



XV 20-22 марта

ЮБИЛЕЙНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

РАППА ЭКСПО 2013

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ

АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

РААРА EXPO 2013

Москва, ВВЦ
Павильон 75

18-19 марта
конференция:
«Перспективы
развития индустрии
развлечения
в России»

March 20-22

AMUSEMENT RIDES & ENTERTAINMENT EQUIPMENT

INVITATION TICKET

Moscow, VVTs,
Pavilion 75

March 18-19 conference:
«Prospects of Amusement
Industry Development
in Russia»

Организатор
выставки:

Адрес: 129223, Россия
г. Москва,
Проспект Мира, 119, ВВЦ,
стр. 537/3, оф.37
+7(495)234 52 42,
+7(495)234 52 04

E-mail: raara@raara.ru
Website: www.raara.ru

Генеральный спонсор

Генеральный информационный спонсор

При поддержке:



20 марта
Вручение награды
«Золотой Пони
Москва 2013»



СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора 3

ТЕМА НОМЕРА

Познание мира через игру

А. Осипов 4

Город детства

И. Родионов 8

Эксперименты и развлечения

И. Родионов 14

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Итоги выставки «РАППА ЭКСПО-2012»

М. Горбачева 20

Фестиваль «Moscow Flower Show 2012»

Н. Серебренников 48

Итоги поездки на выставку
Asian Attractions Expo 2012

О. Лебедева 64

ПАРКОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Муниципальный парк
как рентабельный бизнес

А. Тарасов 30

Мини-гольф в российских парках

М. Миловидова 44

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Модель поведения гостя как основа
управления развлекательным бизнесом

А. Бениаминов, А. Просангеев 36

Новые высоты в организации детских
праздников

А. Осипов 50

«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»

Информационно-рекламный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Российская Ассоциация парков и производителей
аттракционов (РАППА)

ИЗДАТЕЛЬ:

Автономная некоммерческая организация
«Учебный Центр РАППА»

Адрес редакции:

Россия, 129223, г. Москва, пр-т Мира, ВВЦ, стр. 537/3 оф. 37
АНО «Учебный Центр РАППА»
Тел/факс: (495) 234-52-33
E-mail: tec@raara.ru;
http://www.raara.ru

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор

Игорь Родионов

Дизайн, верстка

Юлия Бондаренко

Над номером работали:

Андрей Осипов
Елена Лобашева
Диана Лукина
Олеся Лебедева
Ульяна Кухтина
Марина Горбачева
Никита Серебренников
Елена Швецова

ПРОГРАММА ВЫСТАВКИ

- Международная конференция «Перспективы развития индустрии развлечений в России»
- Круглые столы, мастер-классы, презентации, бизнес-тренинг
- Вручение международной награды «Золотой Пони Москва –2013»
- Награждение Золотыми Медалями выставки
- Награждение Дипломами и Почетными грамотами
- Развлекательная программа



Генеральный спонсор:



Генеральный информационный спонсор:



При поддержке:



СОБЫТИЕ СЕЗОНА

Золотой Пони Москва – 2012. **26**

Летняя встреча специалистов индустрии развлечений в Воронеже

М. Горбачева **40**

ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ

Мобильные ледовые комплексы

Д. Вишнякова **54**

НАШ РЕПОРТАЖ

Парки культуры и отдыха Китая

Е. Лобашева. **58**

СТАТИСТИКА И ФАКТЫ

Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России (2012-2013 гг.) **67**

ENGLISH VERSION

Results of the 14th International trade show «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2012» **68**

Results of the « RAAPA Summer Meeting » in Voronezh **70**

Summary Table of Family Entertainment Centers Being Designed and Put into Operation in Russia (in 2010-2011) . . . **72**

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» Тираж 5 000 экз.



Дорогие читатели!

Рад очередной встречи с Вами на страницах журнала «Аттракционы и развлечения»! Принято считать, что «13» – несчастливое число, но уверен в тринадцатом номере журнала «Аттракционы и развлечения» Вы найдете для себя нужную информацию, которая принесет Вам пользу и практические результаты.

Очередной номер мы посвятили развивающим развлекательным центрам.

Если выбирать между обучением и развлечением, то ребенок в большинстве случаев, конечно же, выберет развлечение. Однако, как правило, за детей все решают родители, и их выбор чаще падает на «обучение». Не будем противопоставлять эти два занятия – они оба важны, к тому же сегодня появилась возможность сделать обучение – интересным, а развлечения – полезными.

В настоящее время активно открываются развлекательные центры нового познавательно-развлекательного формата, производители оборудования создают оригинальные аттракционы с развивающим уклоном, разрабатываются новые образовательные проекты и технологии. Об этих аспектах Вы сможете прочитать на страницах журнала.

Сезон 2012, который подходит к концу, был полон новостей и событий. Среди них: 14-я международная выставка «РАППА ЭКСПО-2012», ставшая самой крупной выставкой индустрии развлечений в России; вручение международной награды «Золотой Пони»; Московский фестиваль садов и парков «Moscow Flower Show» в Парке Горького. Значимым мероприятием стала «Летняя встреча РАППА» в Воронеже, где в разгар сезона собрались специалисты индустрии развлечений из 33 городов России, стран СНГ и Италии.

Специального для нашего журнала был подготовлен репортаж из Китая об особенностях местных парков культуры и отдыха.

Как сделать муниципальный парк рентабельным; какова роль «модели поведения гостя» в развлекательном бизнесе; что сегодня нового в организации детских праздников; что такое мини-гольф, – все это и многое другое Вы сможете найти в новом номере журнала «Аттракционы и развлечения».

*С наилучшими пожеланиями,
Главный редактор
Игорь Родионов*

Познание мира через игру

*Мы все учились понемногу
Чему-нибудь и как-нибудь.*

А.С. Пушкин, «Евгений Онегин»

Одна из тенденций развития современной индустрии развлечений – ориентация на семейный отдых, предоставление комплекса услуг для всех категорий посетителей, создание новых форматов развлечений. Если рассматривать конкретно детский досуг, то все родители хотят видеть своего ребенка умным, добрым, талантливым и образованным. Помимо традиционных детских садов, школ и кружков сегодня востребованы развивающие центры, куда родители с радостью ведут своих детей. Однако нельзя забывать про отдых и развлечения, без которых ни один ребенок обойтись не может. Но как сделать развлечение еще и полезным? Ответ на этот вопрос помогут дать новые форматы досуга с развивающим уклоном, которые сегодня активно используются в индустрии развлечений.

Умные развлечения

По идее в любой досуговый центр можно привнести образовательный компонент, сохраняя его основную развлекательную функцию. Например, хорошо зарекомендовавшие себя Дино-парки не только привлекают юных посетителей ярким антуражем и декорациями, но уже давно практикуют организованные экскурсии на тему «По следам динозавров», проводят обучающие мастер-классы и игры по археологии.

В истории любого региона, города, местности есть что-то, что могло бы стать интересным для каждого и, к тому же, достойным изучения. Воссоздание исторической действительности дает возможность организаторам любых видов развлекательной деятельности реализовать всевозможные проекты: от банкетов в экзотической до исторической обстановке до организации тематического парка развлечений.

Например, в 1980 году по проекту архитектора Ю.Т. Савченко в городе Сосновый Бор в Ленинградской области был создан детский игровой комплекс «Андерсенград». На территории этого развлекательного центра, стилизованного под средневековую западноевропейскую архитектуру расположены различные строения, так или иначе связанные со сказками Андерсена: памятник сказочнику, Ратушная башня, башня Оловянного солдата, кафе «Белоснежка», дом Оле Лукойе, летний театр, бастиионы, мосты, подземный ход.

Другой пример удачного использования истории и литературы реализован в развлекательном проекте «Ужасы Петербурга» в Санкт-Петербурге. Посетители этого аттракциона становятся свидетелями драматичных



событий из истории города (свержение Павла I, Григория Распутина), судеб известных личностей (Княжны Таракановой, Петра Чайковского), а также эпизодов литературных произведений (преступления Родиона Раскольникова, безумия Германа в «Пиковой даме») и других сюжетов.

Однако даже образовательный развлекательный центр не может обойтись без коммерческой основы, и обучающий компонент в деятельности такого игрового комплекса может служить стимулятором его экономической рентабельности. Образовательная или воспитательная составляющая может гарантировать приход организованного посетителя, представленного группами учащихся (школьниками, дошкольниками), детскими и молодежными общественными организациями. Решение посетить тот или иной парк зависит, как правило, не от самих детей, а от их родителей, или преподавателей, поэтому современному центру недостаточно быть исключительно пространством для развлечений, необходимо предлагать какие-то образовательные услуги.

Игровые воспитательные программы сегодня активно используют в своей деятельности российские сетевые операторы («Космик», «Наррулон», «FanСyтi»): от коллективного изучения азбуки до организации театрализованных представлений с участием детей.

В виртуальном развлекательном комплексе «Театр физики Никола Тесла «Телепортация», открывшемся в этом году в Москве, совмещены воедино развлечения, наука и философия. Посетители аттракциона совершают увлекательный «полет» в разные уголки Вселенной – на спутники далеких планет в поисках других цивилизаций.



Если взять зарубежный опыт, то сразу вспоминаешь знаменитый аттракцион «Space ship Earth» (Космический корабль Земля) в парке Диснея «Ерсот» (Орlando, США), в котором посетители совершают экскурс по истории развития Человечества от Древнего мира до наших дней. За 10 минут перед глазами проходят одни из самых ярких эпизодов истории Земли и людей: создание печатной машины Гутенбергом, роспись фресок Сикстинской капеллы Микеланджелло, изобретение радио, кино, телевидения и т.д. По большей части аттракцион выполнен в виде декораций и оживающих фигур, с использованием несложных мультимедийных эффектов, но от этого он по-прежнему не теряет своей популярности.

Производители аттракционов также стараются не отставать от модной тенденции и предлагают для рынка развлечений новые технологии, разрабатывают интересные проекты, направленные на развитие и познание. В числе динамично развивающихся в этом направлении компаний – производители 4D-кинотеатров и виртуальных интерактивных симуляторов, которые уже давно используют обучающие фильмы и интерактивные аттракционы.

Повышенная конкуренция заставляет производителей виртуальной реальности постоянно обновлять контент – выпускать новые фильмы. Все чаще среди приключенческих блокбастеров, сказок и мультиков появляются научно-популярные картины: Путешествие на Луну, Подводный мир и т.д.

Многие музеи в наши дни стараются внести в свою работу элемент интерактивности, а не быть просто демонстрационными площадками. Так, в музее Дарвина в Москве действует интерактивный центр познавательных и обучающих программ и игр для посетителей на различные темы: «Кто оставил след?», «Деревья и кустарники», «Ретроспектива Москвы», «Экологические экскурсии». В московском Музее космонавтики с помощью виртуального симулятора можно узнать историю происхождения Земли. Современные технологии позволяют сделать такое путешествие максимально приближенным к реальности: с четким изображением до мельчайших деталей, ощущением перегрузок и дополнительных зрительных и тактильных эффектов.

Производители развлекательного оборудования в настоящее время внедряют свою продукцию в школы, музеи и детские развивающие центры. Для нашей страны здесь есть масса присущих только нам возможностей. Например, дома детского и юношеского творчества, где уже используются современные технологии: кружки по автомоделированию, управлению андроидными роботами и т.д. Открываются также познавательные центры нового формата.

Наука и жизнь

Чтобы заинтересовать родителей в необходимости привести своего ребенка в развлекательный центр одним из самых верных способов является приблизить развлечения к обучению. Именно по этому принципу действуют всевозможные интерактивные развлекательные комплексы.

Kiddie **Kart** **Major Rides** **Bumper Cars** **Venetian Carousels**

The Carousel Company

BERTAZZON
The Carousel Company

BERTAZZON 3B SRL 31020 SERRAGLIA (TREVISO) ITALY
PHONE +39 0438 866291 FAX +39 0438 966165
E-MAIL: BERTAZZON@BERTAZZON.COM

сы, которые используют программу школьных занятий, но обучение детей там проходит в игровой форме.

Один из таких форматов – интерактивные музеи, состоящие из оригинальных экспонатов, с помощью которых можно познать законы физики, химии или какие-то природные явления. Основной принцип, который заложен в основе подобных «музеев» – посетители здесь могут все потрогать своими руками. Помимо этого, большое значение имеет простота изложения научных законов для детского понимания на примере предложенных экспонатов.

Одним из первых среди подобных проектов в развлекательно-обучающей сфере был открыт в Великобритании в г. Кардифф – развлекательно-образовательный центр Techniqest. Он был основан в 1985 году группой преподавателей из университета Кардиффа, и сегодня занимается не только активной эксплуатацией оборудования, но и разработкой новых экспонатов и образовательных компьютерных программ для обустройства развлекательно-образовательных центров по всему миру.

Аналогичные центры есть и в России: музеи занимательных наук «ЛабиринтУм» в Санкт-Петербурге и «Экспериментаниум» в Москве, интерактивный парк «Эврика» в Тюмени.

(Репортаж об «Экспериментаниуме» читайте на стр. 14).

Город профессий

Город профессий – еще один обучающий формат, хорошо себя зарекомендовавший в мире и набирающий обороты в России. Главным отличием «городов профессий» от традиционных парков развлечений является обучающая составляющая, направленная на профориентацию детей.

Для всех парков этого формата общей является архитектурная концепция. Как правило, подобные комплексы являются моделями небольших городов с улицами, домами, площадями, дорогами, фонтанами и даже собственным автотранспортом. В подобных проектах создается атмосфера, в которой дети чувствуют себя абсолютно свободно и принимают непосредственное активное участие во всем происходящем вокруг.

Родители, сопровождающие детей, никак не влияют на выбор ребенка. Они, по сути, выполняют функцию пассивных наблюдателей и сопровождающих.

Знакомство с представленными в парке профессиями проходит на занятиях в профильных мастерских, где дети получают практические навыки выбранных ими специальностей: пожарная часть, больница, стоматоло-

гия, радио- и телевизионные студии, пекарня, пиццерия и многие другие. Сразу после занятий, выходя за пределы города, в повседневной жизни дети могут применить эти навыки на практике. За счет этого они понимают ценность и важность такого обучения.

Поскольку основной задачей парков подобного формата является развитие детей, большое внимание уделяется сценариям занятий, проходящих в мастерских. Они составляются таким образом, чтобы интересно и не скучно было детям разных возрастов: чтобы за одно непродолжительное занятие они успели составить себе представление о выбранной профессии.

При реализации развивающих комплексов необходимо учитывать ряд факторов, влияющих на успешность проекта: местоположение развлекательного центра, наличие хорошей транспортной доступности, развитая инфраструктура. У родителей должна быть возможность альтернативного времяпрепровождения, поэтому, как правило, такие парки располагаются в крупных торговых центрах.

Самым известным и крупным, а помимо всего прочего еще и сетевым проектом является мексиканская «Кидзани». Также достаточно известен австрийский «Минопалис». В России на сегодняшний день открыт единственный центр формата «город профессий» – «Кидбург», расположенный в Санкт-Петербурге в ТРЦ «Гранд Каньон». Однако интерес инвесторов к комплексам подобного формата возрастает, и уже в этом году планируется открытие двух центров: «Мастерславль» в Москве (а в следующем году и в Санкт-Петербурге «Мастерград»), и «Минопалис» в Краснодаре. Если последний станет аналогом австрийского парка, то «Кидбург» и «Мастерславль» – оригинальные проекты, которые сохраняют суть «города профессий», но имеют свою уникальную специфику. (Репортаж о «Кидбурге» читайте на стр. 8).

С ростом социальной ответственности бизнеса, разработкой национальных программ по развитию образования, обучающе-развивающее направление в индустрии развлечений, думаю, будет приобретать популярность и становиться все более востребованным. Безусловно, потребность в беззаботном развлечении никуда не исчезнет, но важно понимать то, что через игру можно достичь существенно большего образовательного эффекта, чем на лекциях и уроках, поскольку в парках и развлекательных центрах действует принцип добровольности, свободы выбора, а значит и более эффективного восприятия информации.

Андрей Осипов

ДЕТСКИЕ ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ ПОД КЛЮЧ

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



RTM-ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ВОДНЫХ ГОРОК

- Более 90% всей предлагаемой продукции изготавливается по технологии RTM
- Горки семейной серии и горки с «чашами» изготавливаются по технологии RTM
- Эстетически и физически превосходный продукт
- Более прочные и легкие водные горки ■ Облегченный монтаж
- Более экологически чистая окружающая среда
- Гладкая и сияющая поверхность с обеих сторон горок



Литьевое формование полимера - это технология закрытого литьевого формования стеклопластика



ПРОЗРАЧНЫЕ ВОДНЫЕ ГОРКИ, ПРОИЗВЕДЕННЫЕ ПО ТЕХНОЛОГИИ RTM

- Стеклообразный стеклопластик
- Усиливает визуальное воздействие
- Эффектное представление для зрителей
- Видимая прозрачность



Производство прозрачных водных горок по технологии RTM с 2007 года!



СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ УЗОРОВ

- Более привлекательный вид в сравнении со стандартным цветовым решением
- Является самостоятельной тематизацией, снижает затраты на общую тематизацию
- Срок доставки не увеличивается по сравнению с горками со стандартным цветовым решением
- Добавляет привлекательности к общему виду аквапарка



Применяется в горках, изготовленных по технологии RTM, удваивая визуальный эффект!



НАТУРАЛЬНЫЕ СВЕТОВЫЕ ЭФФЕКТЫ

- Интегрируются в горки, изготовленные по технологии «Волшебное сияние»
- Так же естественны, как и солнца
- Эксплуатация данного эффекта абсолютно бесплатная
- Бесконечный срок службы



Самое безопасное, недорогое, веселое и красочное решение!

Город детства



Оксана Орлова
Управляющий партнер
ООО «Кидбург»

У меня растут года,
будет и семнадцать.
Где работать мне тогда,
чем заниматься?

В. Маяковский, «Кем быть?»

Помните, как в одной некогда популярной песне ее исполнительница мечтала за горами и лесами найти удивительную маленькую страну? А знаете ли вы, что такая страна существует, находится она в Санкт-Петербурге и называется «КидБург»?

«КидБург» – город в миниатюре, где дети могут освоить различные профессии и поиграть во взрослую жизнь – первый подобный интерактивный проект, реализованный в России. Данный формат детского развивающего центра хорошо зарекомендовал себя за границей, но для нашей страны является достаточно новым направлением в индустрии развлечений.

Чтобы узнать о том, как появилась идея создания «КидБурга», чем он отличается от зарубежных аналогов и чему именно там обучаются дети, мы отправились в Санкт-Петербург, где собственными глазами увидели этот удивительный игровой комплекс, а также пообщались с одним из его создателей – Оксаной Орловой.

Идея создания игрового комплекса, где дети смогут почувствовать себя взрослыми, заработать первые деньги и стать профессионалом в какой-либо сфере, пришла в голову организаторам, казалось бы, по вполне простой причине: некуда было пойти с детьми.

Оксана Орлова: Санкт-Петербург — культурная столица. Здесь есть много театров, музеев и достопримечательностей, но нигде нельзя делать того, что хотят делать большинство детей: бегать, кричать, играть и т.д. Всем известно, что ребенку очень сложно устоять на одном месте, когда можно только смотреть и ничего нельзя потрогать руками. Чтобы утолить эти, казалось бы, элементарные детские потребности в нашем городе ничего не было. Тогда мы подумали, что если это нужно нам, то это может быть интересно и другим родителям.

Так, родился наш первый детский центр «Сказкин дом» – интерактивный музей-театр, посвященный

сказкам; затем появился проект с образовательным уклоном «ЛабиринтУм» — интерактивный музей занимательной науки, посвященный освоению законов



окружающего мира. Но дети учатся, растут, меняются их интересы и рано или поздно у них возникает вопрос: кем быть? Таким образом, «КидБург» стал логичным продолжением наших двух предыдущих проектов.

Идея города профессий пришла тогда, когда мы еще не знали, что существуют аналоги подобных комплексов. Естественно, мы стали собирать информацию, знакомиться с опытом существующих центров. Изучив, что делают за рубежом, мы сформировали собственное отношение к данному формату и вырастили свой проект, который довольно сильно отличается от того, что мы видели за границей.

Подобного рода образовательные проекты есть и востребованы в США, Мексике, странах Западной Европы, а также в Индии и некоторых азиатских странах. Их опыт, а также опыт двух успешных интерактивных проектов, уже работающих в Санкт-Петербурге, убедил организаторов, что «КидБург» будет пользоваться популярностью в России. Ведь самое органичное детское образование — это обучение в игровой форме, через любимые развлечения.

Отличительная черта «КидБурга» от зарубежных аналогов не в какой-то его адаптации под российскую реальность, а в том, что помимо развлекательной составляющей, в центре реализуются важные образовательные цели и задачи. Дети в «КидБурге» не просто играют, они обучаются азам различных профессий.

В настоящее время центр ежедневно посещают около 500 человек по будням и не менее 800-1200 человек в выходные. Единоновременно «КидБург» способен вместить около 800 посетителей и не менее 1500 человек в течение дня. Общая площадь заведения составляет 2800 м², на которой разместились: больница, почта, аэропорт, банк, полицейский участок и служба спасения. Здесь работают теле- и радиостудии, редакция газеты, театр и школа искусств. Для посетителей открыты супермаркет, ресторан, спортивный клуб, автопарк и другие предприятия и учреждения, без которых невозможно представить функционирование современного города. Кроме того, в «КидБурге» можно прогуляться по настоящему городскому парку и походить под парусом.

В центре функционируют 30 профессиональных зон (мастерских): от лётной школы и городского театра до салона красоты и пекарни, где обучают более, чем 50 видам профессий. В рамках каждой такой игровой зоны воспроизводится обучающий фильм: в течение 5-10 минут он повествует о профессиях, востребованных в этой зоне — зачем нужны такие специалисты, какими профессиональными навыками и личными качествами надо обладать и прочее. Это происходит в игровой, театрализованной форме.



Попадая в «КидБург», дети оказываются в новой реальности, оставляя родителей и свой привычный мир за границей этого центра. Главные в «КидБурге» — это дети, которые сами решают, какую профессию выбрать, освоить.

Каждому посетителю центра выдаются паспорт и трудовая книжка, заводится счет в банке. Паспорт — внутренний документ «КидБурга», похож на настоящий российский паспорт. В нем записаны основные права и обязанности гражданина, личные данные и данные родителей, делаются отметки о пересечении границы и другие необходимые сведения по мере их появления.

Вместе с паспортом каждому новому посетителю центра выдается маленький сертификат на получение подъемных средств. В первую очередь все жители отправляются с данным сертификатом в банк, где получают стартовый капитал для того, чтобы начать здесь свою жизнь и игру. Жизнь в «КидБурге» кипит и бурлит не менее интенсивно, чем во взрослом мире: дети работают, зарабатывают, потом тратят собственные деньги.





