



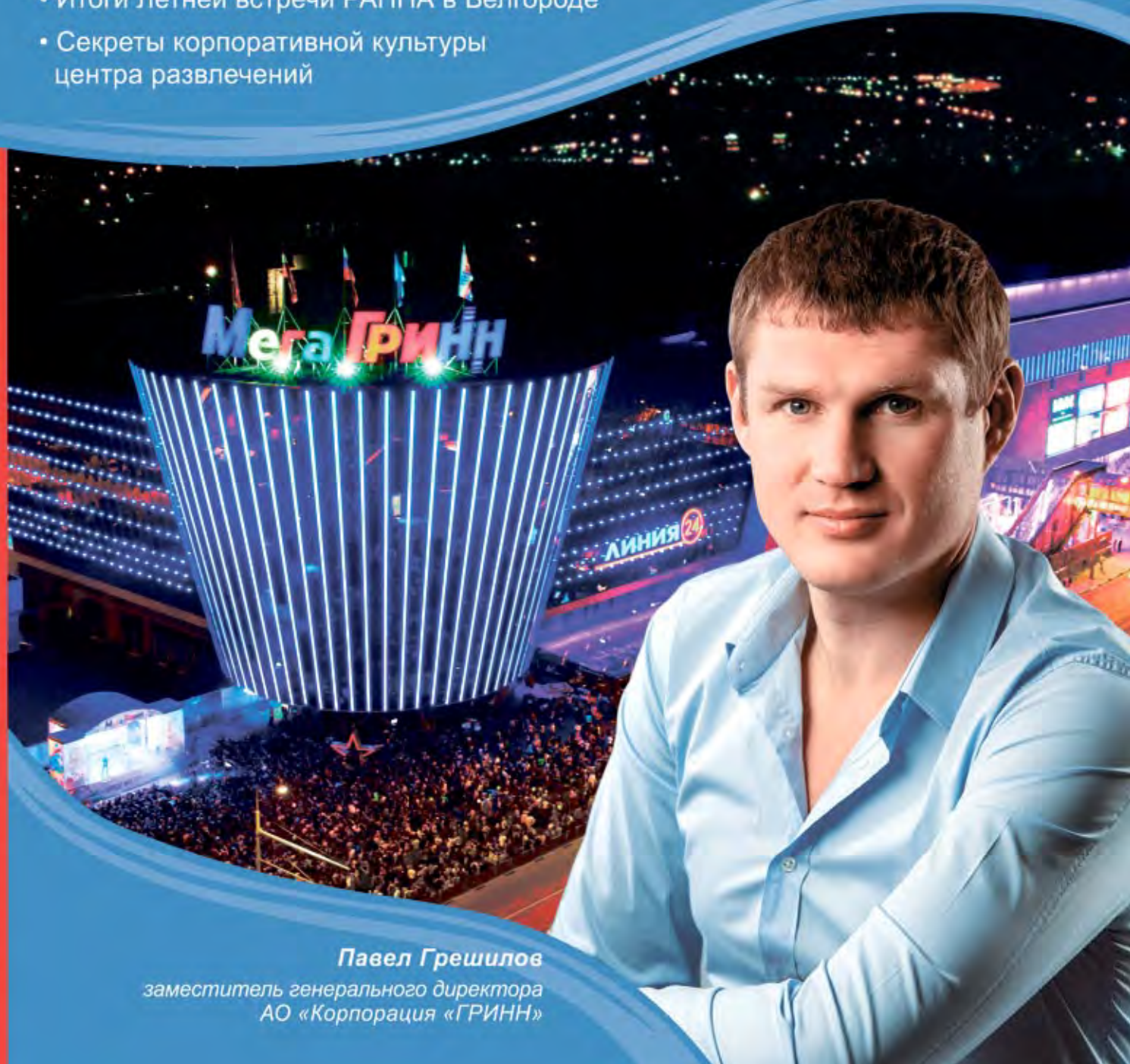
АТТРАКЦИОННЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ ATTRACTIONS & ENTERTAINMENTS

№ 21 октябрь 2016

В НОМЕРЕ:

- Мегатренд к индустрии развлечений
- Как открыть детский центр в малом городе
- Аквапарк к вашим услугам
- Итоги Летней встречи РАППА в Белгороде
- Секреты корпоративной культуры центра развлечений

