоследствии стали популярными в сети.

Тим-билдинги, вечеринки и дни рождения

Праздники являются значительным источником доходов РЦ, при этом половина всех продаж приходится на дни рождения.

В течение многих месяцев семьи были заперты в своих домах и квартирах, пребывая в поисках, чем заняться.

Многие операторы РЦ пошли на то, чтобы организовать яркий незабываемый праздник на территории РЦ для детей, чей день рождения уже прошел, но семьи в условиях карантина не имели возможности организовать его на территории РЦ. Для этого операторы РЦ подготовили специальное предложение и обзванивали гостей, используя свою базу данных. В результате огромное количество детей, у которых день рождения пришелся на период карантина, в конечном итоге все равно получили свой праздник, а центры – возврат гостей и доход от проведения мероприятия.

В условиях вынужденного простоя некоторые РЦ также отправляли по почте именинникам подарочные сертификаты на услуги своего РЦ с приглашением посетить центр после того, как тот откроется после карантина.

Организация онлайн мастер-классов

Некоторые РЦ на период простоя стали организовывать различные мастер-классы онлайн. Большинство из этих мастер-классов проводилось с целью удержания интереса постоянных посетителей РЦ, и как возможность напомнить о себе.

Сеть американских семейных ресторанов и развлекательных центров Chuck E. Cheese (540 точек) запустила подкаст «Behind the Cheese» во второй половине дня как развлечение для домашних детей.

Ежедневные развлекательные мероприятия для детей, включающие в себя песни, танцы, игры. Такая задумка является облегчением для родителей, у которых заканчиваются идеи – как развлечь своих детей дома.

Museum of Ice cream (интерактивный музей, работающий в Нью-Йорке и Сан-Франциско) организовал у себя на сайте продажу билетов на

платные индивидуальные и групповые онлайн мастер-классы по приготовлению мороженого в домашних условиях, а также мастер-классы по изготовлению коктейлей с алкоголем. Эти мастер-классы широко рекламируются музеем в Facebook и Instagram, а также регулярно делается рассылка информационных писем по электронной почте по базе подписчиков. Продажи билетов на онлайн мастер-классы, помимо продаж билетов в музей, которые открылись в конце августа после 5 месяцев простоя, дают музею дополнительный доход и стимулируют интерес гостей.

Общение со своей целевой аудиторией через соцсети

Присутствие в соцсетях – это ключ к тому, чтобы бренд РЦ оставался в центре внимания целевого потребителя. Сейчас гости РЦ больше привязаны к дому, работают дома или обучают своих детей на дому, и использование ими средств массовой информации (особенно социальных сетей) резко возросло в последние месяцы с начала пандемии.

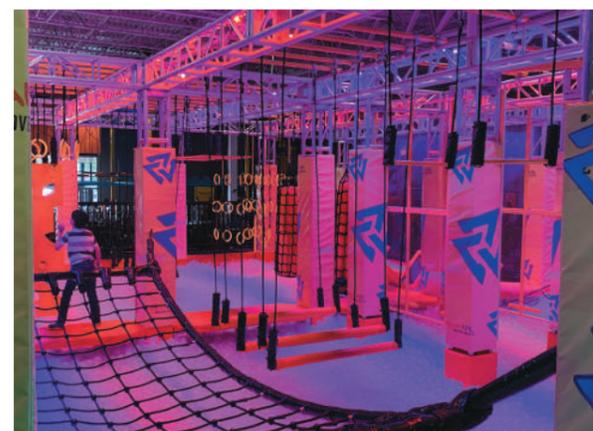
Это является отличной возможностью наладить постоянное взаимодействие со своей целевой аудиторией.

Рекламные кампании должны быть простыми и понятными, и обязательно включать в себя приз (стимул к участию). Можно выбирать одного победителя в день, запускать новую кампанию каждую неделю.

Игра (конкурс) должен быть простым, а приз должен быть хорошим, иначе можно не получить интерес участника и далее победитель конкурса не придет в РЦ забрать свой приз.

Как пример, сеть батутных паков Skyzone (144 парка в США) запустила в своих соцсетях конкурс «SkyZone socks dance», в котором участникам предлагалось надеть брендовые носки Skyzone и снять какой-нибудь забавный ролик. Конечно, по условиям конкурса, брендовые носки должны были обязательно быть в кадре. Соцсети парков наполнились забавными оригинальными видеороликами. Было объявлено несколько победителей, которые получили в качестве приза купон на бесплатное посещение парка.

Главная задача таких конкурсов: чем смешнее и оригинальнее – тем лучше. Больше просмотров, больше лайков – больше интерес аудитории и желание заходить на страницы РЦ в соцсетях, и, конечно, больше интерес к самому РЦ.





Парки и вирус

Из опыта работы парка культуры в условиях кризиса

Георгий Богуславский

Директор МАУК «Чебоксарский городской детский парк им. космонавта А.Г. Николаева», Заслуженный работник культуры Чувашской Республики

Чебоксарский детский парк им. космонавта А.Г. Николаева готов поделиться своими наработками и тем опытом, который мы смогли реализовать в рамках карантинных мероприятий весной и летом 2020 года.

Когда мы поняли, что закрытие парков неизбежно, первое что мы сделали – это разработали антикризисный план. Он включал в себя несколько направлений, на каждом из которых я остаюсь подробно.

Главной площадкой для работы во время карантина стали официальные страницы социальных сетей парка. В медиа-плане мы четко прописали все мероприятия и события, которыми должны были поддерживать интерес наших подписчиков – посетителей парка. Все имеющиеся, а также новые проекты перешли в онлайн формат.

Зооуголок «Ковчег» – это одна из ключевых площадок в нашем парке. Именно поэтому онлайн-экскурсии стали крайне популярными среди подписчиков. Мы рассказывали, как живут наши питомцы, чем они питаются, какие у них предпочтения, привычки, как они скучают по нашим посетителям, проводили познавательные мини-лекции о птицах и животных. Данный формат очень понравился родителям и детям, обратная связь не заставила себя долго ждать. Каждая новая

виртуальная экскурсия по парку набирала все больше и больше просмотров, комментариев и пожеланий.

Отдельной строкой хотелось бы отметить проведение онлайн-конкурсов, которые в условиях пандемии и карантинных мероприятий были восприняты нашими гостями просто «на Ура!». Абсолютный рекорд для парка по количеству участников в одном из конкурсов – более 900 заявок. В обычных условиях эта цифра достигала около 300-500 заявок. Для поддержания интереса мы публиковали анонсы мероприятий, выставляли работы в социальные сети, награждали победителей онлайн и абсолютно всем рассылали электронные сертификаты участников.

Хорошо себя зарекомендовали онлайн мастер-классы. Совместно с методистами, руководителями кружков и партнерами парка мы снимали видеоролики и показывали подписчикам как варить мыло, делать натуральные свечи, мыльные пузыри, готовить капкейки и всевозможные десерты, плести браслеты и многое другое. Каждый раз, заходя на наши страницы в соц-

Главной площадкой для работы во время карантина стали официальные страницы социальных сетей парка.