Оксана Орлова: Дети сейчас довольно рано становятся с деньгами, взрослые так или иначе заводят разговор о них, когда ребенок, например, просит что-то ему купить. Но в силу своего возраста, да и определенных общественных тенденций, дети ценность этих денег не понимают. Одна из целей нашего проекта – научить детей ценить труд, объяснить, что невозможно получить что-либо просто потому, что тебе этого в данную минуту хочется, что для достижения цели необходимо прилагать усилия.

Для разрешения на работу после выбора профессии необходимо пройти подготовку и получить документ, подтверждающий образование. Например, водителю необходимо окончить курсы вождения и получить права, врачу — пройти обучение и получить диплом, пилоту — лицензию и т.д.

Помимо мастер-классов и тренингов, для посетителей «КидБурга» есть и масса развлечений. Список



услуг также довольно широк: специальные новогодние программы, шоу, программы дней рождения, проведение выпускных балов и многое другое. К примеру, можно отправиться в удивительное путешествие в духе приключений Индиана Джонса. Совершив экстремальный полет на самолете-симуляторе, юные искатели приключений попадают в египетскую гробницу, полную мистики и загадок, преодолевают запутанный лабиринт, ищут древние артефакты в сокровищнице Фараона, познавая мастерство археологии. Никто и не подозревает, что мумия, мирно покоившаяся в гробнице, вот-вот оживет и вызовет бурю эмоций у юных археологов.

Кроме работы с частными посетителями, «КидБург» занимается проведением городских мероприятий, а также профориентацией школьников. Для школ разработаны специальные программы «Как найти себя», «Если бы я был...» и другие. Развивающие программы – одна из сильных сторон комплекса, специалисты разрабатывают их не первый год и хорошо знают, как сделать так, чтобы всем было интересно и полезно в них участвовать.

Проведение профориентированных программ так же отличает «КидБург» от его зарубежных аналогов, так как делает центр уже не просто коммерческим, но и социальным проектом. К сожалению, современные методы образования не всегда способны в доступной форме предоставить информацию, жизнь в «КидБурге», напротив, помогает в игровой форме быстро усвоить важный материал.

«КидБург» является познавательным проектом не только для детей, но и для их родителей. Родители мо-



гут оставить ребенка на время и уйти по своим делам, а могут остаться и наблюдать за игровым процессом. Для этого в «КидБурге» создана специальная лаундж-зона, оборудованная удобными диванами, видеопанелями и столом для игры в пинг-понг. Для родителей в центре предусмотрен свой свод правил, одно из которых — запрет на посещение мастерских.

Оксана Орлова: Родителям мы стараемся помочь увидеть своего ребенка со стороны, — таким, каким они его не привыкли видеть в обычной жизни. Это крайне интересно и полезно, потому что может подсказать родителям, как вести себя со своим малышом, чему уделить особое внимание и какие качества в нем нужно развивать.





Чтобы устроиться на работу в «КидБург», одного лишь педагогического образования или опыта работы в школе недостаточно. Это не удивительно, поскольку проект уникальный, и невозможно найти готового человека, чтобы сразу поставить его на работу.

Оксана Орлова: *Весь персонал нашего центра проходит специальные обучающие тренинги. Пока новый сотрудник, пришедший на работу, их все не пройдет и не получит сертификат от наших внутренних тренеров и преподавателей, он не будет допущен к работе.*

Если говорить о творческом персонале, то в качестве артистов у нас работают не студенты 2-3



курсов, а профессиональные актеры, которых мы дополнительно обучаем и воспитываем для наших центров. Штат у нас постоянный, и ротация персонала практически не происходит.

Каждый преподаватель должен учитывать возрастные особенности своих посетителей, которых можно разделить на следующие группы: 1-4 года, 4-8 лет, 8-12 лет, 12-14 лет, 18+. В зависимости от возраста куратор мастерской дает соответствующие знания и задания ребенку, так чтобы всем было интересно.

Те дети, которые уже овладели определенными навыками в конкретной профессии, при желании могут помогать куратору своей мастерской. В некоторых случаях дети даже устраиваются на работу помощниками или самостоятельными кураторами. О таком карьерном росте делаются отметки в паспорте гражданина «КидБурга».

Оксана Орлова: *Во всех наших центрах мы стремимся реализовывать основной принцип - учить детей через игру, потому что игра - это то, что для них наиболее органично. Ведь по идее вся эта большая ежедневная работа, преследует довольно простую цель - вырастить наших детей в атмосфере нравственности, любви и добра. «КидБург» - место, где дети могут свободно совершать свой выбор. Поэтому мы планируем развиваться дальше, расширять поле деятельности и идти вперед, ведь у нас в стране так много детей, заслуживающих быть счастливыми.*

*Материал подготовил
Игорь Родионов*





КСИЛА®
www.ksil.ru

**ЕВРОПЕЙСКОЕ КАЧЕСТВО
БЕЗОПАСНОСТЬ
ДИЗАЙН**



**СЕТЬ
ФИЛИАЛОВ
И
ДИСТРИБЬЮТОРОВ**

ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ



**КАЧЕЛИ, ГОРКИ, КАРУСЕЛИ
ДЕТСКИЕ ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ
СПОРТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
ТРЕНАЖЕРЫ, СКЕЙТ ПАРКИ
САДОВО-ПАРКОВАЯ МЕБЕЛЬ**



**194223, Российская Федерация
г. Санкт-Петербург, Светлановский пр., 25
тел.: +7 (812) 552 62 09, +7 (812) 552 80 61
факс: +7 (812) 552 88 48
e-mail:spb@ksil.ru**



ЭКСПЕРИМЕНТЫ

и развлечения



Наука – это спорт, гимнастика ума,
доставляющая мне удовольствие.

Альберт Эйнштейн

Мечтали ли вы когда-нибудь самостоятельно создать робота, сдвинуть шар при помощи мысли, научиться распознавать следы и отпечатки, выдуть удивительную фигуру из собственноручно приготовленного мыльного пузыря или изготовить красивый корабль из пенопласта? Всему этому и многому другому можно научиться в познавательном развлекательном центре в Москве, музее занимательных наук «Экспериментаниум».

Музей занимательной науки – еще один интересный, набирающий популярность в России формат из ряда умных развлечений, где все можно «потрогать своими руками». Идея превратить науку в развлечение уже воплощена в жизнь и сегодня активно эксплуатируется в индустрии досуга. На примере московского музея занимательной науки «Экспериментаниум» мы постараемся разобраться в особенностях подобных познавательно-развлекательных комплексов.

Перед открытием всегда следует эксперимент

На первый взгляд может показаться, что музей занимательной науки – это место исключительно для детей, и взрослого здесь мало что может заинтересовать. Однако при создании «Экспериментаниума» преследовалась цель открыть такое заведение, где можно было бы отдохнуть всей семьей, чтобы каждому ее члену – и трехлетнему, и четырнадцатилетнему, а также родителям – было бы действительно интересно и полезно провести время.

В школьные годы многие из нас читали занимательную физику Я.И. Перельмана – популяризатора науки, родоначальника идеи обучения через игру и наглядные простые экспонаты. К сожалению, во время блокады Ленинграда погиб сам Я.И. Перельман, а вместе и с ним и дом занимательных наук. Организаторы «Экспериментаниума» подхватили его замечательную идею, которая, кстати, находила свое частичное воплощение в работе советских домов пионеров и домов детского творчества, внимательно изучили американский и европейский опыт, и решили создать свой музей занимательной науки, который учит и развлекает одновременно.



Несомненно, чтобы создать достойный продукт, нужно быть всерьез им увлеченным и заинтересованным в успехе. В такой искренней увлеченности нельзя отказать организаторам столичного музея занимательных наук «Экспериментаниум». Все экспонаты были разработаны и созданы самостоятельно в небольшом НИИ музея.

Стоит отметить, что создание подобного проекта не всегда может быть эффективно с финансовой точки зрения, если нет собственного производства экспонатов. Дело в том, что все предметы экспозиций находятся в довольно агрессивной среде и настолько часто выходят из строя, что если у вас нет возможности самостоятельно их производить или ремонтировать, и приходится все закупать за границей, то содержание подобного музея станет слишком дорогостоящим. Музей существует чуть более года, а перед нами уже пятое поколение экспонатов. Все это стало возможно благодаря собственной производственной базе и небольшому НИИ, занимающемуся разработкой, совершенствованием, наладкой и прочими задачами, необходимыми для поддержания различных секторов музея.

Экскурсии, мастер-классы и незабываемые шоу

На площади 2300 кв.м. музея расположились разнообразные экспонаты и устройства, наглядно показывающие возможности науки и техники в разных сферах жизни современного человека, а также историю их развития. Постоянная экспозиция «Экспериментаниума» насчитывает более 250 экспонатов и охватывает основные разделы школьной физики: механики, молекулярной физики, электричества, магнетизма, оптики и акустики. Кроме того, вниманию посетителей предлагаются различные анатомические экспонаты, иллюзии и головоломки.

В интересной необычной форме посетители могут самостоятельно узнать: почему музыкальные инструменты «звучат»; как возникает торнадо; почему линзы увеличивают и уменьшают; каким образом информация обрабатывается в мозге и многое другое.

Ко всем экспонатам подобраны описания, которые разработчики постоянно стремятся улучшать, добавляя рисунки, шуточные пояснения, серьезные или наоборот более простые формулировки. Благодаря таким пояснительным табличкам посетители могут самостоятельно в произвольном порядке пройти к экспонатам, прочесть информацию о них, провести



задуманные эксперименты. Невозможно утверждать, что коэффициент полезного действия от посещения музея для каждого посетителя будет равен 100%, но даже если ребенок хотя бы что-то уяснит для себя — это уже хорошо. Ведь в 6 лет маленький посетитель поймет что-то одно, придя сюда в 7-8 лет, увидит то, что не увидел или не понял в первый раз, а в 14 лет будет готов воспринять и другую более сложную информацию.

Современное образование нередко занимается подготовкой достаточно узких специалистов, но действительно образованный человек должен иметь хорошую научную базу и знания из разных областей жизни. Из этих соображений в музее сейчас ведется работа над серией анатомических экспонатов, которые наглядно демонстрируют, что площадь легкого равняется 70 м², или что сердце действительно работает как насос и многое другое. Специалисты «Экспериментаниума» активно сотрудничают со всеми, у кого есть свои идеи и разработки. Некоторыми такими идеями делятся посетители музея. Кроме того, музей проводит конкурсы для поиска изобретателей и открыт к совместным проектам.

Помимо экскурсий, в музее предлагается широкий спектр различных мероприятий, в том числе мастер-классы и курсы по различным темам для детей разного возраста. На базе музея есть свой кино клуб, который предлагает увлекательную программу мероприятий, скорее, для взрослых и детей старшего возраста. Кроме того, в музее регулярно организуются познавательные шоу-программы: «Школа мыльных пузырей», «Тесла-шоу» и др.

«Экспериментаниум» смело можно назвать современным развлекательным центром, поскольку помимо широкого комплекса развлекательных услуг, здесь есть и уютное кафе, и сувенирный магазин с большим



выбором интеллектуальных игр и научно-популярной литературы, – все это важные составляющие для полноценного семейного отдыха.

Мальчишки и девчонки, а также их родители...

Основной посетитель музея занимательных наук – это, конечно, родители с детьми. Но также на увлекательные экспозиции и шоу приходит посмотреть немало молодежи, семейных пар, пожилые люди, школьники с преподавателями – практически все группы населения.

Дети до 14 лет могут посетить музей только в сопровождении родителей. Организаторы намеренно отказались от концепции «детской комнаты», куда родители могут «сдать» ребенка на время, а сами пойти по магазинам. Идея центра в том, чтобы родители могли с пользой и удовольствием провести время вместе со своим ребенком. Кроме того, посещение музея маленьким ребенком в одиночку может быть элементарно опасным не столько для него, сколько для экспозиций. Наводнять же территорию музея строгими охранниками, которые будут хватать детей за руки или как-то их контролировать, руководство музея не стало. Так что родители могут не только насладиться увлекательным совместным времяпрепровождением с любимым чадом, но и заодно присмотреть за ним.

Несмотря на то, что музей находится не в центре столицы, сюда стекаются любознательные посетители со всех районов Москвы, а также Подмосковья – Звенигорода, Подольска, Электроуглей и других городов.



По времени средний посетитель проводит здесь около 3-4 часов в день. Хотя билет никак не ограничивает человека и действует в течение дня – посетитель может выйти, поесть, решить какой-то свой вопрос и вернуться.





Поклонники интеллектуальных развлечений, объединяйтесь!

Практика показала, что данный проект далеко не везде может быть коммерчески интересным и окупаемым, но, осознавая важную социально-образовательную функцию подобных комплексов, нельзя исключать возможности привлечения государственных инвестиций и других источников финансирования. Вместе с тем, не во всех городах и регионах нашей необъятной родины подобный образовательно-развлекательный центр будет вызывать энтузиазм и интерес. К сожалению, есть случаи, когда родители не считают нужным наполнять детство ребенка какими-то интеллектуальными впечатлениями, а предпочитают сводить их на киносеанс. Тем более что цена билета в интерактивный музей не самая низкая, что отчасти связано со стоимостью производства экспонатов.

Однако, несмотря на все возмож-



ные подводные камни, сеть музеев занимательной науки «Экспериментаниум» в настоящее время активно развивается в регионах. Аналогичный центр уже открылся в Саратове; выставка, организованная музеем, работала летом этого года в Сочи; в ближайшее время подобный музей откроется в Киеве. Организаторы готовы к сотрудничеству по франшизе и всесторонней помощи при открытии подобных заведений, а также поставлять экспонаты для проведения научно-популярных выставок в разных городах России.

Неразрывный союз профессии и человека

В «Экспериментаниуме» работает около 80 человек, основная масса среди которых – экскурсоводы. График экскурсий в музее достаточно плотный, поэтому всегда должны быть несколько свободных дежурных специалистов на случай необходимости проведения индивидуальной экскурсии. Кроме экскурсоводов, в музее свой штат техников, занимающихся постоянным мониторингом экспонатов, их обслуживанием, проверкой всех узлов, систем и прочих технических нюансов. В штате музея также числятся копирайтер, специалист, ответственный за шоу-программы, куратор мастер-классов и др.



Посетив уже достаточно большое количество различных предприятий индустрии развлечений, в очередной раз удивляешься, насколько много по-настоящему увлеченных людей в них работают. Невозможно было бы достичь всех тех успехов без профессионального отношения и искренней любви к своему делу каждого члена команды «Экспериментаниума». Глядя на их энтузиазм и на увлекательнейшие самостоятельно ими разработанные и созданные экспонаты, загораешься сам и искренне начинаешь верить в светлое будущее российской науки. Ведь если наши дети будут развлекаться изучением законов физики, логики, математики и прочих наук, то у нас впереди отличное будущее!

Игорь Родионов



Выбор развлекательного оборудования. С чего начать?

*Виталий Елиференко
Управляющий партнер ГК «Game City»*

Осень – начало сезона в различных сферах бизнеса.

Не секрет, что в индустрии развлечений этот период также является своего рода отправной точкой.

Действующие операторы строят планы по привлечению новых и удержанию постоянных клиентов. Новички, в большинстве своем именно в это время стараются открыть свой первый развлекательный центр, чтобы как можно быстрее выйти на нужные показатели.

И тех и других объединяют множество похожих вопросов:

- Какое оборудование установить в свой развлекательный центр?
- Каков будет срок его окупаемости?
- И что делать, если вдруг, какая либо деталь оборудования выйдет из строя?

Безусловно, все эти вопросы важны и актуальны.

В поисках ответов, мы обратились к представителю ГК «Game City» Виталию Елиференко.

При подборе развлекательного оборудования, мы всегда опираемся на личный опыт оперирования, а также статистику развлекательных центров наших клиентов.

Поэтому «не играющей» техники в нашем прайс-листе Вы не увидите.

В него мы включаем только те позиции, которые успешно зарекомендовали себя за последнее время и имеют не завышенную цену (в связи со своей новизной).

Причем, авторитетность производителя оборудования не является для нас основополагающей.

Главное – это не бренд, под которым сделано оборудование, главное в нашем бизнесе, чтобы оборудование всегда работало и приносило радость посетителям.

При правильном и оптимально сбалансированном подборе развлекательного оборудования, срок его окупаемости составит не более 10 месяцев, что доказано на практике.

В случае, когда к нам обращается начинающий предприниматель, мы с удовольствием разрабатываем для него проект развлекательного центра, помогаем с его наполнением, проводим обучающие семинары для персонала. И заметьте, все услуги совершенно бесплатны и идут в качестве дополнения к поставке оборудования.

Наши клиенты всегда получают бесплатное сервисное обслуживание в течение года, а также возможность поставки любых запасных частей и расходных материалов в быстрые и понятные сроки.

Выбирая оборудование, в первую очередь выберите поставщика, отвечающего всем Вашим требованиям и настроенного на долгосрочное сотрудничество.

И в результате Ваш бизнес принесет прибыль Вам, а Вашим клиентам море приятных эмоций.

С уважением, Виталий Елиференко

Все виды развлекательного оборудования.

Продажа. Аренда. Сервис.



© Группа компаний "Game City"
308002, Россия, г. Белгород
ул. Щорса, дом 53

Тел./факс: +7 (4722) 578-047
Сот.: +7 (910) 329-23-25

Эл-почта:
gamecitygroup@gmail.com
office@gamecitygroup.com

Сайт:
www.gamecitygroup.com

В МИРЕ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Итоги XIV Международной выставки
«Аттракционы и развлекательное
оборудование
РАППА ЭКСПО-2012»



«Вы делаете то, что нам надо» – фраза, адресованная организаторам выставки РАППА ЭКСПО одним из экспонентов, как нельзя лучше характеризует это важнейшее мероприятие индустрии развлечений России, и, безусловно, является очень дорогой оценкой для организаторов – Российской ассоциации парков и производителей аттракционов (РАППА).

С каждым годом выставка РАППА расширяет свою экспозицию, представляя вниманию специалистов новых игроков рынка развлечений, уникальные продукты и новые идеи. XIV Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2012», прошедшая с 21 по 23 марта 2012 года в Москве в павильоне 75 Всероссийского выставочного центра (ВВЦ), не стала исключением и побила собственный же рекорд, став самой крупной выставкой индустрии развлечений России и стран СНГ за все 14 лет своего существования.

Выставка РАППА ЭКСПО-2012 прошла при поддержке Правительства Москвы, Международной ассоциации парков (IAAPA) и компании TSI Ltd (Великобритания). О значимости события можно судить хотя бы по списку гостей, участвовавших в церемонии открытия выставки: заместитель Председателя Комитета по промышленности Государственной Думы РФ Павел Дорохин, заместитель Председателя экспертной комиссии по инновациям и модернизации Государственной Думы РФ Андрей Творогов, Президент РАППА Владимир Гнездилов, заместитель директора института ВНИИНМаш Рос-



ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**НЕЙЛ
ПАСТЕРИС**

КОМПАНИЯ

«Visual Sports Systems»

Канада

Выставка «РАППА Экспо – 2012» стала для нас крайне успешной!

Мы занимаемся разработкой программного обеспечения для симуляторов спортивных игр, которые воссоздают шесть видов спорта: футбол, хоккей, баскетбол, бейсбол, гольф и американский футбол. В России большой популярностью пользуются хоккей и футбол, поэтому для нас очень перспективен российский рынок. На выставке мы встретили много заинтересованных покупателей, нашли потенциальных дистрибьютеров нашего оборудования в России.

Выставка РАППА многому научила нас – помогла понять, как работать на российском рынке и с какими проблемами можно столкнуться. РАППА ЭКСПО – это, действительно, шоу, соответствующее мировому уровню, и по организации превосходящее многие другие мировые выставки, на которых мы были.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**АНДРЕЙ
КУЗНЕЦОВ**
компания
КБ «Технологии кино»
Москва

Мы впервые участвовали в выставке РАППА, и у нас остались очень хорошие впечатления. Во-первых, очень много посетителей, во-вторых, представлено много новых разработок.

Финансовый результат для нас стал очень существенный. На выставке мы представили две новинки: симулятор, на котором два человека одновременно могут соревноваться между собой, и новую систему построения 3D изображения, позволяющую «пощупать» то, что у тебя перед глазами. На выставке мы продали 12 комплектов этой системы!

И масштабы выставки, и организация – все нам очень понравилось!



стандарту Павел Филиппов. Приветствие участникам и гостям выставки прислал Специальный Представитель Президента Российской Федерации по международному культурному сотрудничеству, Посол по особым поручениям Михаил Швыдкой.

В РАППА ЭКСПО-2012 приняли участие 176 компаний из двадцати стран мира – России, Беларуси, Италии, США, Китая, Великобритании, Турции, Индии, Голландии, Швейцарии и др., в том числе более 40 новых фирм, среди которых такие известные зарубежные производители, как Swiss Rides (Швейцария), BN Performance Rides (Италия), Elaut Germany (Германия), Liben Industrial Corporation (Китай), Visual Sports Systems (Канада), а также ряд россий-



ских компаний – HIPPO kids, Папа Карло, Техника+, КБ «Технологии Кино» и др.

На выставке традиционно были представлены практически все виды аттракционной техники и развлекательного оборудования. Из тенденций 2012 года стоит выделить значительное число производителей оборудования для детских площадок, в т.ч. и зарубежных компаний; множество виртуальных кинотеатров и симуляторов; тир, надувное оборудование, игровые автоматы, электромобили, оборудование для боулинга, билетные системы, а также продукция вендинговых компаний. Среди услуг для индустрии развлечений можно отметить предложения по проектированию парков и консалтинг развлекательного бизнеса, ландшафтному и тематическому оформлению территорий и др.

Выставку РАППА ЭКСПО-2012 посетили более 5000 специалистов: директора и руководители предприятий, топ-менеджеры, инженеры, администраторы, эксперты в вопросах безопасности аттракционной техники, представители городских администраций, руководители учреждений различных уровней, предприниматели и инвесторы, ищущие интересные проекты, и другие профессионалы в сфере развлекательного бизнеса.

Работа выставки сопровождалась насыщенной деловой программой, которая в этом году, как отметили многие участники, была особенно разносторонней и интересной. Деловые мероприятия РАППА дают участникам возможность не только получить новые знания и идеи для бизнеса, но и лично пообщаться с руководителями ведущих предприятий индустрии развлечений и экспертами отрасли.



ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**YONGBAO
WANG**

компания
«Liben Industrial
Corporation»
Китай

Мы участвовали в выставке РАППА впервые, и должен отметить, что это был замечательный опыт, поскольку у нас была возможность встретиться лицом к лицу со специалистами индустрии развлечений со всей России.