Информационно-рекламный журнал для профессионалов индустрии развлечений



Павел Грешилов

заместитель генерального директора
АО «Корпорация «ГРИНН»

XIX Международная выставка

РАППА ЭКСПО 2017



2-4 марта 2017 г.
Москва, ВДНХ,
пав. 75, Зал В

АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



28 февраля - 4 марта Деловой форум профессионалов индустрии развлечений

2 марта Церемония награждения «Золотой Пони Москва-2017» проводит журнал «Games & Parks Industry»



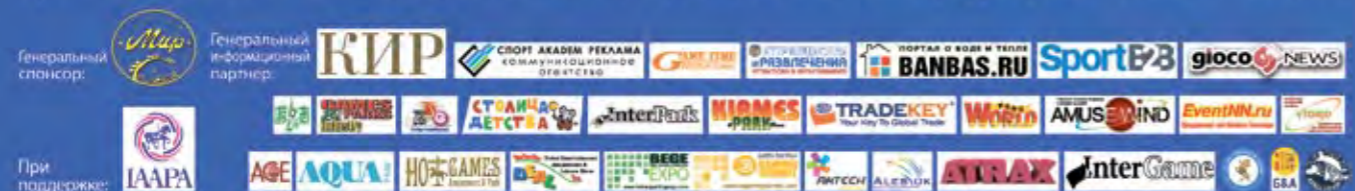
March 2 International Awarding Ceremony «Golden Pony Moscow-2017» promoted by «Games & Parks Industry»

The 19th International Exhibition Amusement Rides & Entertainment Equipment

March 2-4, 2017 RAAPA EXPO 2017 Moscow, VDNH, Pav.75, Hall B

February 28 - March 4 Business Forum of amusement industry professionals

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



Представитель РАППА в Китае: Ace Marketing Inc. Tel: 86-21-51082666*202; www.acemarketing.com.cn

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора	3
ИНТЕРВЬЮ Мегаподход к индустрии развлечений П. Грешилов	4
ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ Парад аттракционов: итоги РАППА ЭКСПО-2016 А. Осипов	8
СОБЫТИЕ СЕЗОНА Золотой Пони Москва-2016	18
ПАРКИ Потешный двор А. Осипов	20
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС Секреты корпоративной культуры центра развлечений П. Тимец	24
АКВАПАРКИ Аквипарк к Вашим услугам Е. Клименко	30
ЛЕТНИЕ ВСТРЕЧИ Летняя встреча РАППА в Белгороде М. Горбачева	38

XIX Международная выставка

РАППА ЭКСПО 2017



2-4 марта 2017г.
Москва, ВДНХ,
пав. 75, Зал В

АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



28 февраля - 4 марта Деловой форум профессионалов индустрии развлечений



2 марта Церемония награждения «Золотой Пони Москва-2017» проводит журнал «Games & Parks Industry»

Организатор выставки:

Тел.: +7(495) 234-5242, +7(495) 234-5204
E-mail: raapa@raapa.ru, website: www.raapa.ru



Представитель РАППА в Китае: Ace Marketing Inc. Tel: 86-21-51082666*202; www.acemarketing.com.cn

«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, 119, ВДНХ, стр. 537/3, оф. 37
АНО «Учебный Центр РАППА»
Тел/факс: (495) 234-52-33
E-mail: tec@raapa.ru; http://www.raapa.ru

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор
Игорь Родионов

Дизайн, верстка
Ксения Лисицина

Над номером работали:

Марина Горбачева
Татьяна Харитоновна
Елена Швецова
Марина Илмензеер
Андрей Осипов



March 2-4, 2017
Moscow, VDNH,
Pav. 75, Hall B

AMUSEMENT RIDES & ENTERTAINMENT EQUIPMENT



February 28 - March 4
Business Forum of amusement
industry professionals

March 2 International Awarding
Ceremony «Golden Pony Moscow-2017»
promoted by «Games & Parks Industry»

Expo Organizer:
Tel: +7(495) 234-5233, +7(495) 234-5268
E-mail: raapa@raapa.ru, website: www.raapa.ru



RAAPA representative in China: ACE Marketing Inc. Tel: 86-21-51082666*202; www.acemarketing.com.cn

ПОЛЕЗНО ДЛЯ БИЗНЕСА

Динозавры в маленьком городе
С. Пятковский 42

ТЕНДЕНЦИИ ИНДУСТРИИ

Развлекать, чтобы выжить
А. Щипачев 50

Парк спортивных развлечений

А. Загуменнов 54

ЗЕЛЕНАЯ ТЕМА

Вальс цветов
А. Осипов 56

ОТДЕЛ КАДРОВ

Выпускник под №1000
И. Родионов 58

СТАТИСТИКА И ФАКТЫ

Проектируемые и открытые ТРЦ
в России и СНГ (2016-2017 гг.) 64

ENGLISH VERSION 71



Дорогие читатели!