Прямой эфир
«Ир пулсан» (6+)

НАЦИОНАЛЬНОЕ РАДИО
ТАВАН РАДИО

Главная О компании Новости Авторские программы Лица Программа передач Новости НТРК

Главная / Новости

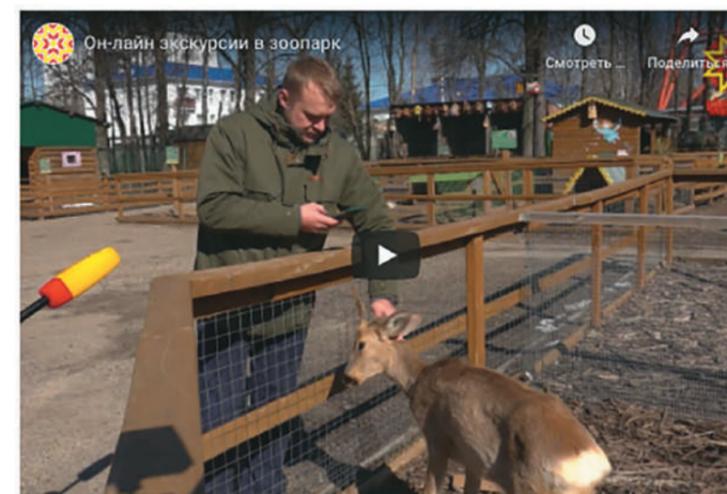
ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ

Он-лайн экскурсии в зоопарк

04.04.2020

В условиях режима самоизоляции в республике продолжает действовать запрет на посещение парков и других многолюдных мест. Не выходя из дома можно наблюдать за обитателями столичного зооуголка «Ковчег». На протяжении недели в социальных сетях публикуют видеоблоги и фоторепортажи о буднях животных. В качестве оператора - директор детского парка Георгий Богуславский.

Сюжеты



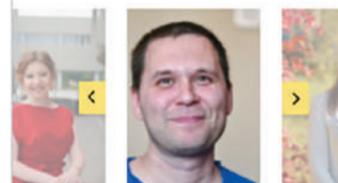
Сегодня в эфире

Программа передач на 07.09.2020
(16+)

- 03:30 «Алхимик». Многосерийный фильм (12+)
- 04:30 «Ми-ми-мишки». Мультфильм (6+)
- 05:00 «Лео и Тиг». Мультфильм (6+)
- 06:00 «Чувашская ласточка» (12+)
- 07:00 «Выборы 2020» (12+)
- 07:05 «Ир пулсан» (6+)
- 08:00 «Кархи тёл пулу» (12+)
- 08:30 «Ир пулсан» (6+)
- 09:30 «Ыра кăмăлла» (12+)

Лица компании

Наш уникальный коллектив — особая гордость



сетях, подписчики видели уже знакомых и полюбившихся персонажей, многие мастер-классы проводились в костюмах сказочных героев и талисманов парка. Это позволило привлечь внимание самых маленьких посетителей парка.

Отдельно был разработан медиа-план по размещению новостей о нашем учреждении в СМИ. Например, весной это было цветение яблони необычного сорта, которую журналисты назвали чебоксарской сакурой, пополнение в зооуголке, летом – благоустройство парка. Сюжеты на телевидении нам обошлись совершенно бесплатно. Журналисты, также как и парк, были заинтересованы в создании позитивного контента для телезрителей, а мы смогли им этот контент сформировать и правильно подать.

Еще один интересный опыт. Мы присоединились к дистанционным онлайн урокам

в школах города. Актив школ снял передачу про городские парки, а мы, наняв специализированную команду, вышли в прямой эфир из закрытого в то время парка. Я в свою очередь, как руководитель парка, рассказал о развитии парка, планах на будущее, провел экскурсию по территории и отвечал на вопросы. В режиме онлайн нас посмотрели около 5000 зрителей.

Мы постоянно напоминали нашим посетителям о том, как живет детский парк. Не останавливались текущие работы по благоустройству. Каждый день мы готовы были к открытию. И это помогло нам в дальнейшем. Та работа, которая была проведена на протяжении пандемии, при открытии парка сыграла нам в плюс – поток гостей был нескончаемым.

После открытия парков был открыт новый арт-объект – скульптура Чебурашки.



На протяжении всего года шла работа по установке уникальной детской площадки с электроникой и интерактивным комплексом UP-GYM. Комплексы были переданы парку 1 сентября Конструкторским бюро электроаппаратуры, которое стало новатором в строительстве таких площадок.



Пандемия, безусловно, повлияла на общую выручку за год. Однако те средства, которые удалось нам собрать на данный момент, говорят о том, что мы очень четко отработали в условиях кризиса. Благодаря принятым мерам, в первый месяц работы мы закрыли все текущие долги, которые накопились во время пандемии, восполнили запасы кормов для обитателей зооуголка и накопили небольшие средства на зиму.

Сейчас мы вынашиваем идею создания приложения для парка, которое упростит онлайн работу, внедряем турникеты и возможность покупки билетов онлайн. Постараемся быть интересными и доступными для своих гостей в дальнейшем.



Подводя итоги нашей работы во время пандемии, можно с уверенностью сказать, что даже после того, как нам разрешат проводить массовые мероприятия, мы продолжим онлайн работу в том же, а может и в большем объеме. Нам понравился результат и тот отклик, который мы получили в социальных сетях. Постоянное, живое общение с посетителями парка позволяет сформировать четкий портрет наших гостей, понять их запросы и потребности. Благодаря этому, мы можем вводить новые услуги, разрабатывать новые проекты, чтобы жители и гости города получили максимальное удовлетворение от посещения парка. Это непростое время продемонстрировало, что мы способны конкурировать не только с другими, более крупными парками, учреждениями культуры, но и с современными общественными пространствами, которые появляются в городах.



+7 (917) 767 16 66
8(800)350 04 41
@cbraction



TRUE VIRTUAL REALITY

info@virtuactions.com
киберэкшн.рф
cbracion.com

Cyberaction Arena - лучшее решение для бизнеса в виртуальной реальности в сегменте LBE (location based entertainment). Игра представляет собой сражение в очках виртуальной реальности со свободным перемещением в пространстве. В качестве основного устройства выбрана гарнитура - Oculus Quest. Арена доступна в двух вариантах исполнения: до 4 человек с помещением от 65 кв.м, и до 10 человек с помещением до 350 кв.м.



Что в комплекте при покупке арены:

- Полный набор оборудования в зависимости от выбора арены (Очки Oculus Quest, уникальное оружие созданное для сражений, дополнительные аккумуляторы на каждое устройство, планшеты);
- Три типа сражения в арене: спецназ против террористов, ковбои, космический десант;
- Настройка игры под ваше помещение;
- Полное сопровождение при открытии и рекомендации по маркетингу.

Конкурентные преимущества:

- Запуск арены за 48 часов под ключ.
- Отсутствие дополнительного оборудования (компьютеров-рюкзаков, проводов, дополнительной системы трекинга);
- Максимально свободное перемещение: можно ходить, бегать, лежать, ползать;
- Удаленный контроль бизнеса через личный кабинет;
- Управление всеми процессами игры с планшета;
- Продуманная логика игры;
- Быстрая подготовка игрока к старту в течение 5 минут;
- Сервис и поддержка 24/7;
- Окупаемость арены от 6 месяцев;
- Стабильный заработок от 300 тысяч рублей в месяц.





Маски сброшены?

Причины для оптимизма в индустрии развлечений есть

*Сергей Калмыков
Эксперт индустрии развлечений*

Уже очевидно, что все попытки индустрии массовых развлечений вернуться в более менее привычное русло работы после ковидных ограничений, потерпели крах. Исследования 2-3 кварталов 2020 года, например, в США показали, что более 75% постоянных гостей тематических парков не готовы в них вернуться до адекватного решения вопросов с вакциной. Катастрофически обрушившийся спрос, вынужденное снижение загрузки аттракционов и дополнительные затраты на обеспечение всех экстраординарных санитарных норм в сумме привели к дальнейшему накоплению убытков крупнейшими парками мира после попыток рестарта в новой экономической действительности. И в нашей стране всем, кто все еще лелеет мечту, что все карусели вернутся на круги своя, и снова все будет «по-старому», можно смело сказать – ничего не вернется, привычно уже не будет никогда.