Наша компания производит оборудование для детских площадок, а также игровое оборудование для занятий в школах. Российских потребителей привлекает качество нашей продукции и разумные цены, поэтому нам очень нравится здесь работать. За три дня наш стенд посетили 130 специалистов, из которых 30% оказались готовы купить нашу продукцию. Что касается того, чем еще можно улучшить выставку РАППА, то, на мой взгляд, она уже совершенна!

В семинарах, бизнес-тренингах, круглых столах, встречах в рамках международной конференции «Перспективы развития индустрии развлечений в России» приняли участие более 270 специалистов индустрии развлечений.

В своих выступлениях докладчики затронули такие животрепещущие проблемы, как: перспективы развития детского досуга, безопасность детских площадок и аттракционов, повышение рентабельности парка в современных условиях, зонирование пространства и организация общепита, эффективность рекламы на территории парков.

Много говорилось об экономической эффективности работы развлекательных центров и крытых парков аттракционов. Слушатели получили практические советы по управлению боулинг-клубами, информацию о системе мотивации и поощрения персонала, узнали о способах увеличения доходности парков и развлекательных центров.

Известные эксперты рассказали о юридической поддержке бизнеса в индустрии развлечений России, о том, как организовать интересный праздник



Лауреаты «Золотого Пони Москва – 2012»

в парке или развлекательном центре, а также как повысить доходность предприятия за счет автоматизации работы. Весьма активно прошел круглый стол, посвященный повышению безопасности аквапарков.

Среди спикеров конференции были не только специалисты индустрии развлечений, но и известные публичные люди, которым также было что рассказать участникам. Event-директор объединенной компании «Афиши» и «Рамблер» Евгения Галетка рассказала о современных подходах проведения массовых мероприятий и технологии привлечения новой аудитории; ведущий радиостанции «Серебряный дождь» Никита Небылицкий, известный в индустрии развлечений больше как владелец сети популярных картинг-центров, в своем выступлении рассказал об эффективности работы центров подобного формата.

Одним из самых посещаемых мероприятий выставки стал круглый стол, на котором состоялся показ фильмов о лучших парках и развлекательных центрах

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**АНДРЕЙ
БАЗАРОВ**

компания
«HIPPO-KIDS»
Екатеринбург

На выставку РАППА приезжают специалисты из разных городов России, которые планируют расширять либо открывать парки аттракционов. На выставке у нас было много встреч, особенно в первый и второй день. Есть несколько договоренностей о проектировании парков на юге страны, в Свердловской области и в центральной части России.

На своем стенде наша компания представила аттракционы разного формата: симулятор, музыкальные аппараты, редемпшн-аппараты, детские качалки и наш хит – аттракцион «Пират».

Все было очень здорово! Желаем организаторам выставки дальнейшего развития, и, думаю, мы будем участвовать в каждой последующей выставке РАППА.



России. Участники этого мероприятия смогли не только посмотреть представленные сюжеты, но и задать вопросы руководителям предприятий.

21 марта в рамках выставки РАППА состоялась церемония вручения Международной награды за достижения в индустрии развлечений «Золотой Пони Москва – 2012». Организатор церемонии – итальянский издательский дом «Facto Edizioni», уже второй год подряд выбирает выставку РАППА в качестве площадки для вручения этой престижной награды.

Лауреатами «Золотого Пони Москва – 2012» стали: Парк чудес (г. Кемерово), детский парк «Сказка» (г. Липецк), Парк культуры и отдыха им. Щербакова (г. Донецк, Украина), компания «Game City» (г. Белгород), компания «Планета развлечений» (г. Воронеж), компания «Bausaa» (Италия), развлекательный центр «Funky Town» (Казахстан), развлекательный центр «Funtura» (г. Донецк, Украина), парк аттракционов «HappyLon-Vegas» (г. Москва), известный международный эксперт, президент компании TSI Ltd (Великобритания) г-н Gerry Robinson.

Церемония вручения «Золотого Пони» проходила в рамках торжественного приема по случаю открытия выставки, который превратился в незабываемое шоу с участием танцевальных коллективов, мастеров эквилибра и известной группы «Mercedes DANCE».

Компании, представившие лучшие экспозиции на выставке, были награждены золотыми медалями РАППА: Brunswick, Elaut Germany GmbH, Qubica Amf,

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ЛЮБОВЬ
ГУБАНОВА**
КОМПАНИЯ
«Техника +»
Санкт-Петербург

Выставка РАППА произвела на нас потрясающее впечатление! Это выставка – праздник! Выставка, которая дарит людям радость!

У нас динамично развивающаяся компания, мы легко и быстро реагируем на потребности рынка и стараемся работать под запрос клиента. На выставке мы представили оборудование, которое сегодня наиболее востребовано на рынке. О конкретных результатах говорить еще рано, но, думаю, что они будут очень хорошими, и мы с большим удовольствием продолжим сотрудничество с РАППА. Всегда есть возможность двигаться вперед, поэтому нужно расти и развиваться.

От имени нашей компании я хотела бы поблагодарить организаторов выставки, отметить высокий уровень всех мероприятий и достойный контингент экспонентов. Было очень приятно участвовать в этом празднике бизнеса. Желаю выставке РАППА дальнейшего процветания и расширения!

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**КОНСТАНТИН
НЕЗНАНОВ**
компания «ELAUT»
Германия

Впечатления о выставке РАППА остались положительными, и даже превзошли наши ожидания.

Чувствуется очень оперативно и грамотно – настоящий европейский уровень. На выставке мы представили только часть нашей продукции: кран-машины, кушар-машины, радиоуправляемые корабли и развлекательные аппараты.

Нам все понравилось! Так держать!

группа компаний «RIF», Shinin group, Total Interactive Technologies, Завод «Воздушный замок», КБ «Технологии кино», Мир развлечений, Развлекательные аппараты, Техника +.

Выставка РАППА ЭКСПО-2012 в очередной раз показала, что пользуется устойчивой популярностью среди специалистов индустрии развлечений со всего мира.

Одной из главных задач выставки является продвижение российских производителей на международный рынок, о чем свидетельствует растущее с каждым годом число посетителей из-за рубежа.

За годы своего существования выставка РАППА стала не только одним из ведущих мировых выставочных брендов в области индустрии развлечений и центром, где формируется политика развития развлекательного бизнеса России, но и местом, посещение которого стало для специалистов индустрии развлечений элементом имиджа и профессиональной культуры. На протяжении многих лет выставка РАППА остается центральной площадкой, где презентуются новинки и достижения развлекательной отрасли, именно здесь были заложены основы цивилизованного рынка развлечений в России.

Весной 2013 года выставка РАППА ЭКСПО будет



отмечать 15-летний юбилей. Безусловно, это станет значимым событием в индустрии развлечений России, определенным рубежом подведения итогов, и, наверняка, точкой отсчета для очередного периода роста и развития нашей отрасли.

Ждем Вас с 20 по 22 марта в павильоне 75 Всероссийского выставочного центра (ВВЦ) на XV Юбилейной международной выставке «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2013».

С нами в мир развлечений!

Марина Горбачева

ООО «Антай Сервис»

- Разработка и производство развлекательных автоматов для взрослых и детей.
- Технический сервис развлекательного оборудования.
- Аэрохоккей и кран-машины, современные и яркие, надежные автоматы отличного качества по доступным ценам.

**www.igra-servis.ru
тел.: 8 903 947-79-06**





Лауреаты «Золотого Пони Москва – 2012»



Парк чудес
г. Кемерово



Детский парк
«Сказка»,
г. Липецк



Парк
Щербакова,
г. Донецк,
Украина



Game city
группа компаний

Все виды развлекательного
оборудования.



Компания
«Game City»,
г. Белгород



Компания
«Планета
развлечений»,
г. Воронеж



NEW VULCAN-X

Game city
группа компаний

Новинка на Российском рынке

Супер современный симулятор стрельбы для двух игроков.

Война с террористами в городских условиях.

У Вас в распоряжении два реалистичных пулемета с отдачей и скоростью стрельбы 10 пластиковых пуль в секунду.

Непередаваемые ощущения



**В наличии
со склада
в Москве**



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

Тел.: +7 (4722) 578-047, факс: +7 (4722) 578-047, сот.: +7 (910) 329-23-25

Эл-почта: gamecitygroup@gmail.com, office@gamecitygroup.ru

gamecitygroup.com



Лауреаты «Золотого Пони Москва – 2012»



**Компания
«Bausaa»,
Италия**



**Сеть
развлекательных
центров
«Funky Town»,
Казахстан**



**Развлекательный
центр
«Funtura»,
г. Донецк,
Украина**



**Парк
аттракционов
«Happyton-
Vegas»,
г. Москва**



**Джерри
Робинсон,
компания
«TSI Ltd»,
Великобритания**





Интерактивные решения для развлечения и обучения



Орион

Интерактивный аттракцион

Компактный размер, большой выбор интерактивных программ на различных языках и система контроля в режиме реального времени обеспечивает быструю окупаемость аттракциона. Десятки аттракционов Орион успешно функционируют в России, Индии, США, Таиланде, Китае и других странах мира.



До 31 октября 2012 года действует специальное предложение на аттракционы Орион.
новый яркий дизайн • система подвижности 3D OF • стерео изображение • полная интерактивность всех участников

Kids-Force

Интерактивный детский комплекс

Kids-Force — это уникальное решение для детских развлекательных центров и игровых зон, торговых центров и кинотеатров. Небольшие размеры (от 20 кв. метров) в совокупности с невысокими затратами на обслуживание обеспечивают быстрый возврат инвестиций. Посетители комплекса совершают захватывающее виртуальное путешествие во времени и пространстве. Каждый столик комплекса оборудован монитором и пультом управления, с помощью которых посетители отвечают на вопросы викторин, общаются с обитателями виртуального мира, фотографируют интересные объекты — то есть становятся полноправными участниками виртуального приключения. Широкая библиотека программ включает в себя образовательные уроки и развлекательные путешествия.



РАППА ЭКСПО
ОСЕНЬ - 2012
Стенд L5/1

199178, Санкт-Петербург,
Малый пр. В.О., 54-4

Тел.: +7 812 325-31-31
факс: +7 812 325-31-32

es@transas.com
www.trans-force.ru



Муниципальный парк как рентабельный бизнес

*Алексей Тарасов
Директор МАУК «Нижний парк»,
г. Липецк*

С 2008 года органы власти наконец-то повернулись лицом к муниципальным паркам, позволив им установить щадящий режим работы и перейти в статус автономных учреждений.

К сожалению, действующие ФЗ № 223 и ФЗ № 83 по-прежнему ограничивают самостоятельность парков, как иногда у нас бывает: «сначала отпускают вожжи, потом придерживают». Но активные руководители вполне могут справиться со всеми задачами, и придать своим муниципальным учреждениям культуры современный вид. Мы расскажем о нескольких стратегических направлениях, которыми можно этого достичь, хотя многие идеи подойдут и для частных парков.

Пять шагов к рентабельности

Каждый руководитель муниципального парка стремится повысить интерес к своему предприятию, увеличить его рентабельность, повысить доходность от предпринимательской деятельности, оптимизировать расходы на содержание территории и заработную плату без потери качества обслуживания посетителей.

Чтобы эти мечты могли стать реальностью, можно использовать несколько стратегических приемов в работе, которые мы активно внедряем в парках г. Липецка.

1. ПЕРЕВОД МУНИЦИПАЛЬНЫХ ПАРКОВ В СТАТУС АВТОНОМНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Многие руководители уже давно убедились, что статус автономного учреждения дает парку больше самостоятельности в распределении доходов, позволяет направлять средства на наиболее значимые программы и постепенно превращает парк в образцовое учреждение культуры.

В Липецке для 4 парков выделяют примерно 30 млн. рублей в год. В основном на благоустройство, электричество, воду, уборку территорий, коммунальные услуги. Зарплату персоналу мы платим из своего бюджета.

Муниципальный заказ можно осуществлять собственными силами. Автономное учреждение освобождается от действия 94 закона – нет необходимости согласовывать все «мелочи», как раньше, выбирать самых дешевых поставщиков, а исходить из выгоды и качества услуги или продукции, которые вам необходимы.

Еще один немаловажный плюс МАУК (муниципальное автономное учреждение культуры) – возможность брать кредиты на покупку аттракционов и другие цели, связанные с развитием парков.

2. ОПТИМИЗАЦИЯ

Несомненные плюсы имеет объединение нескольких муниципальных парков в рамках одного города.

Создание единой бухгалтерии, инженерной, кадровой и маркетинговой служб позволяет сократить штаты, уменьшить расходы, упростить контроль, повысить производительность труда и зарплату работников. Сокращаются расходы на обслуживание финансово-бухгалтерской деятельности. Благодаря оптовым закупкам расходных материалов для ведения хозяйственной деятельности, снижаются маркетинговые расходы. Происходит и улучшение имиджа парка, как клиента кредитных организаций.

В прошлом году администрация города Липецка объединила два из четырех парков: Нижний и Верхний парки. Была создана единая инженерная служба – намного проще, когда есть одна большая мастерская, и нет необходимости содержать много механиков и рабочих.

Техническое обслуживание аттракционов мы отдали на аутсорсинг сторонней организации. Сделали много работ в плане рекламы, разработали брендбук Нижнего парка, провели реконструкцию нескольких аттракционов. Все это привело к сокращению штата, упрощению контроля, и вследствие чего, к повышению производительности труда. Если до объединения двух парков расходы на зарплату составляли 80% от всего валового дохода, то за 2011 год прибыль увеличилась на 68%, а фонд заработной платы стал составлять порядка 35%, при том что зарплата у сотрудников увеличилась.

3. ФОРМАТИЗАЦИЯ

Существует три основных формата отдыха: детство, семья, экстрим. Поэтому, если есть возможность, то лучше развести деятельность городских парков по разным форматам. Форматизация позволит создать

идеальные условия для каждой из целевых аудиторий. Громкий детский смех не мешает бабушкам слушать симфонический оркестр, конкурс «Играй гармонь!» пройдет на специально отведенной площадке или в соседнем парке, а молодежи будут отведены для катания на скейтбордах и роликах специальные дорожки.

В Липецке эта цель постепенно достигается. Многие уже хорошо знают, что «Сказка» – парк для детей, «Нижний парк» – парк для семьи, «Парк Победы» – для молодежи, «Быханов сад» – универсальный парк культуры и отдыха.

4. ТЕМАТИЗАЦИЯ

Если оглянуться на 5-10 лет назад, то тогда многие парки в России были похожи друг на друга: типичные аллеи, один набор аттракционов, и иногда даже сложно было понять, в каком городе тот или иной парк находится. Тематизация позволяет индивидуализироваться и найти паркам своего посетителя. При помощи достаточно простых приемов можно разделить всю целевую аудиторию на потоки, проводить культурно-массовые мероприятия, интересные определенной категории посетителей, при этом сохранив свое лицо, свою маленькую изюминку каждому из парков.

Вот только некоторые инструменты, при помощи которых можно сделать Ваш парк индивидуальным и непохожим ни на один другой:

- единая оригинальная **униформа** обслуживающего персонала;
- **ландшафтный дизайн**, присущий конкретному парку, перекликающийся с его тематикой;
- **бренд-бук**: широкое использование логотипа, фирменных цветов в элементах оформления парка, соблюде-

ние единых правил визуального использования стиля, что является непременным атрибутом деятельности парка;

- **реклама**, причем как внешняя, так и внутренняя, направленная на повышение имиджа парка и его привлекательности;

- **PR** (public relations). Немаловажной составляющей успешной работы муниципальных парков является налаживание связей с общественностью. Привлечение органов власти, различных общественных, муниципальных учреждений и коммерческих компаний к работе с парком положительно сказывается и на его имидже, и на повышении рентабельности.

Приглашение средств массовой информации на мероприятия, проходящие в парке, размещение пресс-релизов и отчетов о деятельности парка на страницах печатных и электронных СМИ, гарантирует привлечение большого количества посетителей и повышение внимания властей;

- **сайт парка** должен ярко отражать тематику учреждения, его исключительную направленность на ту или иную категорию посетителей, пытаться через публикацию материалов донести до потенциальных посетителей свою индивидуальность, значимость индустрии развлечений и отдыха в жизни горожан;

- **анимация**. Трудно переоценить значение работы аниматоров во время проведения различных культурно-массовых мероприятий. В каждом муниципальном парке желательно иметь свою команду, хорошо знающую парк, работа которой будет направлена на привлечение посетителей. Конечно, эта веселая команда обязательно должна быть одета в цвета вашего парка.

Нужно сделать так, чтобы всем было комфортно в Вашем парке! Каждой аудитории нужно что-то предлагать: и детям, и молодежи, и взрослым.



Детский парк «Сказка» г. Липецк

Сейчас на базе Нижнего парка мы развиваем своего рода Дворец культуры под открытым небом. Мы закупили звуковое и музыкальное оборудование – барабаны, гитары и т.д., и создали постоянно действующую репетиционную базу, куда может прийти молодежь и бесплатно заниматься в парке. Для взрослого поколения играет духовой оркестр.

При этом мы стараемся не проводить в парках больших эстрадных мероприятий. Когда посетитель при-



ходит только посмотреть концертную программу и затем уходит, то для парка от этого нет никакой пользы, потому что наш основной доход формируется от катания на аттракционах. Поэтому большинство программ мы переносим в зону аттракционов, а на эстраде проводим небольшие мероприятия с перерывом 20-30 минут. В культурную программу обязательно включаем какие-то элементы, связанные с аттракционами, розыгрыш призов, билетов. Очень полезно, когда при проведении развлекательных программ используется принцип «интерактивности» – люди не просто смотрят мероприятие, но также принимают в нем участие.

5. АВТОМАТИЗАЦИЯ

Немаловажное место в повышении эффективности работы парка играет и автоматическая система контроля доступа, с помощью которой производится:

- безналичный расчет при катании на аттракционах с применением пластиковых бесконтактных карт;
- учет и контроль рабочего времени работников парка;
- оперативный контроль работы сотрудников охраны;
- повышение эффективности управления площадкой аттракционов и контроль ее работы в режиме реального времени;
- получение детальных отчетов по использованию аттракционов и анализ статистики, что важно для установления ценовой политики и расстановки аттракционов;
- усиление трудовой дисциплины;
- исключение злоупотреблений со стороны персонала за счет использования безналичных расчетов.

С 2008 года переводом липецких парков в статус муниципальных автономных учреждений культуры начался первый этап реализации проекта оптимизации их дея-

тельности. С декабря 2010 года – второй этап – объединение Верхнего и Нижнего парков в единое юридическое лицо – МАУК «Нижний парк».

В итоге, опыт объединения муниципальных парков Липецка показал всю значимость введения новшеств в различные сферы деятельности и на практике доказал, что эффект от их внедрения приводит к явному повышению доходности парка.

В результате проведенных мероприятий общая посещаемость аттракционов Нижнего парка выросла на 19%, а рост выручки от продажи билетов составил порядка 40%, уменьшился удельный вес фонда оплаты труда в общей смете расходов, что позволило за счёт высвободившихся средств начать реализацию собственных проектов.

Активно пользуясь пятью вышеперечисленными принципами, парки Липецка удалось вывести на новый уровень обслуживания посетителей, решить много социально значимых вопросов, создать более комфортные условия для отдыха горожан, повысить посещаемость, превратить парки в одно из любимых мест отдыха в городе.



УРП "Завод "Воздушный Замок"

AirPalace®

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

ПРОИЗВОДСТВО НАДУВНЫХ АТТРАКЦИОНОВ

Надувные батуты.
Водные горки. Аквапарки.
Надувные бассейны. Пляшущие человечки.
Мягкие модули. Навесы эстрады. Автоманежи.
Пневмокаркасные сооружения.
Воздухоопорные здания.





Веселая радуга, Малыш, Кроха, Чих-Пых и другие...

Ефименко Галина Алексеевна
Старший менеджер
СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»

...Снова осень усыпает листьями дорожки в парке... Сентябрь готовит нас к встрече зимы! А мы всё так же, как и летом, продолжаем выпускать паровозики, тирь и другие аттракционы. Только производство водных аттракционов пока прекращено – до декабря-января. А паровозики (4 вида – большой, средний, поменьше и совсем маленький) мы выпускаем и продаём круглый год уже более 13 лет! Ведь и осенью, и зимой на них катаются посетители Ваших парков, они всегда участвуют в праздничных мероприятиях в парках и на площадях Ваших городов.

Кроме «Весёлой радуги», «Малыша» и «Крохи», в праздниках обычно участвуют и наша «Емелина Печка», и «Самоходные Сани».

А теперь, когда развлечения всё больше и больше «переходят» под крышу, мы постоянно думаем о нашем участии в производстве аттракционов для помещений. «Тематические Авансцены для тиров», которые мы выпускаем около 10-ти лет, давно уже прочно завоевали место в кинотеатрах и развлекательных центрах многих городов нашей страны и стран ближнего зарубежья. Они давно уже признаны лучшим способом вложения денег, о чём были написаны экономические статьи в серьёзных журналах. Ведь выручка в наших тирах превышает выручку в любых других тирах в 5-6 раз!

Наш самый маленький паровозик «Чих-Пых» на электрических батареях, благодаря своей полной экологической безопасности, лёгкому весу (не портит любое покрытие полов в помещении) и маленькому радиусу разворота (прекрасно разворачивается в коридоре шириной 5 метров) уже начинает завоёвывать торгово-развлекательные центры. Добавим к перечисленным выше его достоинствам полную безопасность данного аттракциона – изготовлен из негорючих материалов в соответствии с ГОСТ Р 53130-2008, конструкция обеспечивает быструю эвакуацию детей в экстренных случаях.

В настоящее время мы приступили также к выпуску небольших мобильных каруселей для ТРЦ и кинотеатров. Яркие красочные карусельки и качалки для маленьких, изготовленные из стеклопластика с применением акриловых красок с блёстками пока завершают наш ассортимент аттракционов для помещений.

Мы работаем для Вас, дорогие наши заказчики! Звоните, пишите, заказывайте! Пусть в Ваших парках и в помещениях для развлечений всегда светятся улыбки Ваших гостей!