да, вступаем в не самый простой зимний период, но с надеждой смотрим в будущее.

Немного волнительно, что наш журнал перешел 10-летний рубеж. Хочется удержать ту планку доверия наших читателей, которую за эти годы удалось установить. В то же время нельзя стоять на месте и надо развиваться дальше. В этом номере Вы, возможно, обратите внимание на некоторые изменения: больше стало материала от первого лица, больше статистики, обсуждаются темы, которые ранее не поднимались.

Центральной темой стали текущие тенденции в российской индустрии развлечений. И в сфере торгово-развлекательных центров, и в сфере парков культуры в настоящее время происходят преобразования, которые меняют характер досуговой сферы в нашей стране. Все больше акцент делается на активный, спортивно-развлекатель-

ный и познавательный отдых. Парки аттракционов окончательно приходят к тому, что тематизация важнейший компонент для успешной работы развлекательного комплекса.

В очередном номере сразу несколько авторитетных экспертов расскажут о том, по какому принципу сегодня строятся ТРЦ; что актуально в парках культуры; как кризис повлиял на развлекательный бизнес и др.

География репортажей в этот раз сместилась на Север. В журнале Вы найдете рассказ об архангельском парке аттракционов и детском развлекательном центре в том же регионе, открытие которого стало большим событием для города. А коллеги из Санкт-Петербурга поделятся опытом организации сопутствующих услуг аквапарка.

Итоги премии Golden Pony Moscow-2016, результаты международного фестиваля садово-паркового искусства Moscow Flower Show, а также рекорды выставки РАППА ЭКСПО-2016 – обо всем этом и многом другом Вы узнаете в свежем номере журнала «Аттракционы и Развлечения».

Надеюсь, что каждый наш читатель найдет в этом выпуске что-то интересное и полезное для своей профессиональной деятельности. Желаю Вам удачи и больших побед в индустрии развлечений!

Главный редактор
Игорь Родионов

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.



МЕГАПОДХОД К ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Павел Грешилов
Заместитель генерального директора
АО «Корпорация «ГРИНН»

Наличие развлечений в торговых комплексах стало неотъемлемым компонентом для успешного ведения этого бизнеса. Более того, в кризис для многих центров развлечения стали тем «спасательным кругом», который помог им выжить в непростых экономических условиях, сохранив показатели посещаемости.

Многофункциональность и мультиформатность стали актуальными трендами и оправданными стратегиями развития торгово-развлекательной отрасли. Предложить посетителям все сразу в одном месте – таков девиз современного молла. Данная тенденция давно вышла за пределы крупных мегаполисов и сегодня активно воплощается в регионах. Причем некоторые региональные игроки готовы сами задавать тон, демонстрируя рынку успешные примеры того, каким должен быть торговый центр нового поколения.

Интервью нашему журналу дал Павел Грешилов – заместитель генерального директора АО «Корпорация «ГРИНН», одного из крупнейших девелоперов торговой недвижимости в России.

Ваша Корпорация фактически создала новый формат, перейдя от торгово-развлекательного комплекса к «мегакомплексу». Что же такое МЕГАКОМПЛЕКС? Чем ваши центры принципиально отличаются от привычных ТРЦ?