Кризис российской индустрии усугубляется тем, что качественные развлечения у нас только начали появляться, рынок очень молодой, слабый и реагирует на такие глобальные тектонические сдвиги крайне негативно. Достаточно отметить что 4 из 5 существующих на начало 2020 года проектов по строительству современных парков развлечений в России (я имею ввиду только относительно живые и известные мне проекты, не те мифические, которые «вот у нас красивая презентация, мы ищем инвестора») сегодня заморожены на неопределенный срок. «Остров мечты» в Южном округе Москвы уже запустился и позже перезапускался в сложнейших условиях, а «Город будущего» на ВДНХ, так и не успев принять первых гостей, в пандемических реалиях перешел в режим туманного ожидания. Успешнее всего снова выглядел «Сочи Парк», которому, несмотря на поздний старт сезона, мощнейший «карантинный» туристический поток позволил летом показать целевые 10-12 тыс. гостей в день.

Значит ли это, что массовые оффлайн развлечения (парки аттракционов, концерты, спортив-

ные ивенты), в целом безвозвратно теряют свои позиции? Конечно, нет. Все люди хотят живых эмоций: этих мурашек радости, когда ты только сканируешь билет на входе в парк в предчувствии яркого и незабываемого дня приключений всей семьей, настоящего, а не от вентилятора, ветра в лицо на мертвой петле роллеркостера, да и мороженое под фейерверк кажется волшебным. Даже самое высокое качество стримов, популярных сегодня виртуальных ивентов с эффектом присутствия никогда не заменят живого голоса Земфиры, улетающего к звездному небу прямо у тебя над головой. Дело в том, что суть развлечений, заложенная в нас со времен посиделок в шкурах у костра, – это собираться вместе, чтобы испытывать впечатления и делиться ими друг с другом, глядя в глаза. Это одна из базовых внутренних потребностей человека, и она не связана с технологиями, временем и внезапно наступившим будущим.

А вот что точно радикально изменится – это цена, которую придется заплатить за настоящие развлечения. Новый мир, в котором мы уже на-



чали жить, предполагает, что гостям придется раскошелиться все больше и больше на живые эмоции. В условиях растущей безработицы и постоянного существенного снижения покупательной способности населения это означает, что оффлайн развлечения будут доступны, мягко говоря, далеко не всем. Массовый и максимально доступный по цене развлекательный продукт полностью перейдет в цифровое пространство, что позволит и дальше, при этом уже совершенно добровольно, держать основную массу российских семей по домам, где они смогут вдоволь наслаждаться нехитрым юмористическим контентом, любимыми и специально подготовленными политическими новостями, сетевыми играми и даже концертами корейских бойзбэндов. Таким образом, аудитория разделится: более состоятельная часть публики безусловно позволит и дальше успешно существовать организаторам мероприятий и владельцам парков развлечений, менее состоятельная – будет безопасно и контролируемо (с точки зрения новых пандемий, например) развлекаться дома с гаджетами, что позволит также уверенно смотреть в будущее разработчикам и дистрибьюторам цифрового

контента. Важно при этом понимать, что количество игроков на рынке оффлайн развлечений значительно сократится, так как состоятельная публика будет предъявлять несравнимо более высокие требования к качеству развлечений, да и поток таких гостей ощутимо сузится.

Нужно заметить, что все сопутствующие развлекательному бизнесу сервисы также уйдут в цифру полностью, а не частично, как раньше: билеты, очереди, парковки, фотоуслуги, гиды и прочие дополнительные услуги. Сотрудники в этих направлениях больше будут не нужны, пандемия обучила новым навыкам даже тех, кто им сопротивлялся в силу возрастных привычек: ребята возраста 65+ научились обновлять дачный гардероб в маркетплейсах и оформлять платные подписки. В направлении сопутствующих диджитал сервисов как раз есть куда расти профессионалам рынка развлечений, и именно в этой нише остро необходимо развивать рынок частных компаний, инноваций и стартапов, потому что в нашей стране цифровизация и виртуальная реальность (в которой кстати перманентно живут многие государственные деятели) – это чаще всего набор непонятных обывателю слов

Люди хотят живых эмоций: этих мурашек радости, когда ты только сканируешь билет на входе в парк в предчувствии яркого и незабываемого дня приключений всей семьей

в бессмысленных и беспощадных томах тендерных документов, созданных исключительно с целью безудержного освоения денег налогоплательщиков, а не создания чего-либо стоящего.

Еще одна ниша для роста лежит в сфере развлекательного контента для умирающих торговых центров. Пандемия окончательно открыла глаза всем, а особенно собственникам мегамоллов, что их лакомого бизнеса по сдаче арендных площадей по космическим ценам арендаторам-магазинам больше не существует, несмотря на все конвульсивные попытки жить по-старому. Остатки торговых центров еще функционируют в режиме посещения выходного дня гостями из пригородов, но и этот на глазах редущий поток скоро закончится. Люди больше никогда не будут ходить в моллы просто за покупками – онлайн формат покупок сейчас на порядок более удобный – причем практически всех групп товаров от еды до спортивных мотоциклов. Уже сегодня, например, весь процесс покупки автомобиля Tesla от выбора индивидуальной комплектации до получения готового автомобиля на стоянке осуществляется в мобильном приложения без единого контакта с другими людьми. Единственное, зачем люди будут продолжать ходить в оффлайн



магазины – это уникальный опыт, в том числе совместный с другими покупателями, который не дает ни один гаджет. И опыт этот лежит на стыке идеологии самого бренда, гибридной реальности (phygital), геймификации и развлекательного контента, отличного от того, который можно получить просто по старинке, сидя дома в VR-очках. Практически все мировые бренды работают сейчас над созданием таких опытов для своих покупателей, и именно такой формат заменит все существующие магазины в среднесрочной перспективе. Для оценки масштаба можно привести всего пару цифр на примере рынка виртуальных примерочных, который уже сейчас набирает обороты по всему миру: к 2024 году по самым осторожным оценкам он достигнет \$7,6 млрд. при ежегодном темпе роста 20%.

По аналогии с торговыми центрами, элемент развлечения активно будет проникать в спортивные мероприятия и в туристические продукты, что открывает новые горизонты для развития индустрии и безусловно вселяет оптимизм во всех участников рынка, кто готов перевернуть с ног на голову привычный образ мышления радикально и стремительно. Как на хорошем роллеркостере.

ATTRAPLAST

NEW PRODUCT

Семейный аттракцион «ЖЕМЧУЖИНА»

ООО «АТТРАПЛАСТ»
+7(3852)254-691, 252-671
attraplast@mail.ru
www.attraplast.ru



Компания ООО «ИТАЛПАРК лтд» - официальный представитель фирмы "SBF-VISA Group", известного итальянского производителя аттракционов. ИТАЛПАРК осуществляет продажу, установку и обслуживание сертифицированных аттракционов в России и СНГ.

COMPACT SPINNING COASTER



CIRCUS TRAIN



BABY HOCKEY



Московская обл., г. Мытищи,
Ул. Тимирязева, 4/1. Офис 1

www.italpark.ru info@italpark.ru
+7(495) 545 - 43 - 21

Аттракционы:

Семейные

Колеса обозрения

28/36/42/55/60/75

Свадебная карусель

Цепочные карусели

Автодромы

«Ракушки»

«Летающие слоны»

Горки «Гусеница»

«Ветерок»

Детские

Колесо обозрения

Паровозик

Мини-джеты

Карусели, качели

Бассейны и батуты



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

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

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

info@inpark.su
inpark.su





САДЫ ОНЛАЙН

Итоги Moscow Flower Show 2020

В девятый раз состоялось главное цветочное событие лета – фестиваль Moscow Flower Show традиционно поразил гостей обилием цветов и садов, международное жюри выбрало лучших ландшафтных дизайнеров, и все это впервые прошло в онлайн формате. Фестиваль завершился 5 июля, и стал самым красочным онлайн событием года: свои работы представили 40 ландшафтных дизайнеров из 16 стран, а насладились красотой виртуальных садов 79 тысяч человек.