«Чих-Пых» в ТРЦ СБС (Краснодар)

Всегда Ваша,
Ефименко Галина Алексеевна

СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»
404111, г. Волжский Волгоградской обл.,
ул. Молодёжная, 30, офис 207
Тел./факс: (8443)27-53-13,
Тел.: (8443)27-35-30,
8-902-311-00-93
www.locomotive.org.ru
raduga0512@mail.ru



Авансцена для тира «Морской бой»



Авансцена для тира «Русские сказки»



«Емелина печка» и «Сани-прицеп»



«Веселая радуга»



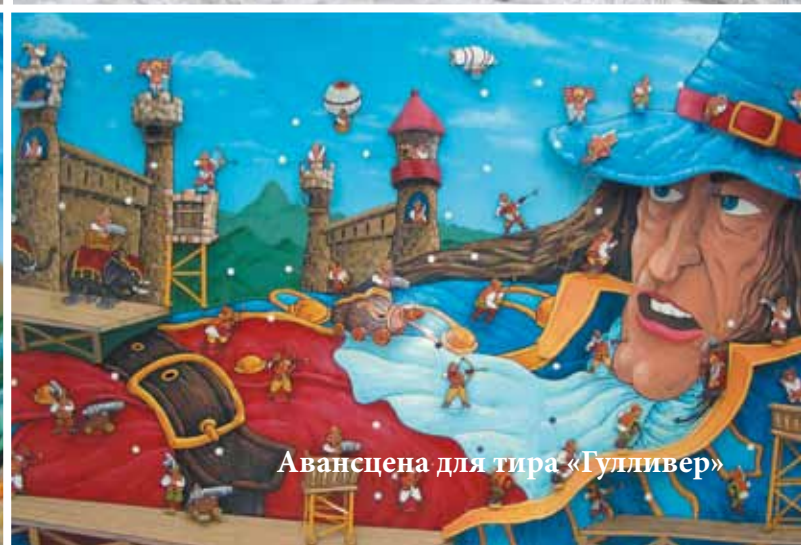
«Кроха»



«Малыш»



Авансцена для тира «Освобождение динозавров»



Авансцена для тира «Гулливер»



*Александр Бениаминов
Компания EntenS Group, г. Москва*

Модель поведения гостя как основа управления развлекательным бизнесом



*Алексей Просандеев,
Компания EntenS Group, г. Москва*

Как сделать так, чтобы гости развлекательного центра или парка возвращались вновь и вновь? Как организовать процесс предоставления услуг таким образом, чтобы максимально удовлетворить потребности все более искушенного в развлечениях клиента? Как ни странно это звучит, но лучше всего ответить на эти вопросы нам поможет наш посетитель. Но, скорее всего, вы не получите эти ответы, попросив его просто заполнить анкету, даже самая обширная и детальная анкета не позволит нам добраться до истины. Ответы скрыты не в словах и размышлениях гостя, а в его поведении. Посетитель развлекательного заведения не расскажет, а покажет нам, как ему удобнее всего отдыхать, он может не высказать свою претензию вслух, но своим поведением явно даст понять, что ему понравилось в Вашем развлекательном центре или парке, а что откровенно не понравилось или вызвало раздражение.

Алгоритм действия гостя от момента пересечения границы развлекательного центра или парка до момента, когда он покидает эти границы, принято называть «моделью поведения». Именно эта модель служит основой для «тонкой настройки» развлекательного бизнеса, позволяя создавать пространство, удобное для клиента. И, конечно, добиваться за счет этого большего финансового результата.

История вопроса

Понимание того, что, наблюдая за поведением клиента, можно значительно повысить эффективность своего бизнеса, появилось давно. Но в большинстве случаев до недавнего времени это воспринималось лишь как причина беспокойных владельцев бизнеса.

К. Хилтон, основатель крупнейшей сети отелей, мог часами стоять в вестибюле собственных гостиниц и наблюдать, чем заняты его постояльцы. Именно из наблюдений за поведением клиентов родилась его идея присваивать гостиницам определенную категорию в виде «звезд», что позволило клиентам быстрее ориентироваться при выборе отеля. Наличие высокой категории «звездности» сразу же дает представление о том, какой уровень сервиса можно здесь получить, и сколько это будет стоить.

В конце 50-х годов прошлого века наблюдение за поведением клиента легло в основу научного подхода к орга-

низации торговли – мерчандайзинга, науку на стыке маркетинга, психологии и социологии. С тех пор эти знания перестали быть делом отдельных талантливших бизнесменов. Сегодня ни одна современная торговая точка не может работать эффективно без использования достижений этой науки.

Инструменты мерчандайзинга позволяют правильно организовать движение посетителя магазина по торговой точке, привлечь его внимание к определенному товару или группе товаров без участия продавцов, дать возможность выбирать, но при этом лишить его выбора в вопросе «сколько я могу потратить?». Доказательством эффективности этой науки являются покупатели с переполненными тележками, на 50% состоящими из незапланированных к покупке продуктов. И все эти результаты получены лишь благодаря наблюдению за «моделью поведения» клиента в торговой точке.

Существует ошибочное мнение, что достаточно просто «нарисовать» портрет своего целевого клиента – его пол, возраст, уровень дохода и семейное положение; сделать на основе «портрета» предложение, и гость придет и оставит у вас в развлекательном центре столько денег, сколько ему положено в соответствии с расчетным «средним чеком». Однако успехи мерчандайзинга показывают нам, что это далеко не так. Понимание «модели поведения» клиента и организация всего бизнеса вокруг него позволяют добиваться более значимых результатов.

Технология анализа «модели поведения»

Для анализа «модели поведения» гостя не нужны сложные инструменты. Все, что вам потребуется, это блокнот с ручкой, секундомер и ваши глаза.

Составление «модели поведения» – это описание маршрута движения гостя по развлекательному центру или парку с указанием того, чем и на протяжении какого времени он был занят в процессе посещения.

Рассмотрим применение предложенного подхода на примере развлекательного центра (РЦ). Пример взят из практики бизнеса, организованного в формате детского РЦ площадью 700 м², имеющего три зоны: зона призовых аппаратов, зона видеоигр и детская площадка с лабирин-

том. В состав центра также входит кафе с небольшим ассортиментом кондитерских изделий, мороженого и блюд быстрого приготовления. РЦ находится в здании торгово-развлекательного комплекса в городе областного значения.

Ниже в таблице приведено описание «модели поведения» гостя в развлекательном центре:

Теперь, отталкиваясь от полученной информации, определим, какие действия по совершенствованию работы развлекательного бизнеса необходимо предпринять. Важное уточнение – в рамках этой статьи мы рассматриваем частный случай «модели поведения» и выделим в нем то, что является общей «моделью поведения» для большинства посетителей.

Управление на основе «модели поведения» гостя

Итак, вы составили описание «модели поведения». Теперь у вас есть основа для выстраивания деятельности развлекательного центра «под гостя».

Формат статьи не позволяет сделать детальный разбор выбранного нами примера, поэтому приведем несколько примеров по организации предоставления услуг в сфере развлечений с опорой на «модель поведения» гостя:

1. Как театр начинается с вешалки, так развлекательный центр начинается со входа. «Модель поведения» боль-

шинства гостей (особенно детей) базируется на представлении о том, что приходя в РЦ, они попадают в сказку. В приведенном же выше примере произошла обратная ситуация, и погружение в атмосферу праздника было немного испорчено поиском гардероба (1-5 мин.) и томительным для ребенка ожиданием на кассе (9-17 мин.). К сожалению, при проектировании РЦ не всегда есть возможность изменить месторасположение гардероба, а вот создать ощущение праздника при входе в развлекательный комплекс нам вполне под силу. Для этого гостей центра на входе может встречать аниматор или сотрудник центра, переодетый в ростовую куклу. Это позволяет развлечь ребенка в процессе ожидания на кассе (9-17 мин.), а также усиливает атмосферу праздника и поднимает эмоциональный фон. Кроме того, это формирует лояльность гостей и увеличивает вероятность повторного посещения.

Этот простейший прием активно используется во многих парках и развлекательных центрах по всему миру.

2. Одной из важнейших потребительских «моделей поведения» является необходимость в ощущении, что решение о покупке – это твой самостоятельный выбор. Поэтому важно дать это ощущение через предложение нескольких вариантов приобретения услуги. В то же время этих вариантов не должно быть слишком много, необходимо делать их простыми и понятными. Большое

ВРЕМЯ	ЦЕНТР А
ПАПА С МАЛЬЧИКОМ 5 ЛЕТ (ПЕРВОЕ ПОСЕЩЕНИЕ)	
0–1 мин.	Зашли в РЦ, направились к кассе, но были остановлены сотрудником и направлены в гардероб.
1–5 мин.	Искали гардероб (он находился на прилегающей к РЦ территории), сдали верхнюю одежду, вернулись к стойке кассира
5–9 мин.	Папа самостоятельно изучал вывески над кассой, ребенка держал за руку. Ребенок увлеченно рассматривал все, что видит вокруг.
9–17 мин.	Стояли в очереди, папа долго не мог определиться сколько денег положить на карту, внес 200 р. Ребенок находился рядом с ним, ему уже хотелось развлекаться, но папа все еще держал его за руку.
17–24 мин.	Вместе с ребенком пошел по РЦ. Ребенок просил поиграть на аппаратах, папа отвечал, что сначала нужно все посмотреть.
24–28 мин.	Ребенок подбежал к двум самым красочным аппаратам, сыграл по одному разу.
28–30 мин.	Папа повел ребенка к гоночным симуляторам
30–42 мин.	Ребенок сыграл 1 раз на симуляторе «мотогонки», после этого сыграли вдвоем с отцом (он сам инициировал игру) на этом же аппарате еще 2 раза.
42–46 мин.	Сыграли на призовой игре «Баскетбол». Первые 5 мячей кидал ребенок, попал 2, после этого мячи забрасывал папа – 4 из 5 попал. Выиграли призовые билетки
46–52 мин.	Папа отдал карточку ребенку и предложил ему поиграть самому. Ребенок побежал к призовым аппаратам и сыграл 2 игры («колотушки»), выиграл примерно 30 призовых билетиков. Папа бесцельно перемещался по РЦ
52–58 мин.	Ребенок сообщил, что карточка не включает аппараты, сходили к стойке кассира и выяснили, что баланс равен нулю. На предложение кассира пополнить баланс ответили отказом.
58–64 мин.	Еще раз прогулялись по РЦ. Ребенок активно подбегал к различным ярким призовым аппаратам.
64–74 мин.	Зашли в кафе, где ребенок попросил попить. Ему купили напиток и пирожное на сумму 130 рублей. Себе папа не взял ничего.
74–85 мин.	Пришли в «призотеку» для обмена билетиков на призы. Ребенок долго выбирал приз, не мог выбрать, получил совет от сотрудника РЦ, что на имеющиеся билетки он может взять «хорошие» игрушки – липкий шар и пластикового солдата. Папа (а, не ребенок) сразу сделал выбор в пользу предложенного варианта.
85–87 мин.	Прошли в гардероб, получили вещи и покинули РЦ

количество сложных вариантов затрудняет выбор (9-17 мин. - папа долго не мог определиться с суммой) и может сформировать негативную оценку предлагаемых услуг. При этом также важно учесть низкую коммуникативную активность среднестатистического российского потребителя. Поэтому надеяться на то, что гость обратится за пояснениями к вашему персоналу, не очень оправданно.

Наши наблюдения показали, что наиболее комфортным для гостя является выбор из трех вариантов, разница в стоимости которых составляет не менее 20%. Распределение частоты покупок различных вариантов получалась всегда примерно одна и та же: 40% «дешевый» вариант; 40% «средний» вариант; 20% «дорогой» вариант.

3. Следующий момент связан с тем, что попадая в незнакомое место, человек стремится изучить, исследовать его (в нашем примере это прогулка по РЦ, 17-24 минуты посещения). Данную «модель поведения» мы можем использовать в своих интересах в различных вариантах.

Прежде всего, следует проложить маршрут «ознакомительной экскурсии» по парку или территории развлекательного центра и сделать его таким, чтобы он был интуитивно понятен, при этом гость максимально полно познакомился бы с предлагаемым набором развлечений. Чаще всего, даже если не возникнет импульсного спроса во время самой прогулки, гость позже, скорее всего, вернется к понравившимся ему аттракционам (возвращение к гоночным симуляторам, которые во время знакомства с РЦ понравились взрослому посетителю, на 28-30 минутах нашего примера)

Другой вариант использования этого поведения – ротация игрового оборудования и аттракционов для создания «эффекта новизны». Простая перестановка приведет к включению этой модели. Исследуя заново ваш центр, гость обязательно найдет для себя новое интересное развлечение, потратит на него средства, а после этого обязательно посетит свои любимые аттракционы.

4. Следующий пример связан с моделью выбора аттракционов. Эта модель значительно меняется с возрастом. Чем младше ребенок, тем чаще он выбирает аттракцион, ориентируясь только на его внешний вид (24–28 мин.). Для старших важнее игровое и развлекательное содержание аттракциона, чем то, как он выглядит (поведение папы на 30-42 мин.). Применение этой «модели поведения» особенно важно при зонировании

территории развлекательного центра. В зависимости от целевой аудитории, на передний план, в видовую часть, необходимо будет устанавливать различное оборудование.

5. Часто нас спрашивают: «Почему кафе в нашем развлекательном центре работает очень слабо?»

Для ответа на этот вопрос обратимся вновь к «модели поведения» гостя. Прежде всего, доминирующая потребность посещения развлекательного центра или парка отдыха – получить эмоциональное удовольствие от игр и аттракционов. Потребность в питании может возникать либо как импульсный спрос (64-74 минута наших наблюдений), либо как естественное чувство голода, наступающее не раньше чем через 1.5 – 2 часа активных развлечений. Для первой ситуации необходим широкий ассортимент аппетитно выглядящих угощений и снежков, для второй ситуации – кафе полного цикла с качественным предложением еды и напитков. Исходя из такой «модели поведения», открытие собственного полноценного кафе оправданно только при условии, что в среднем гости проводят в вашем развлекательном комплексе 2 часа и более (это, как правило, развлекательные центры площадью от 1000 м²). Во всех других ситуациях кафе будет работать преимущественно на обслуживание детских Дней рождений.

Таким образом, понимая «модель поведения» гостя, мы сумеем настроить свой бизнес точно под нашего клиента. Но и это еще не все. Владея информацией об алгоритме действия посетителей, мы сможем подстроить «под них» систему дополнительных продаж и импульсного спроса.

Материал статьи лишь в первом приближении позволяет познакомиться с технологией организации работы на базе «модели поведения» гостя. В отношении развлекательных центров и открытых парков в России это тема практически новая. Как показывает практика, имея много общего, тем не менее, «модели поведения» в различных развлекательных центрах и различных регионах могут отличаться. Поэтому мы готовы активно обсуждать эту технологию со всеми заинтересованными лицами, делиться как своими наработками, так и помогать систематизировать имеющийся опыт наших коллег. Будем рады продолжению дискуссии по материалам статьи в рамках деловой программы выставок РАППА ЭКСПО Осень-2012 и РАППА ЭКСПО-2013.



www.vector-extreme.ru, www.neposedaplay.ru, www.air-dome.msk.ru

VECTOR EXTREME

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫЙ ХОЛДИНГ
«VECTOR-EXTREME» AG

Многофункциональные
батутные комплексы
Акваоборудование
Аквапарки
Многоуровневые
игровые лабиринты
Быстровозводимые
конструкции

ПРОИЗВОДСТВО И ОСНАЩЕНИЕ

Россия, МО г. Мытищи, Олимпийский проспект, д. 29, стр. 2, БЦ «Формат», оф. 8В-8В/3. Тел. +7 (495) 926-0687; info@vector-extreme.ru

SEGA®

РАЗВЛЕЧЕНИЯ ДЛЯ ВСЕХ

официальные
дистрибьюторы в России



sales@segaarcade.com www.segaarcade.com

ищите seга amusement на

DOODLE JUMP

ICE AGE

OPERATION GHOST

GRID

ВЫИГРАЙТЕ БЕСПЛАТНО

спортивный аэрохоккей Sonic

Примите участие в Конкурсе! Получите приз – **БЕСПЛАТНЫЙ** спортивный аэрохоккей Sonic. Просто пришлите свое имя, название компании, адрес, номер телефона и факса на электронную почту win@segaarcade.com

Правила и условия высылаются по запросу. Действует только для России и стран СНГ. Акция действует до 31.12.2012. Выигранный приз будет доставлен только до границы страны Победителя (Импорт в страну силами Победителя)

КОНТРОЛЬНЫЕ БРАСЛЕТЫ ТЕМПКО

САМЫЙ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ В РОССИИ!

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

а также:
**надежные и удобные
БРАСЛЕТЫ
для КЛЮЧЕЙ**

ВОЗМОЖНА ДОСТАВКА СОВЕРШЕННО БЕСПЛАТНО! ЭТО НЕ СОВЕРШЕННО СОХРАНИТЕ ЭНЕРГИЮ

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

ВИЗАРД-М

БРАСЛЕТЫ В РОССИИ

ВСЕ ДЛЯ БИЗНЕСА ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ WWW.HIPPO-KIDS.RU

БОЛЕЕ 300 АППАРАТОВ В НАЛИЧИИ		ПРОДАЖА УСТАНОВКА ГАРАНТИЯ

HIPPO KIDS
AMUSEMENTS

ЕКАТЕРИНБУРГ, МАЛЬШЕВА, 4
WWW.HIPPO-KIDS.RU
SALES@HIPPO-KIDS.RU
+7 922 6005 605

ЖАРКОЕ ЛЕТО 2012

Итоги «Летней встречи РАППА» в Воронеже



В последние годы наблюдается рост рынка развлечений в России. Об этом можно судить по количеству проектируемых и вводимых в эксплуатацию досуговых объектов в различных регионах страны, обновлению парков аттракционов, росту числа развлекательных центров, благоустройству территорий парков и детских площадок.

Однако, как правило, основные выводы о состоянии индустрии развлечений России аналитики делают, опираясь на примеры и опыт Москвы, Санкт-Петербурга и других крупных мегаполисов, где обычно проходят и все значимые профессиональные мероприятия. Зачастую это происходит потому, что информация о состоянии дел в индустрии развлечений регионов России не всегда попадает в зону внимания специалистов и СМИ, хотя то, что региональные достижения представляют значительный интерес не подвергается сомнению, о чем мы уже неоднократно писали на страницах журнала.

Как известно, лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать, поэтому Российская ассоциация парков и производителей аттракционов решила восполнить этот пробел, и дать возможность специалистам индустрии развлечений познакомиться с ведущими предприятиями и профессионалами культурно-развлекательной отрасли одного из регионов России. Так возникла идея «Летней встречи РАППА» в Воронеже!

Лето 2012 года в целом выдалось не супер жарким, но для специалистов индустрии развлечений атмосфера сезона была подогрета новым событием в профессиональном календаре отрасли – Летней международной встречей специалистов культурно-досуговой сферы «Индустрия досуга и развлечений в регионах России», которая прошла с 26 по 28 июля в Воронеже.

Мероприятие, действительно, получилось «горячим», и не только потому, что попало на самые теплые дни лета, но и по отклику многочисленных участников, которые, несмотря на самый разгар сезона, отпуска и повседневные заботы, устремились в Воронеж на этот интересный деловой форум.

В итоге, в «Летней встрече РАППА» приняли участие более 70 руководителей и специалистов парков, развлекательных центров, культурно-досуговых комплексов, представители городских администраций и органов управления культуры регионов, производители и поставщики аттракционной техники, представители региональных и центральных СМИ и другие заинтересованные лица из более чем 30 городов России, Казахстана и Италии. Среди них: Алексеевка, Атырау (Казахстан), Белгород, Боровск, Воронеж,

Екатеринбург, Ижевск, Калуга, Клин, Кузнецк, Кумертау, Липецк, Лиски, Ейск, Москва, Набережные Челны, Орехово-Зуево, Орск, Пенза, Пермь, Ростов-на-Дону, Рязань, Рудный (Казахстан), Санкт-Петербург, Смоленск, Саранск, Сызрань, Тула, Трехгорный, Южно-Сахалинск и др.

Прием заявок доходил до курьезных случаев, когда участники, не предупреждая, приезжали в Воронеж непосредственно на мероприятие, или просили включить их в состав группы буквально в последний день, но – организаторы приняли всех желающих!

Воронеж был выбран местом проведения «Летней встречи» не случайно. В прошлом номере журнала мы подробно рассказывали об индустрии развлечений этого города, где за последние годы была проделана большая работа по реставрации и благоустройству парков и городских зон отдыха. Один из самых ярких примеров – реконструкция парка «Алые паруса», который без преувеличения можно назвать настоящим произведением ландшафтного искусства. Также, именно в Воронеже расположен крупнейший в России крытый парк аттракционов, удостоенный в 2012 году престижной международной награды «Золотой Пони». Однако, даже эти факторы – не самые главные, Воронеж отличается тем, что парки здесь



являются настоящим брендом города и уникальными достопримечательностями региона.

Нестандартен был и сам формат «Летней встречи». Организаторы придумали, действительно, нечто новое, несравнимое ни с одним другим мероприятием отрасли: не стали перегружать программу теоретической информацией, а постарались создать атмосферу, располагающую для свободного общения среди участников. Фактически «Летняя встреча» представляла собой профессиональный обучающий тур, в ходе которого специалисты смогли увидеть в действии работу успешных учреждений культурно-досуговой сферы, познакомиться и пообщаться с коллегами из других регионов, обменяться опытом, задать вопросы специалистам культурно-развлекательной отрасли.

«Летняя встреча РАППА» открылась 26 июля общим сбором участников в самом современном бизнес-центре Воронежа «Столица». На открытии выступил



представитель администрации города – руководитель МКП «ЭкоЦентр» И.А. Тимошенко, который рассказал о результатах работы по реконструкции и развитию парков и городских зон отдыха Воронежа, поделился планами на будущее и ответил на многочисленные вопросы слушателей.

В первый день участники посетили три парка, каждый из которых представлял интерес для специалистов. Программа тура была сформирована таким образом, чтобы показать не только лучшие предприятия культурно-досуговой сферы Воронежа, но тематически наполнить посещение каждого из объектов полезной информацией. Так, И.М. Желтухин, руководитель парка развлечений «Орленок», поделился успешным опытом организации работы площадки аттракционов, П.В. Гульбин, директор парка «Тананис», рассказал о формах сотрудничества с городской администрацией.

Несмотря на тридцатиградусную жару и достаточно плотную программу, настроение среди участников царило веселое и по-настоящему летнее, но, даже невзирая на непринужденность мероприятия, специалисты активно задавали профессиональные вопросы и обсуждали наболевшие проблемы.

Вечерняя программа продолжилась в уникальном парке Воронежа – «Алые паруса», прошедшем в прошлом году полную реконструкцию силами российских и французских архитекторов. Участники с удовольствием осмотрели парк, задали интересующие вопросы руководителям, изучили тренажеры, спортивные и детские площадки, и даже покормили белок. Там же в парке – на прекрасно оснащенной площадке

Участники Летней встречи РАППА



под живописными соснами, для участников были организованы практические занятия на тему «Повышение доходности парка за счет проведения праздников и специальных мероприятий». Проводил занятия Алексей Тарасов – руководитель «Нижнего парка» г. Липецка и его команда специалистов. Все участники «Летней встречи» приняли участие в этом веселом и очень познавательном мероприятии, после чего общение продолжилось в неформальной обстановке в тематическом ресторане «Грин-кафе» парка «Алые паруса».