Мегакомплекс, суперцентр, ТРЦ – это все одно и то же. Разница в масштабах. Больше 10 лет назад, в городе Курск, мы построили первый в истории нашей компании ТРЦ площадью всего 11 тыс. кв.м. Он включал в себя, наряду с торговыми павильонами и продуктовым супермаркетом, детскую комнату, ночной и

бильярдный клуб, 3 ресторана, казино, спорт-бар, фудкорт, однозальный кинотеатр, а также первые в городе эскалатор и боулинг. На тот момент не думаю, что в РФ было что-то похожее под одной крышей. В других городах люди тратили средства и время для перемещения из ресторана в боулинг, из кино в ночной клуб и больше 3-х мест за вечер посетить не удавалось. Именно забота об удобстве и досуге гостей легла в основу дальнейшего развития наших центров. С ростом общей площади за 150 тыс. кв.м и объединением под одной крышей максимального количества разноплановых направлений философия ТРЦ далеко выходит за рамки привычной, по этой причине название трансформировалось в «Мегакомплекс». Можно попробовать расшифровать как: торгово-развлекательный, семейно-досуговый, спортивно-оздоровительный, гостинично-деловой, концертно-ресторанный и т.д. комплекс. Задача нашей концепции привлечь максимально возможный поток посетителей круглосуточно каждый день.

Насколько в настоящее время необходима развлекательная составляющая в торгово-развлекательных центрах? Какие преимущества она дает? Какой процент площади ТРЦ должны занимать развлекательные объекты?



Справка

АО «Корпорация «ГРИНН» – один из крупнейших девелоперов торговой недвижимости в России. В состав «Корпорации» входит несколько многофункциональных торгово-развлекательных комплексов «ГРИНН», расположенных в городах Орел, Курск и Белгород. Все три центра располагают широким набором услуг и развлечений, многие из которых находятся у компании в собственном управлении. В частности: сеть гипермаркетов «Линия», парки аттракционов «ГРИННландия», многозальные кинотеатры «ГРИНН Фильм», ночные клубы, гостиницы, боулинг-центры, рестораны, включая уникальные рестораны-пивоварни «ГРИНН Веер». Всего площадь торговых объектов Корпорации «ГРИНН» с учетом инвестиционной программы на 2016 год составляет 1,2 миллиона кв.м.



Все зависит от местоположения и концепции конкретного торгово-развлекательного центра. ТЦ без развлечений – это крытый рынок, хоть и цивилизованный. Качественный арендатор просто не зайдет в центр, если в его концепции нет развлечений. Девелопер зарабатывает на сдаваемых в аренду площадях. Арендатору, чтобы платить аренду, необходимы покупатели. А покупатели конвертируются из посетителей, отсюда трафик увеличивается за счет различного досуга. Чем больше человек проводит времени в ТЦ, тем больше вероятности, что он совершит покупку. Нужно отметить, что демографическая ситуация в нашей стране начала меняться в лучшую сторону и необходимый минимум развлечений, который должен быть в торговом центре – это фудкорт и детская зона.

В Ваших комплексах большинство развлекательных объектов находятся в собственном управлении. Какие это дает преимущества, и можете ли Вы с уверенностью сказать, что такой принцип эффективнее и выгоднее, чем просто отдать площадь арендатору?

Есть такая поговорка: хочешь сделать хорошо – сделай это сам. Наши комплексы социально ориентированы, цены на услуги доступнее, чем у конкурентов или такие же, но качество выше. За счет этого выше трафик.

Качественный арендатор просто не зайдет в ТЦ, если в его концепции нет развлечений.

Какого формата развлечения и услуги сегодня особенно востребованы посетителями ТРЦ? Какие из них обязательно должны присутствовать в комплексе?

Не поверите, за многие годы ничего не поменялось и самые востребованные услуги – это

бесплатные. Мы рады каждому гостю. Стараемся привлечь всех: детей, подростков, студентов, рабочий класс, пенсионеров. Проводим праздники, концерты, выставки, различные показы. У меня есть шутка про то, что наши центры – это градообразующее предприятие: мы создаем вокруг себя много «дыма», он поднимается в атмосферу, остывает и выпадает в виде осадков – града. Считаю без этого просто нельзя. Все мероприятия проходящие в городе обязательно должны быть связаны с «ГРИННОМ».

Какая на Ваш взгляд концепция парка развлечений под крышей торгово-развлекательного комплекса сегодня наиболее оптимальная (площадь



парка, набор аттракционов и услуг, целевая аудитория и т.д.).

Далеко ходить не надо. Достаточно посмотреть на открытые парки именитых американских компаний или яркий пример в РФ – ВДНХ. Чем шире целевая аудитория и больше услуг предлагает парк, тем он более успешен. Крытые парки могут работать круглый год, этим преимуществом необходимо пользоваться. Пусть люди приходят просто проводить время, общаться, заниматься спортом, гулять. Синергетический эффект не заставит себя долго ждать.