Легендарный фестиваль садов и цветов Moscow Flower Show впервые прошел онлайн – увидеть сады и поучаствовать в образовательной программе впервые смогли люди со всего мира. В этом году в фестивале приняли участие специалисты из шестнадцати стран: России, Армении, Великобритании, Германии, Италии, Литвы, Швейцарии, Бангладеш, Болгарии, Индии, Иордании, Канады, Китая, Нидерландов, США и Ирана.

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА) в очеред-

ной раз выступила официальным партнером фестиваля.

Членами жюри традиционно стали титулованные специалисты и эксперты: международное жюри возглавил член Королевского общества садоводов Великобритании, ведущий BBC Джеймс-Александр Синклер. Вместе с ним сады участников оценивали вице-президент фонда поддержки парков и садов Франции княгиня Марисоль де ля Тур д’Овернь, знаменитый немецкий архитектор Карл Людвиг, президент итальянской школы дизайна Франко Клаудио

Гросси, вице-президент Ассоциации сербских архитекторов, академик Инженерной академии Сербии Петр Арсич, Почетный работник высшего профессионального образования РФ Екатерина Прокофьева, а также заслуженный архитектор РФ, вице-президент Союза архитекторов России Игорь Воскресенский и другие не менее уважаемые эксперты. Несмотря на онлайн формат, жюри заявило об очень высоком уровне работ участников.

Жюри присудило награды участникам в пяти номинациях: «Реализованный сад», «Малый сад», «Большой сад», «Smart Garden», «Новые имена», а также победителю внеконкурсной номинации «Специальные проекты».

Самая напряженная борьба развернулась за номинацию «Большой сад». Дизайнеры из разных стран прислали настолько интересные проекты, что жюри присудило золото сразу шести участникам. Однако звание лучшего в номинации удостоился один – ландшафтный дизайнер из Швейцарии Йонас Эггер и компания «Гринхэнс ГмбХ» за виртуальный сад «Self-isolated». Сад стал результатом рассуждений автора на тему самоизоляции наедине с природой – о границах, которые не нарушают процесс любования природой и создают безопасное пространство внутри сада.

Золото в номинации «Большой сад» также получили: Оксана Хлебородова в коллаборации с Алёной Ахмадуллиной за сад «Ткань земли», Краснов Вадим, и Авагимова Ольга ООО «ЁЛКИ» за проект «Замедляя время», Бугаев Иван BUGAEV Parks&Gardens за виртуальный сад «Ренессанс парк», Болотова Екатерина, Калашников Денис Арт-проект «Клюква» за работу «Капля жизни», а также Насонова Анна, Насонов Петр, Архитектурное бюро «Италпроект»; Элла Ахметова, Ландшафтное бюро «Genius Gardens», за современный «Сад Тюдор».

А.О. Кульбачевский, руководитель Департамента природопользования и охраны окружающей среды города Москвы: «В этом году обстоятельства не позволили нам провести традиционный фестиваль, где можно пройти между уникальными объектами, созданными руками лучших мастеров, на-



сладиться многообразием запахов и обилием красок, запросто поговорить с лучшими ландшафтными дизайнерами мира. Москва приняла вызов времени, и смогла организовать ещё

Увидеть сады и поучаствовать в образовательной программе впервые смогли люди со всего мира.

более уникальное событие – виртуальный фестиваль, ничуть не уступающий, а во многом превосходящий традиционные подобные мероприятия. Это лишний раз доказывает, что российская

столица стоит на переднем крае инноваций, и готова с честью решать задачи любого уровня сложности».

Ежегодно в рамках Moscow Flower Show проходит насыщенная образовательная и культурная программа: в этом году в онлайн формате прошло множество лекций, мастер-классов, занятий, ворк-шопов, прямых включений для взрослых и детей, профессионалов отрасли и любителей. Зрители смогли присутствовать на обсуждении специалистами из Англии, Франции, Германии, Италии влияния пандемии на



сферу ландшафтного дизайна, узнали больше о усадебной жизни, о секретах ухода за розами и совершили виртуальную экскурсию по городу Абакан.

Отдельная программа была подготовлена для детей – семейные мастер-классы и лекции. В этом году также впервые онлайн состоялся юбилейный пятый конкурс ландшафтного дизайна среди школьников «Планета цветов». Жюри детского конкурса 5 июля объявило победителей в номинациях «Сад мира», «Мой маленький сад», наградили победителей спец-проекта «Лучшие сады и огороды», один из участников получил специальный приз Генерального партнера конкурса питомника Челси-Гарден, а трое детей получили гранты на реализацию собственных садов.

Президент фестиваля Карина Лазарева: «Мы рады, что онлайн формат фестиваля понравился, и за дни работы привлек много посетителей. Онлайн фестиваль стал абсолютно новым как для дизайнеров, так и для организаторов и членов жюри, однако в конкурсной программе Moscow Flower Show 2020 можно было увидеть множество интересных, неординарных работ высочайшего класса. В этом году ландшафтные дизайнеры не только освоили новые технологии, но и создали невероятные работы на тему «Сады мира», поразили нас смелыми идеями и креативностью. Конечно, многие виртуальные сады фестиваля мы теперь мечтаем увидеть реализованными».

Дизайнер Алена Ахмадуллина: «Я второй раз участвую в фестивале Moscow Flower Show, но впервые мы работали над виртуальным садом. Это был очень интересный опыт, потому что сейчас я как раз погружена в тему 3D реальности и виртуальной одежды. Возможно, вскоре наши виртуальные аватары будут гулять по таким вот садам. Наша совместная работа с Оксаной Хлебородовой кажется мне завораживающе тонкой и очень красивой – она отражает меня как дизайнера и отражает Оксану как мастера, эксперта в ландшафтном дизайне».

Екатерина Евпраксина



ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ Парк Победы

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

Информация размещена на сайте **torgi.gov.ru**

<https://torgi.gov.ru/restricted/notification/notificationView.html?notificationId=44960316&lotId=44961118&prevPageN=7>

ПЛАНИРУЕМЫЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ
414 млн рублей.

ПЛОЩАДЬ ТЕРРИТОРИИ
6,3 га

Земельный участок предоставляется в аренду без проведения торгов

Участок обеспечен существующими инженерными сетями

Приглашаем инвесторов!

Контакты по вопросам реализации проекта:

 **(3466) 42-20-19, 42-20-79**

 **invest@n-vartovsk.ru**

СРОК ПРИЕМА ЗАЯВОК:
10.08.2020-09.10.2020



ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПАРК ГЛАЗАМИ ШКОЛЬНИКОВ

В рамках 22-й Международной выставки РАППА ЭКСПО-2020, проходившей 12-14 марта 2020 г. в Москве на ВДНХ, были подведены итоги конкурса «Тематический парк развлечений глазами московских школьников», в котором учащиеся архитектурного профиля московской школы №1298 представили десять проектов парков будущего.

В творческом состязании, организаторами которого стали проектное бюро KarnetDesign (Нидерланды) и Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА), участвовали дети от 3 до 16 лет.

По мнению Александра Коротича, координатора конкурса:

«Владельцы парков развлечений и разработчики проектов сегодня испытывают серьезную нехватку идей и часто имеют проблемы с выбором тематики. При этом, к сожалению, наблюдается снобистское отношение серьезных

архитекторов и дизайнеров к этому направлению. Дети же в теме, в парках развлечений им интересно и весело, они лучше взрослых могут рассказать, что для парка хорошо, а что – нет.