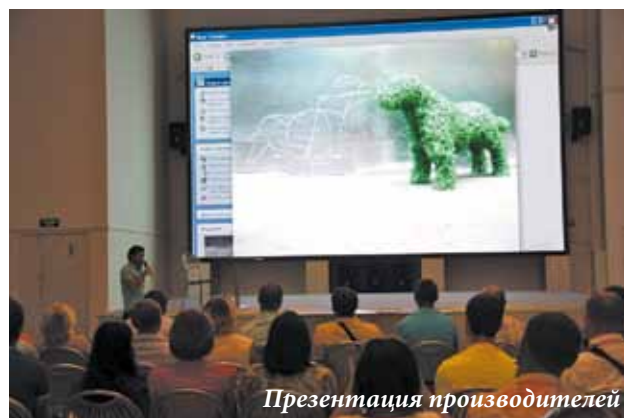
Второй день «Летней встречи» был посвящен крытым паркам и развлекательным центрам Воронежа.

Первым по маршруту стал семейный развлекательный центр «Твой Парк», где участники смогли увидеть, как организован интересный отдых для всей семьи на сравнительно небольшой территории. Там же в центре состоялись выступления производителей и поставщиков аттракционов, развлекательного оборудования и услуг для индустрии развлечений. С презентациями и видеороликами выступили 14 компаний из России и Италии. Для тех производителей, которые не смогли принять непосредственного участия в мероприятии, организатор предоставил уникальную услугу – заочную презентацию компании. Демонстрация видеороликов и презентаций проходила на ультрасовременном большом светодиодном экране. Многие из спикеров отметили высокое качество и исключительную зрелищность показа.

Вторую половину дня участники «Летней встречи» провели в торгово-развлекательном центре «Сити-парк «Град», где посетили сразу несколько уникальных развлекательных объектов. Первым из них стал крупнейший в России крытый парк аттракционов. Специалисты смогли не только задать вопросы руководителям об эф-

фективности той или иной техники, но и испробовать на себе невероятные по ощущениям аттракционы и развлекательное оборудование. Всех участников очень заинтересовал Детский центр, расположенный в «Граде», где наглядно показано, как организовать полезный и безопасный отдых для самых маленьких. Очень впечатлило и посещение современного Океанариума, в котором собрано 180 видов рыб и 55 видов млекопитающих. Улыбка и хорошее настроение не покидало участников тура за все время экскурсии, а настоящей кульминацией стало шоу кормления акул, впечатлившее абсолютно всех. Финалом основной программы «Летней встречи РАППА» стало вручение памятных дипломов и фуршет в стильной лаундж-зоне «Сити-парка Град».

Самые активные участники на следующий день отправились на экскурсию в природный историко-археологический музей-заповедник «Дивногорье». Все были впечатлены красотой этого уникального места: начиная от пещерного храма VIII века, заканчивая незабываемой панорамой реки Дон.



Презентация производителей

По отзывам большинства участников «Летней встречи РАППА», мероприятие превзошло все ожидания, и стало настоящим событием для специалистов индустрии развлечений. Все отметили высококлассную организацию, актуальность программы, необычность формата и качественный сервис. Специалисты отрасли оценили, что проведение подобных форумов на таком уровне способствует развитию и популяризации индустрии развлечений в России, а также является уникальной возможностью пообщаться и познакомиться с коллегами из разных уголков нашей огромной страны.

Цель Летних встреч РАППА заключается в том, чтобы знакомить профессионалов культурно-раз-



Парк развлечений в ТРЦ «Сити-парк «Град»



Экскурсия в музей-заповедник «Дивногорье»



Вручение дипломов участникам Встречи



влекательной отрасли с индустрией досуга регионов нашей страны, повышать инвестиционную привлекательность регионов России для создания новых развлекательных комплексов, развивать интерес к новым местам отдыха и туризма среди населения, освещать и транслировать опыт успешной работы предприятий индустрии развлечений в целях дальнейшего развития отрасли. Ведь у нас в стране так много интересных мест, где можно почерпнуть новые идеи, и которые просто стоит увидеть.

Следующая Летняя встреча РАППА состоится в...
Ждите нас в своем городе!

Марина Горбачева

Производство аттракционов

Аттракцион.RU

Аттракцион.Ru ООО ОПТОСИБ
Телефон: 8(383)-2213741
www.Attraction.ru
optosib@attraction.ru











Каталоги, цены и новинки аттракционов на сайте Аттракцион.Ru



Мини-гольф в российских парках

Мария Миловидова

*Начальник сборных команд России по мини-гольфу
Ассоциация гольфа России*

Что привлекательно для парков? – Удобный в эксплуатации, занимательный и развивающий, доступный для публики всех возрастов спортивно-досуговый объект.

Что привлечет посетителей? – Веселый и здоровый, необычный и новый, недорогой, сравнительно несложный вид спорта.

Если Вы в первый раз слышите о мини-гольфе и еще не представляете, почему он должен «поселиться» в вашем парке, то данная статья расскажет о популярности этого вида спорта в мире, и что площадка для мини-гольфа в современном российском парке может стать уникальным развлечением и востребованной услугой.

Итак, знакомьтесь – «мини-гольф».

Мини-гольф – это спортивная дисциплина

Спортивная игра, известная как **мини-гольф** (Minigolf, Miniature Golf) в ее исходных разновидностях существует более ста лет. Однако соревнования, проходившие в Англии еще в конце XIX – начале XX веков, а также система полей, клубов и турниров «Tom Thumb Golf», получившая развитие в США, были в большей степени соревнованиями по паттингу как составляющей большого гольфа. Стоит отметить, что мини-гольф сегодня не является обычным гольфом

в уменьшенном формате, а совершенно отдельный и полностью самостоятельный вид спорта. Чтобы объяснить буквально «на пальцах»: гольф – это разнообразие клюшек и один тип мячиков, а мини-гольф – разнообразие мячиков и один тип клюшки.

Становление мини-гольфа как самостоятельного вида спорта в настоящее время официально относят к 1953 году, когда швейцарский архитектор Поль Бонгини построил первую специализированную площадку для мини-гольфа в его современном понимании и запатентовал название Minigolf. Пятью годами позже в Германии Альберт Хесс создал первое поле с совре-



менным искусственным покрытием, после чего мини-гольф начал стремительно распространяться по Европе, а впоследствии получил признание и на других континентах.

В 1963 году на базе национальных федераций Австрии, Германии и Швейцарии возникла Международная Федерация Мини-гольфа (International Minigolf Federation). Турниры, имевшие неофициальный статус чемпионатов Европы, проводились еще с 1959 года, однако реальный статус получили в 1970 году после стандартизации полей и правил. В этот же период мини-гольф получил распространение в Италии, Голландии и других странах, но признанными лидерами мирового мини-гольфа по сей день остаются Германия и Швеция. О значимости этой спортивной игры в Европе говорит, в частности, тот факт, что в такой спортивной стране, как Германия, мини-гольф по данным статистики в настоящее время занимает 9-е место по популярности среди любительских видов спорта.



Как и во всех видах спорта в мини-гольфе тоже проводятся крупные международные турниры. Наиболее важные из них: Юниорский Кубок Наций, Первенство мира среди юниоров, Чемпионат Европы, Кубок Европы, Чемпионат Мира. Так же есть чемпионаты Азии и Америки, но они котируются меньше, так как европейцы традиционно считаются сильнейшими спортсменами. Самые сильные – это игроки из Германии, Швеции, Австрии. В состав национальных сборных команд нередко входят юниоры, играющие на самом высоком уровне. Иногда на полях разворачиваются не шуточные баталии, не уступающие мировому и европейскому чемпионатам. Этот факт доказывает еще раз, что мини-гольф самый демократичный вид спорта.

Мини-гольф в парках – это отдых

Мини-гольф во всем мире является невероятно популярной игрой среди людей, которые любят спорт и активный отдых, а специальные дорожки для офисного и мини-гольфа уже есть во многих кабинетах руководителей. Во всем мире поля для мини-гольфа используются для благоустройства парков, частных территорий, для развлечений в зонах массового отдыха.



Площадка для мини-гольфа не имеет жёстких требований к размерам и форме. Для этого вида спорта существует большое количество форматов. Например: модульные площадки, стационарные площадки строгой геометрической формы, «паттинг грин» (Putting Green), ландшафтные площадки, реалистичный мини-гольф, площадки приключенческого мини-гольфа.

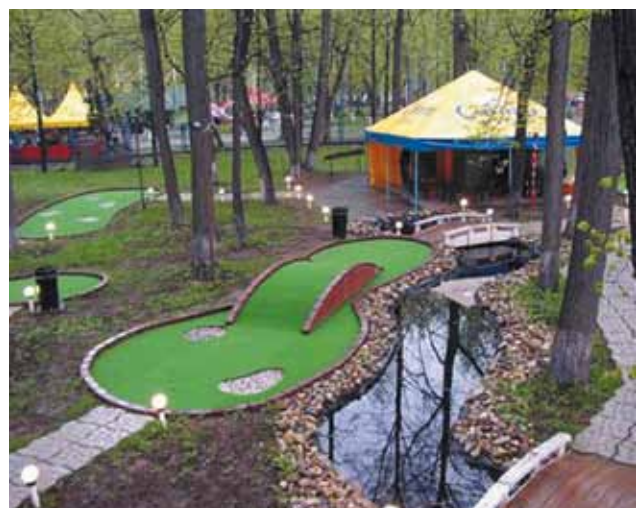
Всемирной Федерацией Спортивного Мини-гольфа (WMF) принято 4 основных типа площадок:

- стандарт «бетонный мини-гольф»;
- стандарт «миниатюр-гольф»;
- стандарт «фетровый мини-гольф»;
- «свободный стандарт».

Вообще игра в мини-гольф обычно проводится на поле, которое состоит из 18 игровых площадок, называемых лунками (дорожками). Площадки нумеруются, а их конструкция находится в соответствии с требованиями к полю данного класса.

Стартовая площадка представляет собой круг диаметром 30 см, расположенный на оси стартового участка игрового поля на расстоянии не менее 40 см от его начала. Диаметр отверстия лунки может быть различен на разных полях, но не превышает 120 мм. Для основных (этернит и бетон) видов модульного гольфа это ограничение составляет 100 мм.

Поле для мини-гольфа – это составляющий и/или самостоятельный объект, представляющий собой несколько лунок для мини-гольфа с искусственным



покрытием. Мини-гольф не требует серьезной инфраструктуры. Достаточно небольшого домика 25-36 кв.м. для хранения инвентаря и личных вещей, ресепшен и аппаратов с водой.

Невысокая стоимость эксплуатации и строительства делают мини-гольф доступным и массовым видом отдыха и спорта. К примеру, в Швеции в мини-гольф играют более 1,5 миллионов человек. Игра не требует специальной физической подготовки, что исключает возрастные ограничения.

Процесс игры протекает с использованием клюшек для мини-гольфа или патеров* для большого гольфа. Сама клюшка не должна иметь специальных приспособлений, облегчающих прицеливание, а игровая поверхность головки клюшки не должна превышать 40 см².

Существующее разнообразие мячей для мини-гольфа не идет ни в какое сравнение с мячами для гольфа. Достаточно только обратить внимание на их основные характеристики — диаметр, массу, жесткость, отскок, поверхность. Диаметр мячей обычно лежит в интервале от 37 до 43 мм, масса от 22 до 80 грамм, жесткость от 22 до 100, отскок от 0 до 85, внешняя поверхность может быть покрыта лаком, лаком с образованием мелких складок или без покрытия. Такое широкое разнообразие физических свойств обусловлено особенностями конструкций площадок для мини-гольфа и их покрытием. Практика применения большого количества мячей для прохождения полей предопределило их различную окраску для более простого отличия мячей с различными свойствами друг

от друга. Так как мяч в мини-гольфе не преодолевает значительных расстояний по воздуху, то на его поверхности отсутствуют углубления, снижающие аэродинамическое сопротивление.

Мини-гольф в России

Сегодня в России в мини-гольф играют более 10 000 человек. Поля для мини-гольфа, на которых регулярно проходят турниры есть в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Ленинградской области, Нижнем Новгороде, Самаре, Чебоксарах, Сочи, Тольятти. Несмотря на то, что мини-гольф является традиционным любительским видом спорта, занимаясь им можно получить спортивный разряд или спортивное звание и принимать участие в международных турнирах, таких как Чемпионат Мира, Чемпионат Европы, Первенстве Мира и различных национальных турнирах (например, в Чемпионате России). С другой стороны, мини-гольф может стать прекрасным досуговым занятием для всей семьи и их друзей, которые хотят провести выходной вместе на открытом воздухе и при этом получить массу позитивных эмоций и впечатлений от совместного времяпрепровождения за мини-гольфом.

(Фотографии предоставлены автором)

* Патер – разновидность игровой клюшки. Клюшка с легкой головкой Г-образной формы для игры на грине и нанесения патов — катящихся ударов, которыми мяч закатывается в лунку.

ГОЛЬФ СИМУЛЯТОРЫ
ABOUT GOLF
 И МУЛЬТИСПОРТИВНЫЙ
VISUAL SPORTS

В любых условиях вы можете играть в гольф, хоккей, футбол, баскетбол, бейсбол, американский футбол.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
 ООО «ГОЛЬФ-СЕРВИС»
 107140, г.Москва,
 Комсомольская площадь, д. 6
www.aboutgolf.ru
www.visualsports.ru
 Гольф: +7(495)2333397



ООО СЕТЬ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ
"ГАЛАКТИКА"
 ПРЕДСТАВЛЯЕТ

ЗОО И КАЧКИ **ШЕУ БАНАНА** **БУЛЬДОЗЕР 2**



от 6 000 \$ от 4 800 \$ от 5 800 \$

ОКУПАЕМОСТЬ 1-3 МЕСЯЦА

ХИТЫ СЕЗОНА
 СРЕДИ ПРИЗОВЫХ АВТОМАТОВ

453120, Республика Башкортостан,
 г. Стерлитамак, ул. Мира 55,
 офис 319-320
 тел. / факс: +7 3473 253 902,
 +7 903 354 0030
 e-mail: galaxy-str@mail.ru
 website: www.galaxy4u.ru

со склада
 в г. Стерлитамак

Замена игровых жетонов на пластиковые карты

Автоматическое управление ценой игры
в зависимости от времени суток, дня недели,
сезона, вида автомата, лояльности гостя

Контроль доступа на аттракционы,
повременная тарификация, абонементы

Гибкая система лояльности

Анализ загруженности
автоматов

Автоматизация магазина призов

Комплексная автоматизация
семейных развлекательных центров

www.game-keeper.com



**Взрослое решение
для детских развлекательных центров!**



**Система автоматизации
игровых развлекательных
центров**

Фестиваль садов и парков

Moscow Flower Show 2012

С 3 по 8 июля 2012 г. в Парке Горького состоялся Московский фестиваль садов и цветов Moscow Flower Show 2012, ставший на 6 жарких июльских дней ярким украшением российской столицы. Впервые в нашей стране на одной площадке встретились ведущие специалисты ландшафтной индустрии, садоводства, флористики, индустрии развлечений, профильные организации и ассоциации, иностранные эксперты, благотворительные фонды и энтузиасты-любители из России, Великобритании, Франции, Италии, Германии, США. Около двух гектаров территории Парка Горького превратились в многопрофильную фестивальную площадку, где можно было увидеть оригинальные авторские сады, уникальные коллекции растений, топиарное искусство, парковое и развлекательное оборудование, цветочные дефиле и перформансы мастеров цветочного дела мирового уровня.

Организаторами фестиваля выступили ведущие национальные ассоциации ландшафтно-парковой отрасли, в том числе Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА), а также представители профессионального международного сообщества. Одним из главных идейных вдохновителей этого невероятного по задумке и по времени исполнения проекта стала Карина Лазарева – вице-президент Гильдии профессионалов ландшафтной индустрии.

Тон Московскому фестивалю цветов задавала законодатель моды в ландшафтном дизайне и флористике, одна из самых престижных международных выставок Chelsea Flower Show (Великобритания), которая в следующем году будет отмечать свой столетний юбилей. В разработке художественной кон-

Гости церемонии открытия



цепции Фестиваля принимали участие российские победители крупнейших мировых конкурсов и ведущие зарубежные эксперты.

За время работы фестиваль посетили более 50 000 человек. Ценители садо-паркового искусства смогли не только увидеть невероятные по красоте пейзажи, но и посетить мастер-классы для профессионалов и любителей, круглые столы, конкурсы, пресс-конференции, цветочные дефиле, благотворительные акции.



Одним из почетных гостей Фестиваля стал французский ландшафтный дизайнер Жан Мюс – известный международный специалист в области ландшафтных проектов, создания курортных и парковых зон, лауреат многих международных конкурсов. В рамках Moscow Flower Show 2012 Жан Мюс провел мастер-класс на тему «Сад чувств».

Многие иностранные гости также приняли участие в работе Фестиваля и представили здесь свои садовые композиции. Вместе с российской компанией «Сад-ко» в выставке участвовал Оливье Даме – ландшафтный архитектор, государственный эксперт по вопросам ландшафтного дизайна при Министерстве экологии Франции, который известен в российской индустрии развлечений по проекту реконструкции парка «Алые Паруса» (г. Воронеж). На фестивале этот международный профессиональный коллектив представил необыкновенный сад «Наблюдая за Дождем», удостоенный в результате золотой медали выставки.

Нельзя не упомянуть и про еще одного французского гостя – знаменитого селекционера Филиппа Манги, который специально для ЦПКиО имени Горького вывел новый сорт розы «Парк Горького».

Современная индустрия досуга развивается в тесном взаимодействии с ландшафтно-парковой сферой, и поэтому не может обойтись без «зеленой» составляющей, которая является ее неотъемлемой частью. Фестиваль Moscow Flower Show 2012 в очередной раз доказал эту простую истину, став настоящим праздником, источником положительных эмоций и свежих ощущений для гостей и участников.

Никита Серебренников





НОВЫЕ ВЫСОТЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЕТСКИХ ПРАЗДНИКОВ

Этот номер журнала во многом посвящен интеллектуальным и обучающим развлечениям для детей. Однако совершенствоваться в юном возрасте нужно не только ум, но и тело. Развивать в себе смелость, гибкость, а также ловкость может быть не только полезно, но и приятно. А взяв активный отдых за основу проведения дня рождения, еще и весело! Некоторым, возможно, трудно представить, как можно совместить экстремальные ощущения и празднование самого важного в жизни ребенка торжества, но те, кто успел увидеть новый развлекательный центр необычного формата, открывшийся 1 сентября этого года в Санкт-Петербурге, сомневаться в реальности такой перспективы уже не будут.

День рождения только раз в году

Как ни странно, но идея создать детский скалолазно-веревочный парк развлечений началась именно со дня рождения. Создатели центра – профессионалы в области организации праздничных мероприятий – в какой-то момент поняли, что дни рождения, празднование которых в крупных городах в последнее время уверенно перетекло в развлекательные центры, постепенно становятся похожи один на другой.

Типичный детский праздник в России сегодня выглядит примерно так: арендуется комната в игровом центре, где детей развлекает клоун, после чего все едят пиццу, получают карту, по которой идут в общий зал играть на автоматах. Родители в это время вынуждены либо ждать в компании малознакомых людей, либо заниматься шопингом. На выходе они получают ребенка, который просит их положить на карту еще денег, чтобы немного поиграть. В результате, часто ребенок, как и его родители, все равно не удовлетворен этим праздником, потому что сколько бы вы ни положили на карту средств, ему все равно окажется мало. Увы, знакомая для многих родителей картина.



Внимательно изучив и проанализировав описанную ситуацию, организаторы решили пойти оригинальным путем – совместить свой опыт в организации дней рождения и экстремальный отдых, предложив детям и их родителям новый, необычный формат развлечений. Так появился развлекательный центр «Круча».

Играют все!

Детский скалолазно-веревочный парк – новый продукт для индустрии развлечений России, поэтому не всем сразу легко представить и понять, о чем же идет речь. Некоторые считают, что скалолазание – исключительно взрослое увлечение, а типичный скалодром – это имитация горной поверхности с зацепками, по которой нужно лезть вверх. Детский скалодром – это нечто совершенно другое. Он может быть выполнен в виде скелета динозавра, небоскреба, на который лезет Кинг-Конг, или в виде дерева, и являть собой что-то очень веселое, яркое, неожиданное – то, к чему тянутся дети, да и у взрослых он вызывает неподдельный интерес.

Проектировщики первого в России скалолазно-веревочного парка долго разрабатывали фирменный стиль, – было необходимо, чтобы центр оставался детским, но при этом оправдывал свое назначение, и носил экстремальный характер. В итоге получился интересный проект с массой необычных деталей: от тематических скалодромов до ярко оформленных туалетов.

В центре совмещены четыре вещи: веревочный парк, поднятый на высоту 6 метров, непривычные экстремальные аттракционы, скалодромы, и зоны для проведения дней рождения.

Как выглядит день рождения в таком развлекательном центре? Далеки от истины те, кто полагают, что дети приходят на скалодром, час или два лазают здесь, выбиваясь под конец из сил. На самом деле в антураже уникальных спортивных объектов разворачивается один из множества специально подготовленных сценариев. Дети соревнуются командами, учатся помогать друг другу, раз-

вивают физические способности. После игры организуется сладкий стол с развлекательной программой в отдельно отведенной зоне.

Зона для проведения праздников расположена на специально возведенном втором этаже, откуда просматривается весь центр. Пока дети развлекаются на аттракционах, родители могут наблюдать за ними, но часто и они не могут устоять, чтобы не испробовать на себе какой-нибудь из экстремальных аттракционов.

Создатели «Кручи» считают присутствие родителей важнейшим принципом проведения праздников. Кому-то покажется это не обязательным – по сути, день рождения уже продан, и состоится в любом случае. Но родители, присутствующие на этом празднике, и есть постоянные клиенты центра. Соответственно, получить их возможно двумя путями: 1) если они останутся и увидят, что происходит в центре с их ребенком; 2) если они увидят, что их ребенку это понравилось, то они захотят повторить этот праздник, где их ребенок будет уже главным героем.

Программ для праздников в центре насчитывается порядка 30, постоянно разрабатываются новые. Стоимость организации дня рождения для 10 детей обходится в среднем от 20 до 35 тысяч рублей.



Парк устроен таким образом, чтобы всем посетителям было удобно. Даже во время мероприятия в центр, не мешая никому, может попасть любой посетитель и опробовать аттракционы. Одновременно могут проходить два праздника, или, например, во время небольшого мероприятия, параллельно в центре может находиться еще около 40 детей и пользоваться аттракционами.