Известно, что Вы лично выбираете аттракционы и развлекательные аппараты, которые будут стоять в парке развлечений. Чем Вы руководствуетесь при подборе оборудования?

Это очень серьезная работа. Огромные затраты, длительный срок возврата инвестиций, высокие риски заставляют все решения принимать самостоятельно. Приходится ездить на заводы, выставки, посещать различные парки по всему миру. Все пропускаю через себя. Вникаю в тонкости технических отличий с виду одинаковых аттракционов. Один из итальянских заводов дорабатывал свои модели согласно моим пожеланиям. Некоторые инженерные мысли воплощены впервые в индустрии. Всегда ставлю себя на место гостей. И, конечно, смотрю на статистику использования действующего в наших центрах оборудования.

В настоящее время у Вас открыто три крупных ТРЦ – какой проект Вы считаете наиболее удачным и почему?

Все проекты удачные. Есть у каждого специфика, в основном, связанная с расположением. В торговле есть три главных правила – это: место, место и еще раз место. С этой точки зрения Курский Мегакомплекс обладает наибольшим потенциалом.

Можете кратко рассказать, как строится система управления вашими комплексами? Какой штат сотрудников Корпорации?

В Корпорации работает 15000 человек, из них в индустрии гостеприимства, спорта и развлечений – меньше 10 процентов. Центром «Корпорации» является го-



ловной офис в Курске. В каждом «Мегакомплексе» есть директор у которого замы по направлениям.

Даже кризис не помешал Вам в прошлом году открыть комплекс в Курске. Как Вы оцениваете ситуацию на рынке торговой недвижимости и в индустрии развлечений – развитие отрасли остановилось или все же продолжается?

Кризис серьезно вмешался в планы по вводу в эксплуатацию новых торговых центров. Построить и отделать здание это только начало пути. Люди не придут в пустые помещения. В то же время арендаторы смотрят друг на друга и ждут раскрутки центра, чтобы «сесть на график». Единственное, как можно привлечь людей в новый ТЦ – это развлечения. Как раз тут раскрываются все преимущества нашей концепции. Только кино генерирует около 2000 человек в день.

Вы руководите довольно широким кругом направлений. Чем Вам нравится заниматься больше всего?

Для меня работа превратилась в хобби. Не представляю себя просто сидящим без дела на пляже. Даже уходя в отпуск стараюсь найти новые идеи и по возвращению их воплотить. Куда бы я не пошел, что бы не посетил – это все «маркетинговое исследование».

Какие проекты разрабатывает ваша корпорация в настоящее время (для действующих центров и новых объектов)?

Необходимо в ближайшие годы завершить начатое. Это еще один центр в Курске, Мегакомплекс в Брянске, аквапарк в Орле.

Ваши пожелания специалистам индустрии развлечений, работающим в сегменте ТРЦ?

Мой отец учил и наставлял меня: не опускать руки, ничего не бояться, смотреть с оптимизмом в будущее, создавать новые ниши, быть всегда первым в нашем деле, не «садиться на график», а генерировать его. Этого я хочу пожелать всем специалистам нашей отрасли.

Беседовал Игорь Родионов



GAME-KEEPER

САМАЯ ПОПУЛЯРНАЯ СИСТЕМА АВТОМАТИЗАЦИЙ ПАРКОВ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

При заказе работ по обновлению до последней версии Game-Keeper

Модуль «Купонная система»

в ПОДАРОК



Взрослое решение для детских развлечений!

800 РЦ выбрали GAME-KEEPER

- Замена игровых жетонов на пластиковые карты с магнитной полосой или RFID
- Автоматическое управление ценой игры в зависимости от времени суток, дня недели, сезона, вида автомата, лояльности гостя
- Контроль доступа на аттракционы, повременная тарификация, абонементы
- Уникальная технология идентификации детей и родителей по фото при посещении детской комнаты или любой другой зоны
- Гибкая система лояльности
- Сегментация гостей по их предпочтениям
- Рассылка SMS и E-mail сообщений гостям
- Купонная система
- Многофакторный анализ финансовых и операционных показателей РЦ
- Автоматизация магазина призов
- Видеоконтроль игровых зон и кассовых операций

Реклама

Комплексные решения для автоматизации предприятий индустрии развлечений

105082, Москва, ул. Большая Почтовая, д. 18, стр. 6 • (495) 921-41-98 • info@game-keeper.com • www.game-keeper.com



ПАРАД АТТРАКЦИОНОВ

С 3 по 5 марта 2016 года в Москве в павильоне 75 на ВДНХ с успехом прошла 18-я Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2016».