При этом в плане архитектуры большой пропасти между взрослыми и детьми нет. Архитектура как искусство на интуитивном уровне понятна всем, и дети порой генерируют гениальные идеи. Взрослым остается только помочь ребенку – поработать вместе с ним над реализацией, и получится готовый проект».

По условиям конкурса участникам нужно было создать проект тематической зоны

площадью 2500-3000 кв. м, в которой присутствовали бы все элементы современного парка развлечений: аттракционы, концертные площадки, кассы по продаже билетов, сувенирные магазины, фуд-корты, фотопойнты. Кроме того, школьники должны были придумать персонажей и элементы фирменного стиля для своих парков.

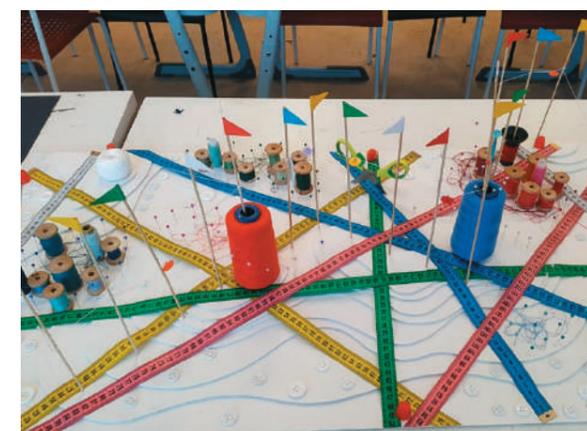
Все дети справились с заданием блестяще. Лучшие работы были представлены на выставке РАППА ЭКСПО-2020. Правда, награждение победителей конкурса из-за эпидемиологической обстановки организаторы решили перенести на более поздний срок. Главный приз – безлимитный абонемент на аттракционы парка «Сказка» для каждого члена команды – достался авторам проекта «Клевер» (руководители – архитекторы Валерия Салихова и Ольга Кирпичева).

Данный проект отличается необычной планировкой. По замыслу авторов парк должен состоять из четырех тематических зон в форме лепестков, которые разделены транспортной развязкой. Каждая секция парка связана с одной из четырех стихий: огнем, землей, воздухом и водой.

Выставка детских проектов стала приятным сюрпризом для профессионалов развлекательного бизнеса. Сергей Карнет, шеф амстердамского бюро KarnetDesign высоко оценил результаты творчества учеников архитектурных классов школы № 1298: «Посетителям очень понравились проекты и общая концепция такой инициативы. Так что, попробуем проводить такую выставку ежегодно!».

Не скрывает своего восхищения проектами и Игорь Родионов, вице-президент Российской ассоциации парков и производителей аттракционов – организатор РАППА ЭКСПО: «Мы были рады сотрудничать и принять участие в проекте. Мне жаль, что не удалось довести его до яркого финала, но обстоятельства здесь от нас не зависели. Призы ждут своих победителей».

На вопрос, могут ли детские работы быть использованы в практике реального проектирования парков, Вячеслав Попов из московского парка «Сказка» уверенно отвечает: «Без сомнения!»



Все сошлись в одном: этот эксперимент надо продолжать. Профессионалы паркового бизнеса получили богатый материал для размышлений от своей главной целевой аудитории, который может повлиять на развитие отрасли. Педагоги же получили первый опыт адаптации учебного проекта к условиям реального заказа. Для

школьников участие в подобном эксперименте имеет не только образовательное, но и воспитательное значение, так как мера ответственности за результаты собственного труда и за результаты

команды чрезвычайно высока. Проект позволил каждому из них проверить свои творческие силы и сделать большой шаг навстречу профессиональному взрослению, а взрослым профессионалам он помог вернуться в детство, в страну, где у фантазии нет границ.

Дети в теме, в парках развлечений им интересно и весело, они лучше взрослых могут рассказать, что для парка хорошо, а что – нет.

Андрей Осипов



THE 27th GTI ASIA TAIPEI EXPO 2021

April 22-24, 2021

A Zone, Hall 1,
Taipei World Trade Center (TWTC),
Taipei City, Taiwan

ORGANIZERS
Haw Ji Co., Ltd.
TAMA
TDEA

MEDIA
Taiwanslot
Game Time International
China Amuse

T. +886-2-2760-7407
F. +886-2-2742-0522
gametime@taiwanslot.com.tw
www.gtexpo.com.tw



2021
TAIPEI
GTI
27th



THE 13th GTI ASIA CHINA EXPO 2021

AMUSEMENT PARK EQUIPMENT
CHILDREN'S AMUSEMENT EQUIPMENT
WATER PARK EQUIPMENT
VIDEO GAMES
VR / AR / MR



Area A, China Import and Export Fair
Pazhou Complex-Guangzhou

Organizers: Haw Ji Co., Ltd. (GTI) | GZCESC
Media Partners: Game Time International | China Amuse
gametime@taiwanslot.com
www.gtexpo.com.tw | www.gtimagazine.com.tw



GLOBAL



TOP

INNOVATION



Pekxava

2021
09.
9-11



FACTO EDIZIONI

the quality of information



MONTHLY MAGAZINE
(PRINT & DIGITAL)



VIDEO INTERVIEWS
& REPORTS



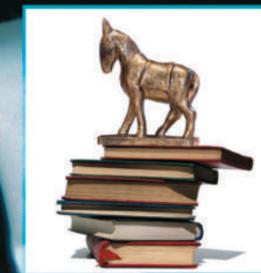
PHOTO
SHOOTINGS



VIDEO SHOOTINGS
& EDITING



WEB MARKETING
SERVICES



AWARDS, BOOKS &
PUBLICATIONS



info@factoedizioni.it



Проектируемые и строящиеся торгово-развлекательные центры в России и СНГ (2020-2021 гг.)

№ п/п	Город	Наименование объекта	Площадь объекта м2	Ввод в эксплуатацию	Развлекательная составляющая и другие услуги	Источник www
2020 г.						
1	Москва	ТЦ в составе «ЖК Летний Сад»	21 000	2020	Кинотеатр, фудкорт, магазины	www.realty.rbc.ru
2	Екатеринбург	ТРЦ «Veer Mall»	167 000	4 кв. 2020	Спортивный центр, развлекательный центр	www.shopandmall.ru
3		ТРЦ «Балтия Молл»	55 400	3 кв. 2020	Кафе, рестораны, кинотеатр	www.kgd.ru
4	Киров	ТЦ «Макси»	55 000	3 кв. 2020	Семейный развлекательный центр, рестораны, фудкорт	www.maxi-cre.ru
5	Пермь	ТРЦ «Арсенал»	400 000	2020	Бассейн, ледовый каток, кинозалы, развлекательный центр, рестораны, кафе	www.marketmedia.ru
6	Нижевартовск	МФК Green Park	90 300	4 кв. 2020	Кинотеатр, кластер общественного питания, детская игровая площадка	www.zdanie.info
7	Нижний Новгород	МФК «Океансис»	105 608	4 кв. 2020	Фитнес центр, водные аттракционы, термальный блок, рестораны, кафе	www.shopandmall.ru
2021 г.						
8	Москва	ТЦ «Prime Plaza»	40 470	2021	Многозальный кинотеатр, рестораны, фудкорт	www.shopandmall.ru
9		ТЦ «Техно-холл»	238 000	2021	Торговые объекты, развлекательные заведения	www.mall.ru
10		ТЦ «Небо»	50 000	1 кв. 2021	Сервисы, рестораны, развлечения	www.retail.ru
11		ТЦ у метро Жулебино	ТЦ у метро Жулебино	2021	Магазины, предприятия быстрого обслуживания, кафе и рестораны, зоны отдыха, фитнесцентр с тренажерным залом и залом аэробики	www.realty.ria.ru
12		ТЦ «Павелецкая Плаза»	73 000	3 кв. 2021	Рестораны, кафе, фудкорт, развлекательный центр	www.daily.afisha.ru
13		ТРЦ «Сердце Митино»	118 245	4 кв. 2021	Ледовый дворец, кинотеатр, детский развлекательный центр, кафе и рестораны, фитнес-центр	www.shopandmall.ru
14		ТЦ «Евро Сити»	217 500	2021	Фудкорт	www.malls.ru