Зависая от счастья или карабкаясь вперед

Центр состоит не только из веревочного парка и скалодромов, выполненных в необычной стилистике, но и аттракционов, ориентированных на развитие ловкости, умение работать в команде и, естественно, получение экстремальных ощущений. Вот только некоторые из них:

«**Прыжок**» – внешне совершенно не экстремальный аттракцион, где необходимо по лестнице забраться на высоту и перепрыгнуть на трапецию – турник, находящийся в нескольких метрах. Со стороны выполнить это задание, кажется, довольно просто, но на практике когда под вами трехэтажная пропасть и существует всего одна палка, за которую нужно уцепиться, сразу начинаешь чувствовать себя иначе.

«**Ступеньки**» – аттракцион представляет собой узкие раскачивающиеся цилиндры разной высоты, расположенные на расстоянии около одного метра. Задача заключается в том, чтобы бесстрашно добраться по этим ступенькам до верха и спрыгнуть вниз.

«**Создание пирамиды**» – командный аттракцион, где две команды должны собрать пирамиду из отдельных коробок. В процессе постройки один человек должен быть наверху, а остальные члены команды помогают поднимать коробки наверх.

«**Лабиринт**» – своеобразный интеллектуальный аттракцион, где необходимо не только забираться наверх, но и толкать перед собой по специальному пазу шайбу, сбросить которую можно только в середине аттракциона или на самом вершине. Это любимый аттракцион командных соревнований, где организаторы устанавливают временной лимит, и повышенные очки за самый верш. Посетителю приходится рисковать получить нулевой результат: если он попытается заработать больше очков, ведь можно не уложиться вовремя. Поэтому приходится выбирать, что лучше – «синица в руках, или журавль в небе». Этот аттракцион также учит работать в команде и находить правильную коллективную тактику.



«Параболический спуск» – один из самых страшных и экстремальных аттракционов, несмотря на его простоту. Во-первых, это единственный аттракцион, где нет никакой страховки. На посетителя надевают специальный комбинезон, затем за трапецию его поднимают на высоту трехэтажного дома, после чего надо скатиться вниз по вертикальной горке, разжав руки. Страх на этом аттракционе основан на ощущении того, что можно якобы упасть вперед лицом и разбиться, хотя это невозможно. Посетитель испытывает ужас свободного падения с третьего этажа. На практике, немногие люди доезжают в процессе подъема до высоты 9 метров, обычно отпускают руки раньше. Дети, кстати, гораздо смелее взрослых, но и тем, и другим обеспечено безумное удовольствие на этом аттракционе.

Безопасность во главе угла

Вопрос безопасности в любых экстремальных парках – первостепенный, а при организации детских экстремальных центров развлечений вообще является ключевым, поскольку дети, как известно, бывают абсолютно неуправляемыми, – ребенок может испытать спонтанный прилив энергии и повести себя неадекватно.

Прежде, чем посетить аттракционы дети вместе с родителями проходят подробный инструктаж, перед которым каждый родитель расписывается в том, что его ребенок в состоянии воспринять все озвученные правила и будет следовать всем указаниям инструктора. В центре

существуют определенные запреты: нельзя хулиганить, бегать, раскачиваться, нарушать правила поведения на аттракционах. До аттракционов дети доходят подготовленными, и точно знают, что можно, а чего нельзя делать – их выпускают в зал только после того, как они повторяют инструктору все правила, а он убедится в том, что они готовы, и закрепит на них оборудование безопасности.

Не менее важна в подобных развлекательных комплексах и квалификация персонала. Этот вопрос для детского экстремального центра был решен при помощи уникальной методической базы, а также профессиональных спортсменов – скалолазов и спелеологов. Разные зоны на территории комплекса одновременно контролируют 5-6 инструкторов, следящих за всеми детьми, которым запрещено самостоятельно даже прикасаться к карабинам первых в России автоматических гидравличе-



ских страховок. На праздниках работают отдельные инструкторы. Кроме того, два раза в день проверяется все оборудование и снаряжение.

Красивые перспективы

Неподалеку от «Кручи» в октябре откроется еще один необычный детский центр – «Мастерская Принцесс». В детстве, похоже, как и в жизни, экстрим и красота идут где-то рядом друг с другом. Так что с нетерпением ждем еще один интересный проект от создателей первого детского скалолазно-веревочного парка в России.

Будьте всегда на высоте!

Андрей Оситов

ЮГИС
 ООО «ЮГИС»
 350059, г. Краснодар
 ул. Уральская, д. 126, оф. 14
 тел.: +7 988 242 98 70 +7 905 401 52 98
 тел./факс: +7 861 2000 493
 www.yugis.su, info@yugis.su

**СТАБИЛЬНЫЙ БИЗНЕС
 С НАДЕЖНЫМ ОБОРУДОВАНИЕМ**

**ОБУЧЕНИЕ
И СЕРТИФИКАЦИЯ
ПЕРСОНАЛА
ПРЕДПРИЯТИЙ
ИНДУСТРИИ
РАЗВЛЕЧЕНИЙ**



**УЧЕБНЫЙ
ЦЕНТР
РАППА**



**ОЧЕРЕДНАЯ
УЧЕБНАЯ
СЕССИЯ
11 - 16 ФЕВРАЛЯ
2013 г.**



**БОЛЕЕ
500 ОБУЧЕННЫХ
СПЕЦИАЛИСТОВ
ИЗ 67 РЕГИОНОВ
РОССИИ
И СТРАН СНГ**



**С ВЫДАЧЕЙ
СЕРТИФИКАТА
ФЕДЕРАЛЬНОГО
УРОВНЯ**



**ПОДРОБНОСТИ
И ЗАЯВКА
НА УЧАСТИЕ
НА САЙТЕ**

www.raapa.ru





Мобильные ледовые комплексы

Диляра Вишнякова
 Руководитель отдела продаж
 ООО «Бюро проектирования холода «Пифагор»

Сегодня мы живем в эпоху развития физической культуры и спорта, международного спортивно-сотрудничества, а также пропаганды здорового образа жизни. Традиционно любимые в нашей стране хоккей и фигурное катание, а также популярные ледовые шоу сделали ледовые арены одними из самых посещаемых мест спорта и отдыха.

Современные технологии давно позволяют сделать катание на коньках круглогодичным, поэтому не только спортивные комплексы, но и всевозможные торгово-развлекательные центры сегодня стали местом размещения ледовых арен для массового катания. Однако не всегда есть возможность разместить каток в удобном месте. Решением этой проблемы могут быть мобильные ледовые комплексы.

Идея создания мобильного ледового катка появилась еще в начале 90-х годов для гастрольных туров, ледовых шоу фигуристов и танцев на льду. На сегодняшний день популярность ледовых арен заметно возросла, и катки с каждым годом приносят все больше прибыли своим

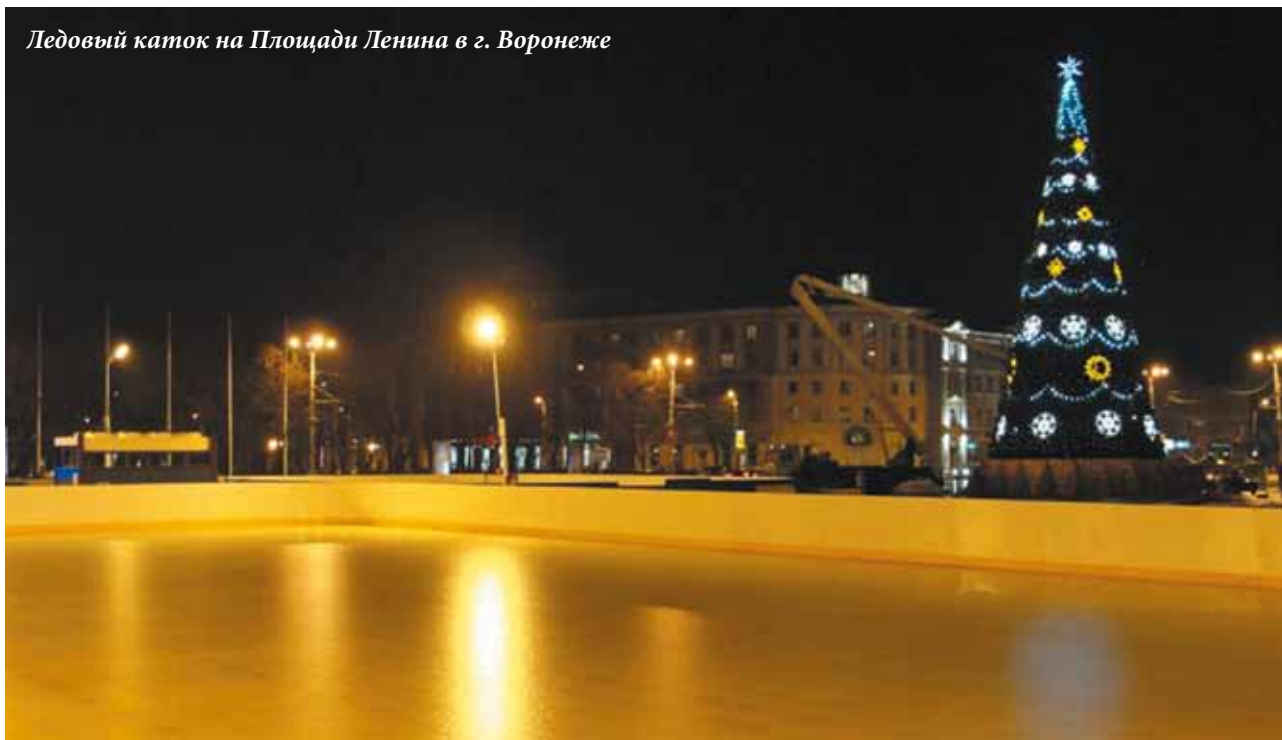
владельцам. В последние годы появился спрос на катки сложной геометрической формы, с возможностью быстрой сборки и разборки. Для решения этой задачи были придуманы мобильные быстро демонтируемые катки с качественным льдом.

Подобные технологии особенно актуальны и применимы для уже построенных объектов, например, торговых центров, в которых невозможно изготовить бетонную охлаждаемую плиту стационарного катка.

При проектировании и установке мобильного ледового комплекса учитывается сезонность эксплуатации катка, климат в котором проводится эксплуатация ледовой площадки, попадание на поверхность льда солнечного света, наличие специального телевизионного освещения. Важным моментом является компактность и минимальные габариты холодильной машины при транспортировке и эксплуатации.

Неотъемлемой частью мобильного ледового комплекса является трубная система ледового поля, которая изготавливается из специального материала на основе сэвилена

Ледовый каток на Площади Ленина в г. Воронеже



с разным диапазоном рабочих температур. Полимерные трубки соединяются между собой в маты, раскатываются на подготовленное теплоизолированное основание с экструдированным пенополистиролом. Трубная система обеспечивает циркуляцию жидкого незамерзающего хладоносителя – водного раствора этиленгликоля, протекающего в трубках. Ледовое поле намораживается методом набрызгивания воды на охлаждаемую поверхность.

Время монтажа комплекса, заливки и подготовки зеркальной поверхности ледового поля занимает от 16 до 72 часов. В процессе эксплуатации лед нарастает, поэтому очень важно следить за его толщиной. Каждые 1-1,5 часа спортивных занятий или массового катания необходимо производить механическую уборку поверхности льда и наносить слой воды, который создает зеркальную поверхность катка.

Для мобильных ледовых технологий используются фреоновые двухконтурные холодильные машины. Холодильные машины и трубные системы спроектированы таким образом, чтобы ремонт и сервис мог осуществляться без полного отключения от работы. Практика показывает, что в случае остановки холодильной установки ремонтные работы не могут проводиться более 2 часов, так как при более продолжительном времени ремонта лед невозможно сохранить и потребуются повторная процедура намораживания – заливки. Новая заливка может

приостановить работу катка на несколько дней, поэтому обычно резервируется как компрессорная фреоновая часть, так и гидромодуль с насосами, с помощью которых происходит циркуляция хладоносителя от теплообменников к ледовому полю.

Производительность ледовых машин рассчитывается индивидуально для каждого ледового комплекса, учитывая определенные условия эксплуатации. Кроме того, необходимо уделить особое внимание энергосбережению, так как затраты на эксплуатацию катка практически прямо пропорциональны потреблению электроэнергии. Чтобы сократить эти издержки, холодильная мощность должна быть обоснованной, а не многократно завышенной.

Одним из главных преимуществ мобильного ледового комплекса является его устойчивость при эксплуатации в разных температурных режимах: ледовый каток может работать при температуре даже выше +29 градусов и с прямым попаданием солнечных лучей на ледовую поверхность.

Как показывает опыт, катки наиболее популярны с октября по март, а в летние месяцы значительно менее посещаемы. Ввиду этого ледовый комплекс в летний период иногда гораздо выгоднее демонтировать и поместить в контейнеры для хранения. Мобильные ледовые комплексы освобождают от необходимости круглогодично держать лед и занимать выделенную площадь под каток.



ХОЛОДИЛЬНАЯ ТЕХНИКА И ЛЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



БЮРО ПРОЕКТИРОВАНИЯ
ХОЛОДА «ПИФАГОР»

- ПРОИЗВОДСТВО МОБИЛЬНЫХ ЛЕДОВЫХ КОМПЛЕКСОВ
- ЛЕДОЗАЛИВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ЕВРОПЕЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ БРЕНДОВ
- ПРЕДОСТАВЛЯЕМ В АРЕНДУ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ КАТКОВ
- КРУГЛОСУТОЧНЫЙ СЕРВИС

(495) 785-73-94, 786-68-00

WWW.PIFAGORBPR.RU

E-MAIL: PIFAGOR@PISEM.NET



Производственное объединение **ГРОС**

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Более 25 наименований детских и семейных аттракционов собственного производства

СЕМЕЙНЫЕ:

«Автодром», «Ракушки», Американская горка «Гусеница», цепочные карусели, джет «Летающие слоны» и другие.



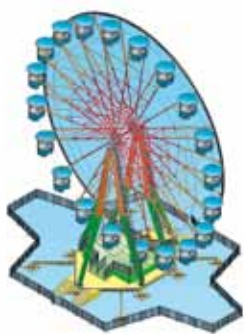
Колесо обозрения, г. Адлер



Джет «Летающие слоны»

ДЕТСКИЕ:

паровозики, мини-джеты, свадебные карусели, детские колеса обозрения, карусели сложного вращения



**НАЛИЧИЕ СЕРТИФИКАТОВ
СООТВЕТСТВИЯ ТРЕБОВАНИЯМ
ГОСТ Р 53130-2008
«БЕЗОПАСНОСТЬ АТТРАКЦИОНОВ»
И ГОСТ Р 52170-2003
«БЕЗОПАСНОСТЬ АТТРАКЦИОНОВ
МЕХАНИЗИРОВАННЫХ»**

660115, г. Красноярск,
ул. Гросовцев, стр. 3
т. (391) 226-27-26;
факс (391) 226-27-35;
e-mail: info@inpark.su
www.inpark.su



Детское колесо обозрения, г. Москва



«Ракушки», г. Москва



«Автодром», г. Белогорск



Паровозик «Веселый поезд», г. Москва



«Корабль», г. Москва



Мини-джет «Ассорти», г. Москва

ПАРКИ КУЛЬТУРНО- СПОРТИВНОГО РЕЖИМА



Репортаж из Китая о национальных особенностях местных парков культуры и отдыха

Лучшая китайское национальное пение, наблюдая за чайной церемонией или приготовлением пекинской утки, я всегда ловила себя на мысли, что никто не умеет делать все это более расслабленно и со вкусом, чем жители Поднебесной. Будучи одной из самых трудолюбивых наций на земле, а последние олимпийские четырехлетки показывают, – еще и одной из самых спортивных, китайцы умеют отдыхать.

У большинства китайцев всего 1 выходной в неделю, а то и в две, так что воспользоваться этим днем они стараются с умом – отдохнуть по возможности всей семьей на природе. Где в перенаселенном китайском городе взять природу? Очень просто – отправиться в один из общественных городских парков или скверов, которых, к приятному удивлению многих, в китайских городах достаточно.

ИСКУССТВО И ПРИРОДА

В ЕДИНЕНИИ

Как выглядит, или из чего состоит среднестатистический парк культуры и отдыха в КНР? Во-первых, это изобилие деревьев, цветов, кустов и прочей растительности – или растущей самой по себе, или выстроенной по определенной дизайнерской ландшафтной задумке. Во-вторых, в каждом китайском парке есть беседки, необычных форм лавочки, галереи, искусственные горки, озера, пруды и прочие рукотворные элементы. Китайские дизайнеры парков всегда активно стремились и стремятся добиться ощущения максимального слияния с природой, с тем, чтобы «рукотворная и природная красота слились в неразделимое целое».

Еще одной из особенностей организации парков культуры и отдыха в Китае стоит назвать желание китайцев сделать свои сады и рощи максимально культурными местами отдыха. К примеру, в одном городском парке на берегу моря в юго-восточной части Шэньчжэня небольшая территория отведена художникам: на натуральной деревянной доске вывешены интересные законченные и красочно оформленные работы, а недалеко от этой мини-галереи находятся специальные посадочные места, возле которых установлены мольберты, и все желающие могут прийти сюда рисовать. В этом же парке в другой его части расположена схожая

фотогалерея, в которой демонстрируются фотографии данного парка, сделанные любителями и профессионалами из разных стран мира.

Практически во всех китайских парках и скверах чувствуешь умиротворение, спокойствие, настоящее единение с природой и желание саморазвиваться порой в самых неожиданных направлениях.

ВМЕСТЕ ВЕСЕЛО ШАГАТЬ. ПЕТЬ И ТАНЦЕВАТЬ

Кроме отдыха на лоне природы, китайские парки дарят возможности активного отдыха. Станции на искусственных озерах и прудах в парковых территориях предлагают прокатиться на катамаране или лодке, но происходят такие прогулки очень мелодично, спокойно и по личным ощущениям несколько медленнее, чем в аналогичных российских парках.

Кроме природы, китайцы искренне и всей душой любят различные виды искусства, одно из которых музыка. Практически в любом китайском парке можно найти уголок караоке, который заполнен любителями спеть что-то вместе. Но привычное караоке не идет ни в какое сравнение с уникальным поистине национальным развлечением – коллективным разучиванием песен. В одном из самых крупных парков южного Китая – Гуанчжоуском парке Юесю – ближе к северному входу можно обнаружить небольшой павильон, в котором находится несколько скамеек, пространство



для присутствующих стоя, места для музыкантов, а рядом с ними установлена доска, на которой крепится большой ватман с текстом песни и нотами. В определенные дни здесь собираются все желающие, вывешивается текст выбранной песни. Преподаватель вокала при помощи музыкантов объясняет собравшимся, как петь ту или иную ноту (для простоты они обозначены цифрами), после чего постепенно по нотам разучиваются слова, а затем все хором по множеству раз под живой аккомпанемент исполняют песню. Признаюсь честно, от увиденного у меня лично побежали мурашки, настолько впечатляет зрелище нескольких десятков разновозрастных китайцев, которые что есть силы громко, во всю мочь и от всей души старательно вытягивают слова и мелодии национальных песен. Многие китайцы приходят в парк в свой выходной именно за тем, чтобы спеть – таким образом, они, по собственным признаниям, чувствуют себя отдохнувшими и более счастливыми.

Конечно, кроме пения, жители Поднебесной большое внимание в жизни уделяют танцам. В каждом городском парке, а также скверах и даже на площадках возле жилых домов, ежедневно проводятся бесплатные занятия различными видами танцев – в основном, национальными китайскими или спортивно-оздоровительными. Некоторые танцы или упражнения под музыку, практикующиеся здесь, связаны с местными верованиями или религиями.

СЕКРЕТ СПОРТИВНЫХ ПОБЕД КРОЕТСЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА

От танцев плавно перейдем к спорту, которому во многих парках Китая посвящены значительные парковые территории. Для большинства китайцев спорт или физкультура – неотъемлемая часть каждого дня жизни, а зачастую и отдыха. Как иначе объяснить то, что во всех парках, скверах и площадках (в том числе дворах жилых домов) организованы теннисные корты, установлены столы для пинг-понга, футбольные, волейбольные и баскетбольные площадки, дорожки для



бега, гимнастические снаряды и многое другое, связанное с поддержанием спортивной формы.

Приходя в свой единственный выходной в парк, многие китайцы стремятся первым делом заняться любимым видом спорта, для большинства из них это пинг-понг. Азарт и скорость, с которой они играют, вызывают и восхищение, и недоумение. Я спрашивала многих китайцев, действительно ли они считают занятия спортом настоящим отдыхом или даже альтернативой, к примеру, развлечениям на аттракционах или компьютерным играм. К моему искреннему удивлению, почти все ответили утвердительно и в свою очередь, удивились моим вопросам. Вот ответы только некоторых посетителей парка Юесю:

«Конечно, я люблю спорт! Благодаря тому, что я играю в баскетбол, я нашел очень много друзей. У нас много общего, хотя мы работаем в разных сферах, а некоторые из нас еще только учатся, но на площадке мы просто друзья и игроки. Баскетбол – лучший способ поднять мне настроение!» Лу Инь.

«Играя в пинг-понг, я могу забыть обо всем на свете. Иногда так увлечешься, что забудешь, сколько уже времени. Если у меня есть выбор посмотреть кино, покататься на аттракционе или сыграть в пинг-понг, то я без тени сомнения, выберу последнее. Тем более, что играть можно бесплатно, на природе... передо мной даже выбор не стоит» Ма Цзин.





Эти и многие другие комментарии еще больше убедили меня в том, что для китайцев спорт – это не просто хобби или элемент здорового образа жизни, это еще и хороший способ развлечься. Тем более что выбор развлечений поистине велик: от крутящихся тренажеров для тонкой талии и гимнастических турникетов до командных и веселых игр.

Интересно, насколько популярны были бы бесплатные спортивные площадки с инвентарем в российских парках культуры и отдыха. Вспоминая ежегодный ажиотаж на открытых ледовых катках и учитывая искреннюю любовь к спорту многих наших соотечественников, мне кажется, что массовые спортплощадки могли бы пользоваться не меньшей популярностью, а кроме того содействовать здоровому образу жизни и формированию культуры отдыха. И кто знает, может, в таком отношении к спорту как раз и кроется китайский секрет олимпийского успеха и прочих неожиданных для многих взлетов и побед спортсменов из КНР.