Организатор выставки – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА), при поддержке Международной ассоциации парков и аттракционов (IAAPA). Генеральный спонсор – Группа компаний «Мир». Спонсор выставки – компания International Concept Management. Генеральный информационный партнер – журнал «КИР»; официальный интернет-партнер – портал VTORIO.com

В выставке приняли участие около 200 компаний из более чем 20 стран мира (России, США, Великобритании, Испании, Бельгии, Германии, Китая, Канады, Италии, Швейцарии, Латвии, Мексики, Австралии, Беларуси, Украины и др.), которые представили все основные направления современной индустрии развлечений: аттракционы, детские площадки, развлекательное оборудование, 5D-кинотеатры и интерактивные симуляторы, спортивное оборудование, тир, батуты, оборудование для аквапарков, электро- и велосипеды, боулинг, бильярд, торговые и призовые автоматы, услуги по проектированию парков, световое и музыкальное оборудование, услуги по организации

праздничных мероприятий, ландшафтное и тематическое оформление, общепит в парках и РЦ и др.

35 компаний, из которых 13 зарубежных, приняли участие в выставке впервые. Это говорит о том, что рынок развлечений в России, несмотря на экономическую ситуацию, продолжает развиваться – появляются новые операторы, в том числе иностранные производители и поставщики развлекательного оборудования.

Из новинок этого года на выставке были представлены современные средства передвижения по паркам: от гиринок до новейших безрельсовых поездов. Также стоит выделить сразу двух поставщиков картингов – классического на бензине от компании RIMO Germany и электрокартинга от OTL Karting.

РАППА ЭКСПО-2016 отличилась широким ассортиментом оборудования для активного отдыха, особенно веревочных парков как отечественного, так и зарубежного производства. А компании «Sorel» и «FunParks» соорудили в выставочном зале полноценные скалодромы.

Постоянные участники выставки привезли новые версии игровых аппаратов и спортивных симуляторов. Значительное число компаний представили услуги по

В выставке приняли участие 200 компаний из 23 стран мира, посетили ее около 4000 специалистов.

проектированию и оснащению аквапарков: «Polin Waterparks» (Турция), «wiegand.maelzer GmbH» (Германия), «WhiteWater» (Канада), «Aquakita» (Мексика) и другие.

В новый раздел выставки организаторы выделили «Франшизы индустрии развлечений» – предложения готового бизнеса под ключ. Здесь в качестве экспонентов выступили операторы развлекательных объектов, предлагающие также услуги управляющих компаний.

Выделим еще некоторые интересные тенденции и новинки 2016 года.

Конкуренцию традиционным аттракционам и игровым автоматам в этом году составили технологии для активного отдыха. Компания «Новые Горизонты» представила серию новинок из Голландии: интерактивные футбольные ворота, музыкальную игровую арку, инновационные детские площадки и антивандальный диджейский пулт.

В этом году заметно обновились предложения среди производителей надувного игрового оборудования, которые представили не только батуты, но целые игровые комплексы и даже мобильную дискотеку.

Варианты тематического оформления парков и развлекательных центров представили сразу несколь-

ко производителей. Компания «AIRA», предлагающая концептуальные решения по благоустройству, оформила свой стенд оригинальными интерьерными фигурами и уличными украшениями. Компания «Ренессанс Групп» наглядно продемонстрировала доступные возможности оформления развлекательных центров тематическими обоями и панно.

Традиционно на выставке были широко представлены классические семейные и детские аттракционы. Компании «Италпарк», «PlaySpace», «Antonio Zamperla SPA», группы компаний «Карусель» и «Мир», а также другие известные бренды предложили широкую линейку оборудования.

В РАППА ЭКСПО-2016 приняли участие все основные поставщики быстрого питания для парков и раз-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**СВЕТЛАНА
ОХРИМЕНКО**

Компания «AIRA»,
г. Санкт-Петербург

Наша компания занимается концептуальным благоустройством самых разных объектов от идеи до исполнения. На выставке мы представили интерьерные фигуры и уличные украшения – примеры того, каким образом сегодня можно украшать города. По результатам работы на выставке у нас появилось много договоренностей, наметок и идей, которые, как только вернемся в родной город, мы начнем прорабатывать. Мне очень понравился коллектив, который занимался организацией выставки. Спасибо большое за внимание, за участие – все прошло очень хорошо, нам понравилось!