15	Балашиха (Московская область)	Ритейл парк Абрамцево	155 700	2021	Кинотеатр, развлекательный центр, фудкорт	www.malls.ru
16	Щербинка (Московская область)	Ритейл-парк на Варшавском ш.	80 000	2 кв. 2021	Street-кафе, рестораны	www.mynmsk.ru
17	Ногинск (Московская область)	ТРЦ «М-7 Ритейл парк»	91 200	2021	IMAX, развлекательный центр, фудкорт, ресторан с террасой	www.tc-shop.ru
18	Подольск (Московская область)	ТЦ «Город»	53 000	2021	Кинотеатр, развлекательный центр, фудкорт	www.corp-ten.ru
19	Раменское (Московская область)	ТЦ в Раменском	26 800	2021	Кинотеатр, фудкорт, рестораны	www.malls.ru
20	Пермь	ТРЦ «Планета»	153 000	2021	Многозальный кинотеатр, детский центр развлечений	www.shopandmall.ru
21	Воронеж	«Дом Анимации Воронежской области»	6500	2021	Музей анимации, кафе, тренажерный зал	www.vestivr.ru
22	Казань	ТРК «Авиаттика»	200 000	2021	Аэродинамическая стационарная труба, электрокартинг, квесты, аттракционы, веревочный парк, скалодром, фитнес-центр, бассейн	www.arena-trk.ru
23	Хабаровск	ТРЦ «Броско Молл»	80 000	2021	Аквапарк, кинотеатр, детский развлекательный центр, кафе и рестораны	www.shopandmall.ru
24	Челябинск	Аквапарк	63 000	2021	Водные горки, детская игровая зона, аттракционы	www.chel.aif.ru
25		ТРК «Аллея»	65 000	4 кв. 2021 года	Кинотеатр, ресторан, кафе, фуд-корт	www.magazinmagazinov.ru
26	Череповец	ТЦ «Мармелад»	56 000	1 кв. 2021	Кинотеатр, семейный развлекательный центр, рестораны, кафе, ресторанный дворик	www.cherinfo.ru
27	Гурьевск (Калининградская область)	ТЦ «Amber Mall»	14 418	2021	Кафе, рестораны, развлекательный центр	www.archi.ru
28	Ташкент, Узбекистан	ТРЦ «Tramway Depot»	76 000	2021	Развлекательный центр, фудкорт, детская площадка	www.gazeta.uz
29	Минск, Беларусь	Minsk City Mall	48 600	2021	Кинотеатр, детская игровая комната, фудкорт	www.the-village.me
30	Запорожье, Украина	ТРЦ «Современный центр города»	100 000	2021	Детский развлекательный центр, фудкорт, роллердром	www.z-city.com.ua

Antivirus exhibition Results of RAAPA EXPO-2020



At the beginning of the year, no one suspected what difficulties the whole world and the amusement industry in particular would face. The growing excitement due to the coronavirus epidemic until the last moment called into question the holding of the RAAPA EXPO-2020. The ban on the entry of representatives from China significantly reduced the number of exhibitors, and the introduction of restrictions for European countries affected the fact that many companies were unable to come to Moscow. The inflated information in the media could affect the attendance of the event. However, despite all this, the RAAPA EXPO-2020 took place and was successful. Let's remember how it was going.

Participants

The 22nd International Exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2020» was held on March 12-14, 2020 in Moscow, VDNH, pavilion 75.

The exhibition was organized by the Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA). General sponsor of the exhibition is Pax Design company; general media partner - Amusement Industry Catalogue; web partners of the exhibition: vtorio.com and others.

The exhibition was attended by more than 150 companies (35 of them participated for the first time) from more than 20 countries: USA, Canada, Belarus, Ukraine, Japan, Turkey, France, Belgium, Taiwan, Germany, China, Italy, the Netherlands, Finland, etc. A number of companies that for objective reasons were unable to send their specialists were represented by partners from Russia and from other countries.

The exhibition showcased all the main trends of the modern amusement industry: park amusement rides, gaming machines, 5D cinemas, VR attractions, kiddie playgrounds and sports grounds, shooting galleries, trampolines, activity parks, access control devices, automation systems, billiards, bowling, water parks, vending equipment, vending and prize-winning machines, design services for parks, water parks and amusement centers, staff training, event management, landscape and theme design, food services and more.

In terms of the novelties of this year, it is worth to highlight the following:

- a unique simulator «Parachutist» from the «Nord Press» company;
- all kinds of VR/AR rides;
- various options for theme design of amusement rides and park areas; artificial landscaping and interior design of amusement centers and restaurants;
- «Tankodrom» attraction - miniature tanks, which can be an excellent solution for a family holiday in the parks;
- joint booth of the Federation of Restaurateurs and Hoteliers of Russia, where from the small details one could learn how to organize a profitable catering point;
- component parts and ready-made solutions for playgrounds;
- unique rope and knitted parks;
- telemetry and cashless payments in parks and amusement centers;
- sharing of microtransport in recreational areas and much more.

The best expositions were awarded with RAAPA Gold Medals. Those are the booths of the following companies: OtAdoYA, Polin Waterparks (Turkey), Altai Composite, AeroMir, Sparta,

WhiteWater (Canada), Attraplast, PC Carousel, «Tankodrom» Attraction, Universal terminal systems, Nord Press.

Visitors

The exhibition was visited by about 4000 experts over a three day period: managers and top managers of parks, amusement centers, water parks, representatives of cities' and regions' administrations, developers and investors, owners and directors of resorts, hotels, leisure complexes, manufacturers, suppliers and distributors of amusement equipment, private entrepreneurs, representatives of mass-media, and other parties concerned.

Business program

This year the business program of the exhibition was very eventful. More than 450 experts took part in various business trainings, conferences, seminars and master classes. The speakers of the events were leading experts from Russia and abroad.

«My team» (team of Surgut HappyLyon amusement park) held two workshops: «Birthday: all-season anti-crisis business», «Boost your amusement park!» business practicum, showing the trump cards on how to succeed in the amusement business.

The business breakfast «Amusement center in a small city» (speaker - Ksenia Yeliseeva) and seminar «Revenue generators of amusement business» (speaker - Lyudmila Kiseleva) were devoted to the issues related to the organization of amusement centers activities.

The conference «Trends in the development of amusement park industry in Russia. Formation of the theme parks market» was one of the most visited events, which gathered together all the leading players in the park industry. The culmination of the event was an excursion to the recently opened in Moscow «DREAM ISLAND» theme park.

The round table «Major innovations and franchises of amusement industry 2020» became the second most visited event.

Various security issues of the amusement industry were discussed at the seminar «Key safety aspects in the amusement business».

The conference program «Organization of effective waterpark operation. Current trends for the development of water entertainment complexes» has also become very rich.

For the first time, business of arcades and prize-winning attractions topic was raised in detail on the training «Secrets of highly-profitable operation of prize arcade attractions and shooting galleries» (moderated by Nikolai Dolzhansky, head of the BOLID group of companies).



New requirements for state registration of rides and other legal problems were considered at the seminar «Current legal issues in the operation of amusement rides and children's play equipment» (moderated by Taras Buryak).

Different views on how to increase the profitability of the park with the help of events were suggested by experts at the seminar «Every day is a holiday: park events leading to profit growth».