ЧИСТОТА КАК ЗАЛОГ КОМФОРТНОГО ОТДЫХА

Говоря о культуре отдыха, нужно отдельно упомянуть про коммунальную составляющую китайских парков. Как, наверное, уже стало понятно из нашего репортажа, парк для китайцев – место высокой культуры, чуть ли не священного отдыха. Поэтому в большинстве парков Китая можно найти то, что порой не сыскать даже на крупных улицах города: мусорки для разных видов отходов, гигиенические краники с чистой водой для питья или умывания, таблички и указатели на нескольких языках, аккуратные туалеты, в которых регулярно убирают, действительно чистые дорожки, лавочки и прочие детали.

В большинстве парков есть собственные фотокиоски, в которых все желающие могут сфотографироваться в различных китайских костюмах на выбранном фоне, и получить любые фотографии тут же на месте. Кстати, в киосках есть несколько раздевалок для того, чтобы вы могли комфортно переодеться. Еще одним приятным нюансом для многих служат парковые магазины-кафе, которых довольно много, и где можно спокойно отдохнуть и вкусно перекусить.

Кроме работы основного персонала, парки постоянно патрулируют улыбчивые полицейские на специальных

мотороллерах. Все это делает китайские парки культуры и отдыха еще более желанными местами для посещения.

МЕСТО АТТРАКЦИОНОВ В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКАХ

Ну, а что насчет аттракционов, спросите вы. В большинстве городских парков культуры и отдыха их как таковых просто нет. Покататься на аттракционах в Китае можно в развлекательных центрах или тематических парках развлечений. Последних, кстати, тут бесчисленное множество, и состоят они практически из одних только развлечений и всевозможных аттракционов, объединенных единой темой.

В крупных городах в центральных парках – как, например, в уже упомянутом нами Гуанчжоуском парке Юесю – небольшие площадки аттракционов присутствуют. На такой площадке, как правило, находится 5-6 основных аттракционов (несколько каруселей, машинки, 1-2 экстремальных), касса и киоск с поп-корном. Это единственное место в парке, где громко играет музыка и довольно шумно. Однако, расположение данной территории продумано так, что практически нигде в огромном парке этого шума не слышно, и он никоим образом не мешает спокойному отдыху и прочим занятиям на территории городского парка культуры и отдыха.

*Елена Лобашева,
специально и эксклюзивно для
«Аттракционы и развлечения»*

An advertisement for JoyLand. At the top is the JoyLand logo, which consists of a stylized white and blue shape resembling a paper airplane or a starburst, followed by the text 'JoyLand' in a white, sans-serif font. Below the logo, the Russian text 'у нас есть почти всё!!!' is written in a large, yellow, cursive font. Underneath the text is a row of four small images showing different types of amusement rides: a roller coaster car, a carousel horse, a Ferris wheel, and a shooting game machine. At the bottom of the advertisement, the text 'ООО "ДжойЛэнд"' is written in white, followed by the phone number '+7-926-907-33-66' and the website 'www.joyland.su'.

GOLDEN PONY® AWARDS

240 Excellence Awards assigned in 10 years to operators in the leisure sector divided into 5 categories: Amusement Parks, Travelling Showmen, FECs, Rides Manufacturers and outstanding Leisure Personalities

Games & Parks Industry presents the 12th Golden Pony® Event 2013 Moscow March, 20th

The selection process for the next Golden Pony® Awards has begun. Be a protagonist!

In co-operation with:

Algeria, Austria, Belgium, Brazil, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Denmark, Egypt, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, India, Iran, Ireland, Italy, Kazakhstan, Lebanon, Lichtenstein, Luxembourg, Malaysia, Mexico, Morocco, Netherlands, Norway, Pakistan, Poland, Portugal, Qatar, Russia, Saudi Arabia, Singapore, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, Ukraine, UAE, UK, USA, Venezuela

FACTO EDIZIONI

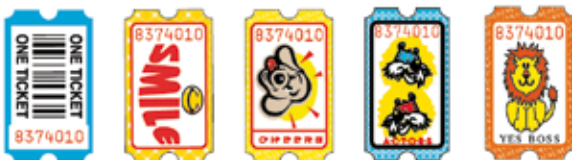
For further information:
Tel. (+39) 049 8762922 ext 1 - E-mail: factosrl@libero.it
www.factoedizioni.it

GAMES & PARKS Industry

Бумажные билеты Redemption Tickets

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

Custom, Stock, Barcoded & Eco-Friendly Tickets



Браслеты Wristbands

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

Custom, Stock, Barcoded, Litter Free, Pinfeed & Detachable Stub



syndicate
GROUP

Крупнейший в мире производитель призовых билетов и браслетов
World's largest manufacturer of Redemption Tickets & Wristbands

G-47, 1st Floor, Sector-6, Noida - 201301, INDIA
Телефон Tel.: +91-120-2424236, 4676200
Факс Fax: +91-120-4236690
Контактное лицо Contact Person: Arjun Aggarwal
Электронная почта Email: arjun@syndicateprinters.com
www.syndicateprinters.com

Please mention
Promo Code FDRA10
while requesting
quotes!

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ БИЗНЕСА

НАДУВНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ, АКВАШАРЫ, АКВАСКИПЕРЫ, ДЖОЛЛИ ДЖАМПЕРЫ, НАДУВНОЙ АКВАПАРК, СКУТЕРА, КАРУСЕЛИ, ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА, МУЗЫКАЛЬНЫЕ КАЧАЛКИ, ЛАБИРИНТЫ ДЛЯ ПОМЕЩЕНИЙ, НАДУВНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ ДЛЯ EVENT КОМПАНИЙ, АППАРАТЫ ДЛЯ ФАСТ ФУДА /ПОПКОРН, СЛАДКАЯ ВАТА/ ДЕТСКИЕ НАДУВНЫЕ ГОРОДКИ, ГОРКИ ДЛЯ ЗОРБИНКА И МНОГОЕ ДРУГОЕ!



Компания "БЛУКАТИК"
Казахстан, г. Алматы, ул. Гоголя 80
телефон: 8 17271 2-73-13-59
8 17271 2-73-06-82 www.blukatik.kz



sochi.ru
2014

ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh
ПАРТНЕР
ОФИЦИАЛЬНЫЙ СТРАХОВЩИК

Праздник в радость

Дмитрий Шишкин
Заместитель начальника управления
страхования ответственности
ОСАО «Ингосстрах»

Поход на концерт или в развлекательный центр вряд ли можно отнести к экстремальным развлечениям. Между тем культурно-массовые мероприятия, предполагающие скопление изрядного количества людей, сопряжены со значительными рисками для посетителей. А для организаторов развлекательных шоу и владельцев площадок для их проведения любая нештатная ситуация может обернуться многочисленными претензиями со стороны третьих лиц (посетителей, обслуживающего персонала, участников и т.д.).

Российское законодательство не предусматривает обязательного страхования клиентов в индустрии развлечений (посетителей парков, развлекательных центров, массовых мероприятий и т.д.), а многие владельцы компаний, работающих в данной сфере, опрометчиво оценивают потенциальные риски ниже, чем стоимость страховки.

В цивилизованных странах страхование ответственности организаторов массовых мероприятий также нельзя назвать обязательным, но за более чем два столетия существования страхования в этих странах принято обеспечивать защитой всё. Потому что размеры возмещения причиненного вреда могут быть настолько велики, что для компании гораздо легче купить полис за тысячу долларов, чем платить из своего кармана миллионы или, в результате какого-то происшествия, закрывать бизнес и объявлять себя банкротом.

Когда на одной площадке собирается много людей, произойти может все, что угодно – в России мы видели уже немало доказательств этому утверждению. Чтобы обезопасить себя от подобного рода рисков, собственники и арендаторы развлекательных площадок прибегают к страхованию своей гражданской ответственности. Зачем рисковать, если страховой полис гарантирует достойное возмещение пострадавшим и защищает компанию-устроителя мероприятия от возможных исков и разбирательств?

К счастью, страховая культура в нашей стране постепенно растет. Хорошим примером служат предстоящие Зимние Олимпийские игры в Сочи – до них осталось больше года, а все объекты давно застрахованы. ОСАО «Ингосстрах» является официальным страховщиком этого грандиозного по своим масштабам мероприятия, как когда-то выступало генеральным страховщиком Олимпиады-80 в Москве. Сочинский проект во многом

уникален для России, в том числе в части страхования ответственности – и по объемам возмещения, и по широте покрытия.

Для крупных торговых центров с развитой инфраструктурой и высоким уровнем сервиса, наличие страхования ответственности также является неотъемлемой частью деятельности и распространяется на всех без исключения арендаторов. В сегменте развлекательных парков картина менее позитивная: из примерно 800 подобных заведений в России застраховано не более 5%.

По нашему мнению такая ситуация связана с относительной молодостью данного рынка и недостаточной страховой культурой его участников. Зачастую собственники развлекательных площадок до последнего надеются на то, что ничего не случится, пренебрегая страхованием ответственности, однако серьезные ЧП заставляют их по-новому взглянуть на свою деятельность и оценить все преимущества страхования. Так, после нескольких случаев отравления посетителей аквапарков хлором, большинство владельцев подобного рода заведений поспешили застраховаться и переложить свои риски на страховщиков.

Небольшие площадки аттракционов, как правило, работающие в летний период в зонах отдыха, на сегодняшний день практически полностью находятся вне страхового поля. Их работа мало контролируется и все возможные риски, которые в данном секторе весьма велики, несут сами владельцы мини-парков. Хотя, конечно, есть и положительные примеры, так в 2012 году «Ингосстрах» выплатил около 150 тыс. рублей пострадавшему человеку за сломанную при падении с аттракциона руку. Ведь владелец данного аттракциона успел вовремя застраховать свою ответственность. При этом затраты владельца на страхование составили всего около 15 тыс. руб в год. Для того, чтобы повысить степень проникновения страхования в сферу массовых развлечений и защитить интересы посетителей такого рода объектов, есть несколько путей: повышение уровня самосознания в обществе или же законодательные инициативы, в частности, касающиеся обязательных требований к страхованию или организации СРО в этом сегменте рынка. «Ингосстрах» имеет богатую историю страхования массовых мероприятий и уникальный опыт работы в данной сфере.



Страхование ответственности организаторов массовых, культурных, спортивных и иных зрелищных мероприятий

127994, Россия, г.Москва, ул. Лесная, 41
Управление страхования ответственности
тел.: (495) 959 43 27
e-mail: liability@ingos.ru

Реклама

ОСАГО «Ингосстрах». Лицензия ФССН С №0928 77
* в соответствии с условиями договора страхования



www.ingos.ru

ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh

ИНГОССТРАХ ПЛАТИТ. ВСЕГДА.*

Там, где Восток встречается с Западом

или поездка на выставку Asian Attractions Expo – 2012

Гонконг — удивительный город — город будущего, в котором можно встретить традиционную культуру Востока и новейшие идеи и технологии Запада. Ежегодно здесь проходят самые прогрессивные мировые выставки, одну из которых посетила делегация Российской ассоциации парков и производителей аттракционов (РАППА) в рамках профессионального тура со 2 по 9 июня 2012 г.

К профессиональному туру, организованному РАППА, присоединились специалисты индустрии развлечений из разных городов России и СНГ: Москвы, Арзамаса, Белгорода, Твери, Ростова-на-Дону, Чебоксар, Харькова и др. Главной целью нашей поездки стало посещение выставки «Asian Attractions Expo-2012».

«Asian Attractions Expo» является крупнейшей выставкой индустрии развлечений в Азии, которая ежегодно проходит в разных городах данного региона. Основным ее отличием от других выставок можно назвать большое количество компаний-производителей из стран азиатского и тихоокеанского региона, в частности из Китая, Малайзии, Сингапура, Индонезии, Филиппин, Австралии, Новой Зеландии. В 2012 году честь принять выставку «Asian Attractions Expo» выпала Гонконгу.

Выставка прошла 5-8 июня в современном выставочном центре Hong Kong Convention & Exhibition Centre. Тематика выставки охватила практически все направления индустрии развлечений: аттракционы, игровые автоматы, боулинг, пейнтбол, тир; оборудование для детских и спортивных площадок, туризма и спорта; электро- и велосипеды, картинги, автодромы; оборудование для аквапарков и бассейнов; ландшафтный дизайн, фонтаны и садово-парковое оборудование, а также много другой продукции, используемой для развлечений и отдыха.

Среди «изюминок» Asian Attractions Expo-2012 можно выделить наличие большого числа ярких индивидуальных стендов, много производителей симуляторов (музыкальных, танцевальных спортивных), 5D-кинотеатров, разработчиков парков и развлекательных центров, представивших уменьшенные макеты своих проектов.

В общей сложности участники нашего тура смогли познакомиться с продукцией и новейшими разработками около 300 производителей из 30 стран мира, многие приобрели оборудование для своих парков и развлекательных центров.

Также в рамках выставки «Asian Attractions Expo-2012» состоялся круглый стол Национальных ассоциаций индустрии развлечений, где представители РАППА провели переговоры и обсудили актуальные вопросы со своими зарубежными коллегами из различных стран мира.

Кроме выставки, участники нашей поездки смогли ближе познакомиться с Гонконгом – удивительным городом небоскребов, который входит в десятку самых крупных торговых мегаполисов и считается одним из мировых финансовых центров. Выходя на улицу Гонконга, сразу замечаешь невероятно «кипучую» жизнь: огромное количество людей, плотный поток машин, а повсеместные рекламные вывески привлекают своими неоновым светом. И все это круглые сутки!





Круглый стол Национальных ассоциаций

Отметив «энергию города», наша группа отправилась осматривать главные достопримечательности: колоритные улочки, женский монастырь Чи Лин и его великолепные сады, рыбацкую деревню в Аберлине и «Королевство Джамбо» – знаменитый китайский плавучий ресторанный комплекс, а также самое популярное место у туристов – пик Виктория, откуда открывается захватывающая дух панорама города. Соответствующим завершением знакомства с городом стало великолепное световое музыкальное шоу «Симфония Огней».

В следующие дни нас ждали не менее интересные места – два крупнейших парка развлечений Ocean Park и Disneyland.

Ocean Park – один из самых больших океанариумов и тематических парков в юго-восточной Азии, расположенный в гористой местности в южном секторе острова Гонконг. Парк состоит из верхней и нижней части, которые соединены канатной дорогой и подземным туннелем. Между ними курсирует настоящий сказочный поезд. В нижней части Ocean Park находится один из самых больших в мире океанариумов с разнообразными морскими обитателями. По соседству живут гигантские панды, среди которых можно встретить и крайне редкую красную панду.

Помимо аттракционов и развлечений, в парке можно полюбоваться красивой лагуной с фонтанами, совершить увлекательное путешествие по воссозданной территории тропического леса или прогуляться по традиционной китайской улочке. В верхней части парка расположены различные тематические аттракционы: катальные горы, сплав на плотках по бурной речке, колесо обозрения, башня свободного падения и еще множество щекочущих нервы развлечений, которых не побоялись участники нашего тура.

Парки Disney – место, где взрослые становятся детьми, где смех и радость заменяют грусть и переживания, где растворяется граница между сказкой и реальностью. Disneyland в Гонконге – самый молодой парк развлечений из семейства Walt Disney Parks and Resorts. Парк делится на несколько тематических зон. Для самых маленьких зона оформлена в стиле Винни Пуха и Мики Мауса. Более взрослые посетители могут прокатить-



Участники деловой поездки РАППА

ведущий в мире
проектировщик и
производитель
оборудования

WHITEWATER
The Waterpark Company

whitewater@bluewin.ch
www.whitewaterwest.com

ся на лодке по реке сквозь джунгли, через острова с животными, первобытными людьми и огненными вспышками. На протяжении всего дня по территории Диснейленда проходят грандиозные костюмированные парады с танцами, а перед самым закрытием мы насладились фантастическим шоу фейерверков, света и музыки над замком «Спящей красавицы».

Покидая Гонконг, каждый участник нашего тура увозил с собой не только массу впечатлений от выставки и города, но и заключенные контракты, приобретенное оборудование и новые идеи для своего бизнеса.

Всегда немного грустно, когда заканчивается что-то чудесное, но мы не прощаемся, так как впереди нас ждут другие увлекательные поездки на крупнейшие выставки аттракционов и развлекательного оборудования. Присоединяйтесь!

Олеся Лебедева

**СЛЕДУЮЩИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТУРЫ
РАППА:**

✓ **11-23 ноября 2012 г., Орlando, США**

Посещение всемирной выставки аттракционов «IAAPA ATTRACTIONS EXPO 2012» и 8 крупнейших парков развлечений.

✓ **Июнь 2013 г., Сингапур**

Посещение азиатской выставки аттракционов «Asian Attractions Expo 2013»



Парк развлечений «Hong Kong Disneyland»



Выставка «Asian Attraction Expo - 2012»

FUN MARKET
продажа и
производство
аттракционов и
батутов

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

Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России (за период 2012-2013 гг.)

№ п/п	Наименование объекта/место расположения	Стоимость проекта/площадь объекта	Ввод в эксплуатацию/ дата открытия	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Источник (сайт)
2012 г.					
1	ТРК «Питер-лэнд», г. Санкт-Петербург	25 000 м ²	27 февраля 2012	Аквапарк, зона фуд-корта	kidsreview.ru
2	ТРЦ «Мадагаскар», г. Чебоксары	40 000 м ²	05 апреля 2012	Детская развлекательная зона, многозальный кинотеатр, зона фуд-корта	rtk-group.ru
3	«Экзоотик парк», Московская область	Более 6 га	01 июня 2012	Зоопарк, аттракционная площадка, цирк «Шапито», рестораны, фуд-корт, сувенирный магазин	80andgbykk.xn
4	ТРЦ «РИО», г. Санкт-Петербург	70 000 м ² \$120 млн.	15 июня 2012	Шестизальный мультиплекс, развлекательный центр	slovakiainvest.ru
5	ТРЦ «Премьер», г. Рязань	80 000 м ²	23 июня 2012	Многозальный кинотеатр с залом IMAX, игровая зона, аттракционы, зона фуд-корта	mediaryazan.ru
6	ТРЦ «Аква-молл», г. Ульяновск	90 000 м ² 3,3 млрд. руб.	20 июля 2012	15 ресторанов, детская игровая площадка, многозальный кинотеатр «Синема Парк»	volga.ria.ru
7	ТРЦ «Гостиный двор», г. Тула	51 000 м ²	21 июля 2012	Кинотеатр, интерактивная библиотека, детский центр, аттракционы, зона фуд-корта	tula.kp.ru
8	ТРЦ «РИО», г. Орел	55 000 м ² \$80 млн	04 августа 2012	Фуд-корт, рестораны, многозальный кинотеатр, кафе, детский развлекательный центр	rio.su
9	ТРЦ «Чермушки», г. Владивосток	35 000 м ²	09 августа 2012	Развлекательный комплекс	arendator.ru
10	ТРК «Международный», г. Санкт-Петербург	46 400 м ²	24 августа 2012	Многозальный кинотеатр, фитнес-клуб, фудкорт, кафе и рестораны	tkspb.ru
11	ТРЦ «Огни», г. Барнаул	23 400 м ²	01 сентября 2012	Детский игровой комплекс, фуд-корт, кинокомплекс	kapital-rus.ru
12	ТРК «Июнь», г. Мытищи	178 000 м ²	01 сентября 2012	Многозальный кинотеатр (Mori Cinema с залом IMAX), семейный развлекательный центр (Funku Town), каток, торговая галерея, рестораны, кафе, фуд-корт	june.ru
13	ТРЦ «Восторг», г. Кстово Нижегородской области	12 700 м ²	01 сентября 2012	Кинотеатр, зона развлечений, зона фуд-корта	gipernn.ru
14	ТРЦ «Сургут Сити Молл», г. Сургут	154 000 м ² 7 млрд. руб.	06 октября 2012	Каток, 8-зальный кинотеатр «Синема Парк», центр семейных развлечений, рестораны, зона Фуд-корта и кафе быстрого питания, океанариум	siapress.ru
15	ТРЦ «Савеловский Молл», г. Москва	300 000 м ²	11 ноября 2012	Каток, картинг, многозальный кинотеатр, клуб, боулинг, бильярд, игровая зона, детский развлекательный комплекс	malls.ru
16	ТРЦ «Галактика», г. Смоленск	41 000 м ² , более 1 млрд. руб.	IV квартал 2012	Семизальный кинотеатр Silver Cinema, детская развлекательная зона, фуд-корт	trcgalaktika.ru
17	ТРЦ «Индиго», г. Нижний Новгород	60 000 м ²	IV квартал 2012	10-ти зальный кинотеатр, парк активного отдыха и развлечений (детская и взрослая зоны), фитнес-центр, спа-салон, зона фуд-корта, каток, детская комната	indigo-trk.ru
2013 г.					
18	ТРЦ «АЭРО ПАРК», г. Брянск	57 000 м ² , \$70-80 млн.	01 сентября 2013	8-ми зальный кинокомплекс, комната развлечений для детей, аквапарк, зона фуд-корта	arendator.ru
19	ТРЦ «Саяны Парк», г. Брянск	95 000 м ²	01 декабря 2013	Многозальный кинотеатр, детский развлекательный центр, зона фуд-корта	malls.ru
20	ТРК «Планета», г. Уфа	140 000 м ² 2,7 млрд. руб.	I кв. 2013	Аквапарк, кинокомплекс, зона фуд-корта, развлекательный центр	beautyufa.ru
21	ТРЦ «Весна!», г. Москва	126 000 м ²	II кв. 2013	Многозальный кинотеатр Кронверк Синема, зона фуд-корта	shopandmall.ru
22	СРК «Арена Норильск», г. Норильск	27 921 м ²	III кв. 2013	Аквапарк, спортивный комплекс, зона фуд-корта	rtk-group.ru
23	ТРЦ GOLDEN PARK, г. Смоленск	16 000 м ²	III-IV кв. 2013	Пятизальный кинотеатр, детский развлекательный комплекс для всей семьи, фитнес, рестораны	trcgoldenpark.ru
24	ТРЦ «Сити Парк», г. Саранск	52 000 м ² , 2 млрд. руб.	IV кв. 2013	7-ми зальный кинотеатр, зона фуд-корта	shopandmall.ru
25	ТРЦ «BELLAVITA» Московская обл., Павлово-Посадский район	35 600 м ²	IV кв. 2013	Детский центр развлечения, зона фуд-корта	larrysmith.ru
26	ТРК «Скандинавия», г. Санкт-Петербург	146 100 м ²	IV кв. 2013 – IV кв. 2015	Многозальный кинотеатр, каток, площадка для игры в керлинг, парк аттракционов, фуд-корт	tkspb.ru

IN THE WORLD OF ENTERTAINMENT!

Results of the 14th International trade show «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2012»

«You are doing what we need» - this phrase, addressed by one of the exhibitors to the organizers of RAAPA EXPO exhibition, characterizes the most important event of the amusement industry in Russia in the best possible way, and, of course, is a very high praise for the organizers - Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA).