The topic about how virtual reality conquers the amusement industry was discussed at the round table «VR epoch: multimedia technologies for business and entertainment».

Also, the 2nd interuniversity practical conference «Modern leisure industry: vectors of modernization», organized jointly by the Moscow State Institute of Culture and RAAPA, was held in the framework of the exhibition.

Golden Pony 2020

Unfortunately, the 10th jubilee Golden Pony Moscow 2020 award ceremony took place without the participation of Italian organizers - the publishing house Facto Edizioni, who could not come to Russia due to the coronavirus. But, despite this, the ceremony took place and traditionally was held at a Gala Dinner dedicated to the opening of the exhibition.



In 2020, the award was won by: «Boshe Park», Stary Oskol; Ferris Wheel «Around the World», Kazan; «Gagarin Park», Yuzhno-Sakhalinsk; «Happyllon» Amusement Park, Surgut; «Jungle Park», Almaty, Kazakhstan; «Magic City/Magic Ocean», Bishkek, Kyrgyzstan; «Piterland» waterpark, St. Petersburg; RIF Group of Companies, Rostov-on-Don; «YURKIN PARK», Kirov/Kazan; «ZKidz City», Krasnodar.

25 years of RAAPA

The 2020 marks the 25th anniversary celebrated by the Russian Association of Amusement Parks and Attractions. Obviously, this event did not go unnoticed at the exhibition. The organizers gathered guests and partners for a solemn anniversary evening on the second day of the expo.



Competition

The competition «Theme amusement park through the eyes of Moscow schoolchildren» was for the first time held within the framework of the RAAPA EXPO-2020 exhibition. Within a month schoolchildren of 5–11 grades were developing theme park projects under the guidance of teachers, which were later presented at the exhibition. Industry professionals could not only get acquainted with the ideas of young architects, but also voted for the project they liked.



One of the tasks of the competition was to promote the popularization and formation of interest to the professional amusement industry among the younger generation.

Despite all the difficulties that the world community and the amusement industry faced at the beginning of this year, the RAAPA EXPO-2020 exhibition was held and displayed current trends, modern technologies and new leisure formats. According to the reviews of the majority of participants and guests of the expo, it was successful and has become an important event for the amusement sector.



Currently, RAAPA EXPO is not just a platform demonstrating the latest amusement equipment, it is a unique business environment where industry professionals share experience, new ideas are born and projects, which contribute to the development and improvement of the leisure industry in our country, are launched.

We look forward to welcoming you at the forthcoming exhibitions RAAPA EXPO:

The 23rd International Exhibition of «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2021»
March 2021, Moscow, VDNH

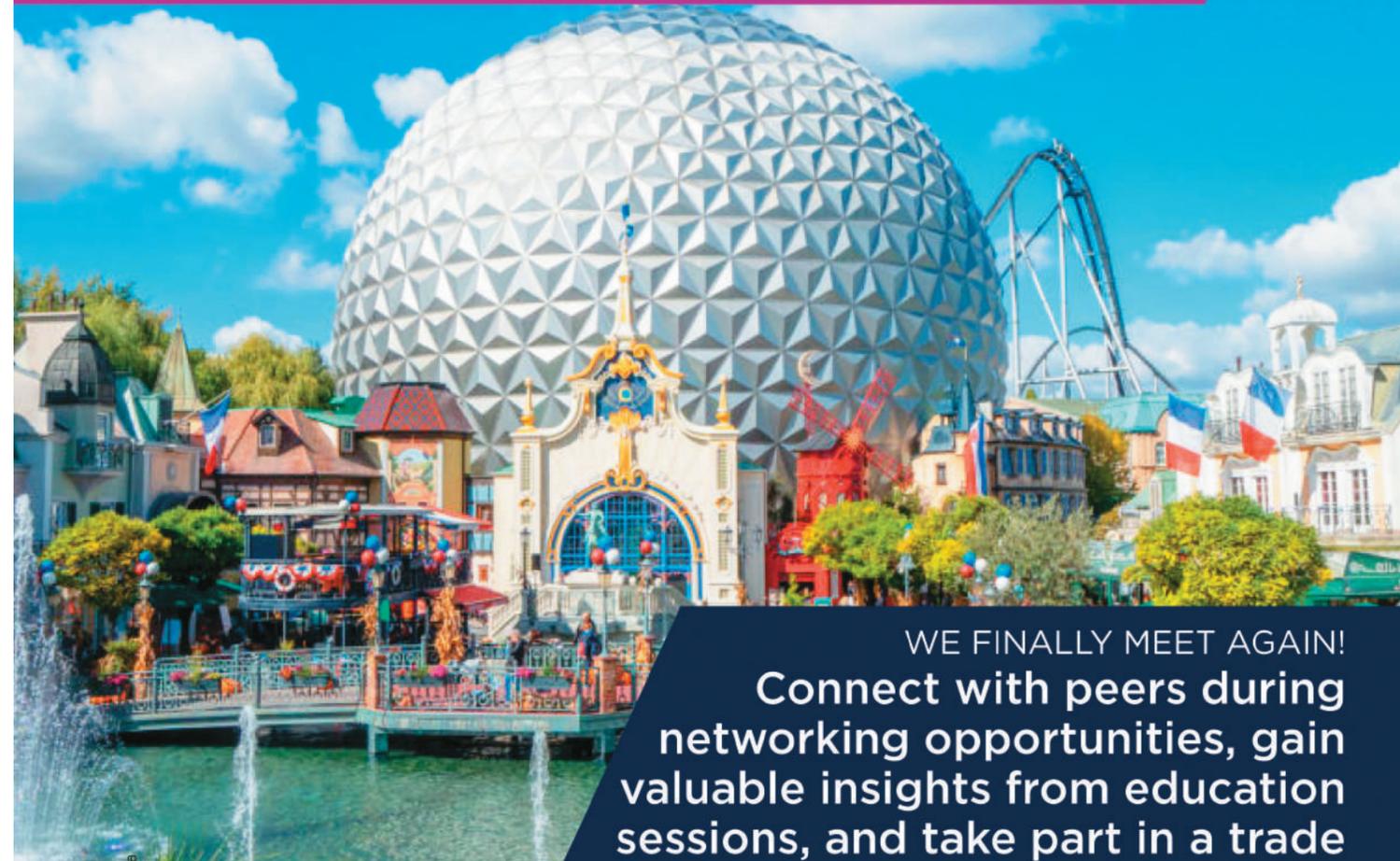
TOGETHER TO THE WORLD OF ENTERTAINMENTS!

IAAPA EMEA TRADE SUMMIT

02-04 Feb. 2021

Europa-Park, GERMANY

THE ULTIMATE MIX OF NETWORKING,
EDUCATION AND TRADE EVENT



WE FINALLY MEET AGAIN!
Connect with peers during networking opportunities, gain valuable insights from education sessions, and take part in a trade show floor showcasing the industry's latest innovations.



JOIN NOW!

IAAPA.org/IAAPA-EMEA-Trade-Summit



Asia Amusement & Attractions Expo

May 10th-12th, 2021

China Import & Export Fair Complex



G&A

2020 Zhongshan International Games & Amusement Fair 2020 Zhongshan Int'l Culture & Tourism Industry Expo

November 28th-30th, 2020

Zhongshan Convention Center

General agent of
Indonesia International Amusement & Leisure Expo
Thailand (Bangkok) Amusement & Attraction Parks Expo

Email: Sales2@grandeurhk.com

Mobile: +86-18565552702

Family Entertainment Centers under construction and projected to be launched in Russia and the CIS (2020-2021)

№	City/Location	Object	Building Area m2	Launching dates	Entertainment components and other services	Source of Information
2020						
1	Moscow	FEC as part of the «Housing Complex Summer Garden»	21 000	2020	Cinema, food court, stores	www.realty.rbc.ru
2	Yekaterinburg	FEC «Veer Mall»	167 000	4 quarter 2020	Sports center, entertainment center	www.shopandmall.ru
3		FEC «Baltia Mall»	55 400	3 quarter 2020	Cafes, restaurants, cinema	www.kgd.ru
4	Kirov	FEC «Maxi»	55 000	3 quarter 2020	Family entertainment center, restaurants, food court	www.maxi-cre.ru
5	Perm	FEC «Arsenal»	400 000	2020	Swimming pool, ice skating rink, cinema, entertainment center, restaurants, cafes	www.marketmedia.ru
6	Nizhneartovsk	Multifunctional Complex Green Park	90 300	4 quarter 2020	Cinema, food court, kiddie playground	www.zdanie.info
7	Nizhny Novgorod	Multifunctional Complex «Okeansis»	105 608	4 quarter 2020	Fitness center, water rides, thermal zone, restaurants, cafes	www.shopandmall.ru
2021						
8	Moscow	FEC «Prime Plaza»	40 470	2021	Multiscreen cinema, restaurants, food court	www.shopandmall.ru
9		FEC «Technohall»	238 000	2021	Retail facilities, entertainment facilities	www.mall.ru
10		FEC «Nebo»	50 000	1 quarter 2021	Services, restaurants, entertainment	www.retail.ru
11		FEC near Zulebino metro station	11 500	2021	Stores, fast food outlets, cafes and restaurants, recreational area, fitness center with gym and aerobics room	www.realty.ria.ru
12		FEC «Paveletskaya Plaza»	73 000	3 quarter 2021	Restaurants, cafes, food court, entertainment center	www.daily.afisha.ru
13		FEC «Heart of Mitino»	118245	4 кв. 2021	Ice Palace, multi-screen cinema, children's amusement center, farmers market, cafes and restaurants	www.shopandmall.ru
14		FEC «Euro City»	217 500	2021	Food court	www.malls.ru

15	Balashikha (Moscow region)	Abramtsevo Retail park	155 700	2021	Cinema, amusement center, food court	www.malls.ru
16	Sherbinka (Moscow region)	Retail park on Varshavskoe shosse	80 000	2 quarter 2021	Street-cafes, restaurants	www.mynmsk.ru
17	Noginsk (Moscow region)	FEC «M-7 Retail park»	91200	2021	IMAX, amusement center, food court, restaurant with terrace	www.tc-shop.ru
18	Podolsk (Moscow region)	FEC «Gorod»	53 000	2021	Cinema, amusement center, food court	www.corp-ten.ru
19	Ramenskoe (Moscow region)	FEC in Ramenskoe	26800	2021	Cinema, food court, restaurants	www.malls.ru
20	Perm	FEC «Planeta»	153 000	2021	Multiplex cinema, kiddie entertainment center	www.shopandmall.ru
21	Voronezh	«House of animation»	6500	2021	Museum of animation, cafes, fitness center	www.vestivrn.ru
22	Kazan	FEC «Aviattika»	200 000	2021	Aerodynamic stationary tube, electric karts, quests, rides, rope park, climbing wall, fitness center, swimming pool	www.arena-trk.ru
23	Khabarovsk	FEC «Brosco Mall»	80 000	2021	Waterpark, cinema, kiddie entertainment center, cafes and restaurants	www.shopandmall.ru
24	Chelyabinsk	Waterpark	63 000	2021	Water slides, kiddie gaming zone, rides	www.chel.aif.ru
25		FEC «Alley»	65 000	4 quarter 2021	Cinema, restaurant, cafe, food court	www.magazinmagazinov.ru
26	Cherepovets	Multifunctional Complex «Marmalade»	56 000	1 quarter 2021	Cinema, family entertainment center, restaurants, cafes, food court	www.cherinfo.ru
27	Gurievsk (Kaliningrad region)	Multifunctional Complex «Marmalade»	56 000	1 quarter 2021	Cinema, family entertainment center, restaurants, cafes, food court	www.cherinfo.ru
28	Tashkent, Uzbekistan	FEC «Tramway Depot»	76 000	2021	Entertainment center, food court, kiddie playground	www.gazeta.uz
29	Minsk, Belarus	Minsk City Mall	48 600	2021	Cinema, kiddie playroom, food court	www.the-village.me
30	Zaporozhye, Ukraine	FEC «Modern Center of the city»	100 000	2021	Kiddie entertainment center, food court, roller rink	www.z-city.com.ua

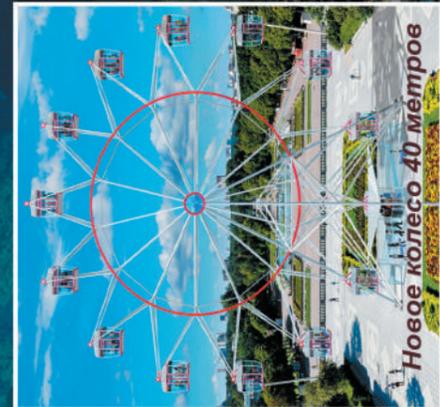
Наши аттракционы работают без поломок десятки лет, потому, что мы используем качественную сталь, европейские: трансмиссии, электрооборудование, крепёжные изделия, сварочные и окрасочные материалы! Мы используем стальное зубчатое колесо для привода вращения, исключаящее проскальзывание! Наши кабины имеют в два раза большую площадь на человека, чем у конкурентов!



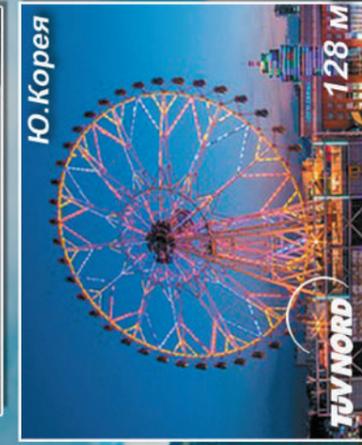
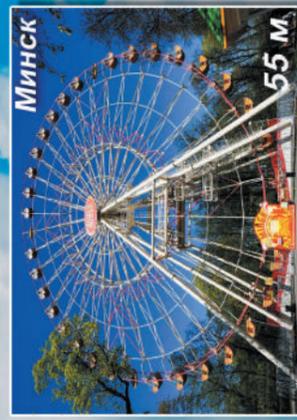
с 1988 года



Кафе-кабина для 6 чел



Новое колесо 40 метров



www.pah.ru

sales@pah.ru

Колеса обозрения высотой от 30 до 100 м за лучшую цену!



+7(903) 790-28-72

+7(495) 665-74-53



XXIII Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование»

РААПА ЭКСПО 2021

Март 2021 Москва, ВДНХ



RAAPA EXPO 2021 March, VDNH, Moscow

The 23rd International Exhibition Amusement Rides & Entertainment Equipment

Международная церемония награждения
«Золотой Пони Москва-2021»
проводит журнал «Games & Parks Industry»



Деловой форум
профессионалов индустрии
развлечений

Организатор ЭКСПО:



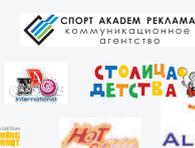
Генеральный спонсор



Представители в Китае



Генеральный
информационный партнер:



Организатор выставки: тел.: +7 (495) 234-52-42, +7 (495) 234-52-04. E-mail: raapa@raapa.ru, website: www.raapa.ru

Представители РААПА в Китае: Ace Marketing Inc. Тел: 86-21-51082666*202; www.acemarketing.com.cn
Guangdong Grandeur International Exhibition Group Co.,Ltd. Тел: 86-20-28967766; www.gzhw.com