Every year RAAPA exhibition expands its exposition, bringing to the specialists' attention new players of the entertainment market, unique products and new ideas. The 14th International Exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2012», which was held from March 21 to 23, 2012 in Moscow, Pavilion 75 of the All-Russia Exhibition Centre (VVTs), did not become an exception, and also broke its own record by becoming the largest exhibition in the amusement industry of Russia and the CIS countries over 14 years of its existence.

RAAPA EXPO-2012 was held with the support of the Moscow Government, the International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) and TSI, Ltd company (the UK). We can judge about significance of the event according to the list of guests at the opening ceremony, which was attended by: Deputy Chairman of the Industry Committee of the State Duma of the Russian Federation Pavel Dorokhin, Deputy Chairman of the expert committee on innovation and modernization of the State Duma of the Russian Federation Andrey Tvorogov, RAAPA President Vladimir Gnezdilov, deputy Director of the VNIINMASH Institute of Rosstandrat Pavel Filippov. Greetings to participants and guests of the exhibition were provided by the Special Representative of the Russian Federation President for International Cultural Cooperation, Ambassador at Large Mikhail Shvydkoi.

176 companies from twenty countries – Russia, Belarus, Italy, the USA, China, the UK, Turkey, India, the Netherlands, Switzerland, etc., exhibited at RAAPA Expo-2012, including more than 40 new companies, among whom – such well-known foreign manufacturers as Swiss Rides (Switzerland), BN Performance Rides (Italy), Elaut Germany (Germany), Liben Industrial Corporation (China), Visual Sports Systems (Canada), as well as a number of Russian companies – HIPPO kids, Papa Carlo, Technika + , KB «Technologii Kino», etc.

The exhibition traditionally presented almost all types of amusement rides and entertainment equipment. Among the trends of 2012, it is worth to mention a large number of manufacturers of equipment for the kiddie playgrounds, including foreign companies; various virtual cinema theatres and simulators, shooting galleries, inflatable equipment, gaming machines, bumper cars, equipment for bowling, ticket systems, and products by vending companies. Among the services provided for the amusement industry, we can outline not just the regular design of amusement parks and consulting for the entertainment business, but also landscaping and themed working out of territories, etc.

RAAPA EXPO-2012 was attended by more than 5,000 specialists: directors and CEOs of enterprises, executives, engineers, administrators, experts in safety of the amusement rides, representatives of cities' administrations, heads of institutions of various levels, entrepreneurs and investors looking for interesting projects and other professionals in the amusement business.

The work of the exhibition was accompanied by a comprehensive business program, which, as many participants noted, was particularly varied and interesting this year. RAAPA business events are not just an opportunity for participants to get new knowledge and ideas for business, but also to talk in person with leading companies' heads in the sphere of entertainment and industry experts.

Over 270 specialists of amusement industry took part in the seminars, business trainings, round tables, and meetings held within the frames of the international conference «Prospects of amusement industry development in Russia».

In their presentations, the speakers touched on such hot issues as: prospects of kiddie leisure development, safety of playgrounds and amusement rides, improvement of amusement park's profitability under current conditions, zoning the areas and catering business, the effectiveness of advertising in amusement parks.

Much was said about the economic efficiency of work of the family entertainment centers and indoor amusement parks. Visitors were given practical advice on operating bowling clubs, told about the system of staff motivation and encouragement, and learned about methods of increasing the profitability of amusement parks and FECs.

Famous experts spoke about the legal support of business in the Russian amusement industry, about ways of organizing an interesting festive event in the amusement park or family entertainment center, and about methods of increasing the profitability of the enterprise through work automation. A round table discussion of the water parks' safety increasing went in a very active manner.

Among the Conference speakers there were not only the amusement industry professionals noticed, but also well-known public figures, who also had a story to tell to the participants. Eugenia Galetka, an event-director of the united company «Afisha» and «Rambler», described the current approaches to the holding of public events and about the technology of attracting new audiences; Nikita Nebylitsky, a famous host of the «Silver rain» radio station, better known in amusement industry as the owner of the network of popular karting centers, spoke about the effectiveness of the centers of a similar format.

One of the most popular activities was the round table, where there was a demonstration of the films about the best parks and family entertainment centers in Russia.

The laureates of the «Golden Pony Moscow-2012» are:

«Park Chudes» (Kemerovo)

Kiddie Park «Skazka» (Lipetsk)

«Shcherbakov Park» (Donetsk, Ukraine)

«Game City» company (Belgorod)

«Planeta Razvlecheniy» company
(Voronezh)

«Bausaa» company (Italy)

«Funky Town» FEC (Kazakhstan)

«Funtura» FEC (Donetsk, Ukraine)

«Happyton-Vegas» amusement park
(Moscow)

**Mr. Gerry Robinson,
a renowned international expert,
president of the TSI Ltd (UK)**

Participants in this event were able to not only watch the presentations, but also to ask questions to the heads of these companies.

On March 21, within the frames of RAAPA EXPO, a ceremony of giving an International award for achievements in the sphere of amusement industry «Golden Pony Awards Moscow-2012» was held. The organizer of this ceremony – the Italian publishing house «Facto Edizioni» – has been choosing RAAPA EXPO as a platform for giving this prestigious award for the second year in a row.

The «Golden Pony» awarding ceremony was held as a part of a reception celebrating the opening of the exhibition. The reception turned into an unforgettable show involving dance groups, equilibrium masters, and a well-known band «Mercedes DANCE».

Companies with the best exposition at the exhibition were awarded with RAAPA golden medals: Brunswick, Elaut Germany GmbH, Qubica Amf, the group of companies «RIF»,

Shinin group, Total Interactive Technologies, «Air Palace» factory, KB «Technologii Kino», World of Entertainment, Razvlekatelnye Apparaty, Technika+.

RAAPA Expo-2012 has shown once again that it enjoys a steady popularity among amusement industry professionals from around the globe.

One of the exhibition objectives is to promote Russian manufacturers on the international market, an evidence to which is the growing with every year exhibition attendance by visitors from abroad.

Over the years of its existence, the RAAPA exhibition became not only one of the leading global exhibition brands in the amusement industry and a center, where an entertainment business development policy in Russia is formed, but also a place, visiting which is a part of image and professional culture of the specialists working in the amusement industry. For many years, RAAPA exhibition has been a central platform where novelties and achievements of the amusement industry are presented, it is here where the foundations of the Russian civilized entertainment market were laid.

In spring 2013, RAAPA Expo will celebrate its 15th anniversary. Undoubtedly, it will become a great event in the amusement industry of Russia, as well as a certain mark of summing-up, and for sure, the starting point for the next stage of growth and development of our industry.

We are looking forward to greeting you on March 20 through 22 in Pavilion 75 of the All-Russian Exhibition Centre (VVTs) at the 15th International exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA Expo-2013».

With us – into the world of entertainment!

M. Gorbacheva

EXHIBITORS' FEEDBACK

Neil Pasteris, «Visual Sports Systems» company, Canada
Exhibition «RAAPA Expo-2012» was very successful for us!

We develop software for the simulators of sports games, which represent six kinds of sports: football, hockey, basketball, baseball, golf and American football. In Russia, hockey and football are very popular, so the Russian market is very promising for us. We have met a lot of interested buyers and have found potential distributors of our products in Russia at the exhibition.

RAAPA exhibition taught us quite a few things – first, it helped us to understand how to work at the Russian market, and what sorts of problems you may encounter. RAAPA EXPO is, indeed, the show of the world standard, and the way it is organized surpasses some other world exhibitions we have been to.

YongBao Wang, the company «Liben Industrial Corporation», China

We participated in the RAAPA exhibition for the first time, and I must say that it was a wonderful experience, because we had an opportunity to meet face-to-face with the amusement industry experts from all over Russia.

Our company manufactures kiddie playground equipment, as well as play equipment for school classes. Russian consumers are attracted by our product quality and reasonable prices, so we really like to work here. Over three days of exhibition, our

booth was visited by 130 professionals, 30% of whom were willing to buy our products. As for possible improvements of RAAPA EXPO, in my opinion, it is already perfect!

**Lyubov Gubanova, «Technika+» company,
Saint-Petersburg**

RAAPA Exhibition has made a wonderful impression on us! This exhibition is a festivity! It's an exhibition, which brings joy to people!

Our company is a dynamically growing one; we react easily and quickly to the needs of the market, and try to work according to a customer's request. We displayed the equipment at the exhibition, which is currently the most demanded on the market. It is too early to talk about particular results now, but I think they will be very good, and we are very pleased to go on cooperating with RAAPA. It is always possible to move forward, so we need to grow and develop.

On behalf of our company, I would like to thank the organizers, and to highlight the high level of all activities and a decent contingent of exhibitors. It was very nice to be a part of such a festival of business.

I wish RAAPA exhibition further prosperity and expansion!

**Andrey Kuznetsov, KB «Technologii Kino» company,
Moscow**

We have exhibited at RAAPA for first time, and we have a very good impression. First, there were a lot of professional visitors, and second, many new developments were displayed.

The financial result for us was quite essential. We presented two new products at the exhibition: a simulator designed for two people who are competing each with other at the same time, and a new system of building 3D images, which allows to «feel» what is in front of your eyes. At the exhibition, we have sold 12 sets of this system!

We loved both the scale of the exhibition, and the organization!

**Andrey Bazarov, «HIPPO-KIDS» company,
Ekaterinburg**

RAAPA exhibition is visited by amusement industry specialists from different cities of Russia, who are planning to expand or open amusement parks. At the exhibition, we had many meetings, especially on the first and second day. There are several agreements on design of amusement parks in the South of the country, in the Sverdlovsk region, in the central part of Russia.

At our booth, we presented the attractions of different formats: a simulator, juke boxes, redemption machines, kiddie rocking attractions, and our hit – «Pirates» attraction.

Everything was great! We wish the exhibition organizers further development, and I think that we will participate in each subsequent RAAPA exhibition.

**Konstantin Neznanov, «ELAUT» company,
Germany**

Our impressions of the RAAPA exhibition are positive, and they even exceeded our expectations.

The experience of the organizers is clearly seen, all problems were resolved very quickly and competently – it was a real European level. We presented at the exhibition only part of our products: crane machines, kushar machines, radio controlled boats and amusement machines.

We liked everything! Keep it up!

HOT SUMMER of 2012

Results of the «RAAPA Summer Meeting» in Voronezh

In recent years, we can observe the growth of the entertainment market in Russia. This can be judged by the number of designed and put into operation leisure facilities in different regions of the country, by refurbishment of amusement parks, increasing the number of family entertainment centers, improvement of parks' and playgrounds' territories.

However, as a rule, the main conclusions made by analysts about the state of Russian amusement industry are based on the examples and experience in Moscow, St. Petersburg and other mega poles, where all the significant professional events usually take place. Often this is because the information about the state of Russian regions' amusement industry doesn't always get the attention of specialists in the area, and the media, although the fact is not doubtful that the regional achievements are of major interest, as we have previously mentioned in the magazine.

But as you know, it is better to see once than hear a hundred times, so the Russian Association of Amusement Parks and Attractions decided to fill this gap and to enable amusement industry professionals to meet the leading enterprises and professionals of leisure industry of one of the regions of Russia. So there appeared an idea of "RAAPA Summer Meeting" in Voronezh!

Summer of 2012 as a whole was not so hot, but for amusement industry professionals atmosphere of the season was warmed by a new event in the professional industry calendar – summer international meeting of leisure industry experts «Leisure and entertainment industry in the regions of Russia», which was held on July 26-28 in Voronezh.

The event was really «hot», and not only because it fell on the warmest days of summer, but also by the response of many participants who, in spite of the high season, holidays and everyday worries, rushed to Voronezh to this exciting business forum.

As a result, the «RAAPA Summer Meeting» was attended by more than 70 heads and specialists of amusement parks, family entertainment centers, cultural and leisure complexes, representatives of cities' administrations and of the regions' culture management bodies, manufacturers and suppliers of entertainment equipment, representatives of regional and national media, and other interested persons from more than 30 cities of Russia, Kazakhstan and Italy. Among them there are: Alekseevka, Atyrau (Kazakhstan), Belgorod, Borovsk, Voronezh, Yekaterinburg, Izhevsk, Kaluga, Klin, Kuznetsk, Kumertau, Lipetsk, Liski, Yeisk, Moscow, Naberezhnye Chelny, Orekhovo-Zuyevo, Orsk, Penza, Perm, Rostov -on-Don, Ryazan, Rudny (Kazakhstan), St. Petersburg, Smolensk, Saransk, Syzran, Tula, Trehgornyy, Yuzhno-Sakhalinsk, etc.

Accepting applications reached curious things when participants without warning, came to Voronezh directly to the event, or asked to include them in the group on the last day, but – the organizers managed to include everyone in the group!

Voronezh was chosen to host the «Summer Meeting» not accidentally. In the last issue of the magazine we talked in detail about amusement industry of this city, where in

recent years much work has been done to restore and improve urban parks and recreation areas. One of the most striking examples – the reconstruction of the park "Scarlet Sails", which, without exaggeration, can be called a true piece of landscape art. Also, namely in Voronezh, the largest in Russia indoor amusement park is located, that was awarded in 2012 with the prestigious international award "Golden Pony". However, even these factors are not the most important. Voronezh is different because the parks here are an authentic brand of the city and the unique sights of the region.

The format of «Summer Meeting» was also not a standard one. The organizers invented something really new, incomparable to any other industry event: they did not overload the program with theoretical information, and tried to create an atmosphere of a free dialogue among participants. In fact, «Summer Meeting» was a professional educational tour, in the course of which experts were able to see in action the work of the successful establishments of culture and leisure industry, to meet and network with colleagues from other regions, to share experiences, to ask questions to leisure industry experts.

«RAAPA Summer Meeting» was opened on July 26 by a general gathering of participants in «Capital» – a modern business center of Voronezh. I.A. Timoshenko, the head of the INC «EcoCenter» and the representative of the city administration, took the floor at the opening and spoke about the progress made in the reconstruction and development of parks and city recreation zones of Voronezh, and he shared plans for the future and answered numerous questions from the audience.

On the first day, the participants visited three parks, each of which was of particular interest to specialists. The tour program was established in such a way as to not only to show the best companies of cultural and leisure industry of Voronezh, but also to fill thematically a visit to each of the sites with useful information. So, I.M. Zheltukhin, head of the park «Orlenok», shared his successful experience in the organization of the work of attractions ground; P.V. Gulbin, director of the park «Tanais», spoke about the forms of cooperation with the city administration.

Despite the 30 degrees heat and sufficiently dense program, the participants were in a good and really summer mood, but even in spite of the ease of the event, specialists actively asked professional questions and discussed the pressing issues.

The evening program was continued in a unique park of Voronezh – «Scarlet Sails», that endured full reconstruction last year by the Russian and French architects. Participants visited the park with pleasure, asked questions of interest to executives, studied trainers, sports and kiddie playgrounds, and even fed squirrels. There in the park - under picturesque pines, on the well-equipped playground, workshops on «Improving profitability of the park by holding holidays and special events» were organized for the participants. The classes were conducted by Alexey Tarasov – head of the «Nizhny Park» of Lipetsk and his team of specialists. All participants of the «Summer Meeting» took part in this funny and very informative event, and then proceeded to chat informally in the themed café «Green Cafe» of «Scarlet Sails» park.

The second day of the «Summer Meeting» was devoted to indoor parks and family entertainment centers of Voronezh.

The first on the route was the family entertainment center, «Tvoy Park», where participants were able to see how funny leisure for the whole family could be on a relatively small area. The presentations of the manufacturers and suppliers of the amusement rides, entertainment equipment and services for amusement industry took place there. 14 companies from Russia and Italy made presentations and videos. For those manufacturers who could not take a direct part in the event, organizers provided a unique service – indirect company presentation. Demonstration of videos and presentations was performed at the ultra – modern large LCD screen. Many of the speakers noted high quality of the presentation and the fact that the presentation was exceptionally spectacular.

The second part of the day the participants of «Summer Meeting» spent in the family entertainment center «City Park» Grad», where they visited several unique entertainment facilities. The first was the largest Russian indoor amusement park. Experts were able to not only to ask questions to its leaders on effectiveness of this of that technology, but also to experience incredible sensations on amusement rides and entertainment equipment. All the participants were very interested in Kiddie Center, located in the «Grad», where it was clearly shown how to organize a good and safe holiday for toddlers. A visit to a modern Oceanarium, which collected 180 species of fish and 55 species of mammals was very impressive. Smile and good mood did not leave the tour participants during all the excursion, and feeding sharks show was the culmination of it, having impressed absolutely everyone. The ending of the main program of «RAAPA Summer Meeting» was the awarding with memorable diplomas and buffet in a stylish lounge area of «City Park» Grad».

Next day the most active participants went on a trip to the Natural History and Archaeological Museum «Divnogorie.» Everyone was impressed by the beauty of this unique place: starting from the 8th century cave temple, up to an unforgettable panorama of the river Don.

In the opinion of the majority of participants of «RAAPA Summer Meeting», the event exceeded all expectations, and it was a real event for professionals of amusement industry. Everyone noted a perfect organization, program relevance, the unusual format and high quality service. Industry experts estimated that holding of such meetings at such a level contributes to the development and promotion of amusement industry in Russia, and is a unique opportunity to socialize and network with colleagues from different parts of our vast country.

RAAPA Summer Meeting's goal is to introduce professionals of culture and leisure industry to amusement industry of our country regions, to increase the investment attractiveness of Russian regions in creation of new family entertainment centers, to develop an interest in new places of recreation and tourism among the population, and broadcast the successful experience of the amusement industry companies for the further development of the industry. As in our country there are so many places where you can gather some interesting ideas and findings, and that are just worth seeing.

Next «RAAPA Summer Meeting» will be held in...

Wait for us in your city!

M. Gorbacheva

Summary table of family entertainment centers being designed and put into operation in Russia (during 2012-2013)

№ п/п	Facility name / location	Project cost / facility area	Putting into operation / opening date	Trade and entertainment component (presented operators)	Source
2012 г.					
1	TEC «Peterland», Saint-Petersburg	25 000 м ²	February 27, 2012	Waterpark, food court	kidsreview.ru
2	TEC «Madagascar», Cheboksary	40 000 м ²	April 05, 2012	Kiddie entertainment zone, multiplex cinema, food court	rtk-group.ru
3	Exzootic Park, Moscow region	over 6 ha	June 01, 2012	Zoo, attractions zone, «Shapito» circus, restaurants, food court, gift shop	80andgbykk.xn
4	TEC «RIO», Saint-Petersburg	70 000 м ² , \$120 million	June 15, 2012	6-hall multiplex, entertainment center	slovakiainvest.ru
5	TEC «Premier», Ryazan	80 000 м ²	June 23, 2012	Multiplex cinema with IMAX hall, game zone, amusement rides, food court	mediaryazan.ru
6	TEC «Aqua-mall», Ulyanovsk	RU3,3 billion, 90 000 м ²	July 20, 2012	15 restaurants, kiddie playground, multiplex «Cinema Park»	volga.ria.ru
7	TEC «Gostiny dvor», Tula	51 000 м ²	July 21, 2012	Cinema, interactive library, kiddie center, amusement rides, food court	tula.kp.ru
8	TEC «RIO», Orel	55 000 м ² , \$80 million	August 04, 2012	Food court, restaurants, multi-plex cinema, cafe, kiddie entertainment center	rio.su
9	TEC «Cheremushki», Vladivostok	35 000 м ²	August 09 2012	Entertainment complex	arendator.ru
10	TEC «Mezhdunarodny» (International), Saint-Petersburg	46 400 м ²	August 24, 2012	Multiplex cinema, fitness club, food court, café and restaurants	tkspb.ru
11	TEC «Ogny» (Lights), Barnaul	23 400 м ²	September 01, 2012	Kiddie play complex, food court, multiplex cinema	kapital-rus.ru
12	TEC «June», Mytischy	178 000 м ²	September 01 2012	Multiplex cinema (Mori Cinema with IMAX hall), family entertainment center (Funky Town), skating ring, trade gallery, restaurants, cafe, food court	june.ru
13	TEC «Vostorg» (Excite), Kstovo Nizhegorodskaya oblast	12 700 м ²	September 01 2012	Cinema, entertainment zone, food court	gipernn.ru
14	TEC «Surgut City Mall», Surgut	RU 7 billion 154 000 м ²	October 06 2012	Skating ring, 8-hallcinema «Cinema Park», family entertainment center, restaurants, food court and fast food, Oceanarium	siapress.ru
15	TEC «Savelovsky Mall», Moscow	300 000 м ²	November 11, 2012	Skating ring, carting, multiplex cinema, club, bowling, billiards, game zone, kiddie entertainment complex	malls.ru
16	TEC «Galaktika», Smolensk	41 000 м ² , over RU 1 billion	4 th quarter of 2012	7-hall multiplex Silver Cinema, kiddie entertainment zone, food court	trcgalaktika.ru
17	TEC «Indigo», Nizhny Novgorod	60 000 м ²	4 th quarter of 2012	10-hall multiplex, active leisure and entertainments park (kiddie and adult zones), fitness center, SPA, food court, skating ring, kiddie room	indigo-trk.ru
2013 г.					
18	TEC «AERO PARK», Bryansk	57 000 м ² , approx. \$70-80 million	September 01, 2013	8-hall multiplex, kiddie play room, water park, food court	arendator.ru
19	TEC «SayanyPark», Bryansk	95 000 м ²	December 01, 2013	Multiplex cinema, kiddie entertainment center, food court	malls.ru
20	TEC «Planeta», Ufa	140 000 м ² , RU 7 billion	1 st quarter of 2013	Waterpark, multiplex, food court, entertainment center	beautyufa.ru
21	TEC «Vesna!» (Spring!), Moscow	126 000 м ²	2 nd quarter of 2013	Multiplex cinema Kronverk Cinema, food court	shopandmall.ru
22	FEC «Arena Norilsk», Norilsk	27 921 м ²	3 rd quarter of 2013	Waterpark, sport complex, food court	rtk-group.ru
23	TEC «GOLDEN PARK», Smolensk	16 000 м ²	3 rd .4 th quarter of 2013	5-hall cinema, kiddie entertainment complex for the whole family, fitness, restaurants	trcgoldenpark.ru
24	TEC «City Park», Saransk	52 000 м ² , RU 2 billion	4 th quarter of 2013	7-hall cinema, food court	shopandmall.ru
25	TEC «BELLA VITA», Moscow region, Pavlovo-Posad region	35 600 м ²	4 th quarter of 2013	Kiddie entertainment center, food court	larrysmith.ru
26	TEC «Scandinavia», Saint-Petersburg	146 100 м ²	4 th quarter of 2013 – 4 th quarter of 2015	Multiplex cinema, skating ring, curling playground, amusement park, food court	tkspb.ru