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**КОНСТАНТИН
ГРИШИН**

Компания «СПАРТА»,
г. Санкт-Петербург

В этом году на выставке у нас была одна из самых масштабных экспозиций. Мы постарались максимально показать всю свою продукцию, чтобы привлечь внимание большего числа людей. В итоге, почти все, что мы представили, мы продали, то есть, обратно с собой ничего не везем. У нас появилось много новых партнеров, с радостью увиделись со старыми заказчиками. Время сейчас не очень простое, и любой контакт может принести свои дивиденды. Суммарно выставка прошла для нас очень успешно. Хочу отметить большое количество посетителей, в том числе интернациональных – к нам подходили специалисты из Ирана, Китая, Испании и др.

влекательных центров: «Деловая Русь», «Техника Плюс», «Фуд Сервис» и др., которые не только представили свое оборудование и продукцию, но и провели мастер-

классы по приготовлению блюд с участием известных поваров.

Лучшие экспозиции выставки были отмечены Золотыми

медальями РАППА. Ими стали стенды компаний: Brunswick-KidsPlay, Polin Waterparks (Турция), Италпарк, PlaySpace, Game City, РИФ, Спарта, AIRA, Новые Горизонты и Leisure Activities (Китай).

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

Выставка сопровождалась насыщенной деловой программой. В различных мероприятиях приняли участие около 450 специалистов из России, стран СНГ, а также из Испании, Великобритании, Нидерландов, Германии, Канады, Турции, Мексики и др. Тренинги и мастер-классы провели ведущие российские и зарубежные эксперты индустрии развлечений.

Среди мероприятий деловой программы: бизнес-тренинги «Создание эффективной системы управления персоналом в парке развлечений» (тренер Марина Никлаус) и «Концепция детской развлекательной площадки как основа успешной работы развлекательного центра» (тренеры из компании «Парк менеджмент»). На выезде – в новом РЦ «Пушка», прошел семинар «Методы успешной работы развлекательного центра в современных экономических условиях», который провела Людмила Киселева, эксперт по управлению развлекательным бизнесом.

Наибольшее число зарубежных представителей собрал семинар «Мировой опыт эксплуатации и организации работы парков водных развлечений». Последние изменения в вопросах законодательства в развлекательной сфере были освещены на семинаре «Юридическая поддержка бизнеса в индустрии развлечений» (юрист Тарас Буряк). Пожалуй, самым масштабным событием деловой программы стала конференция «Стратегии развития парка культуры и отдыха», в которой приняли участие около 120 человек. На конференции были подняты такие темы, как: организация успешных меропри-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ЖАК
КРИСТИНЕТ**

Компания «Капорео»,
Швейцария

Наша компания занимается производством систем непрерывной страховки для веревочных парков. На выставке мы представили два вида своей продукции: систему, работающую на роликах и без них. У нас уже есть 10 клиентов в России, которые используют наше оборудование для обеспечения безопасности в своих парках.

Мы рады, что приняли участие в выставке РАППА ЭКСПО. Нам было важно побывать в Москве и изучить российский рынок. Выставка очень хорошо организована. Видно, что она развивается и растет.



ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**МИХАИЛ
НАЗАРЕНКО**

Компания
«Новые Горизонты»,
г. Москва

В этом году на РАППА ЭКСПО мы представили новое интерактивное оборудование – инновационные спортивные и игровые площадки. Мы не знали заранее, какие результаты принесет выставка, но по истечении трех рабочих дней можно с уверенностью сказать, что для нас она прошла более чем успешно. Было проведено много переговоров, и я надеюсь, что в ближайшем будущем наша продукция станет доступной для многих жителей нашей страны.

ятий в парках, создание контактных зоопарков, новые форматы развлекательно-образовательных центров, электрокартинг, новые технологии для организации активного отдыха. Особенный интерес у всех вызвала презентация проекта первого в Москве тематического парка развлечений «Остров мечты» представителями группы компаний «Регионы».

На круглом столе «Event в парках» с докладами выступили представители российских парков, которые рассказали о своих лучших мероприятиях, проведенных в прошлом году. Свои проекты представили руководители парков Пензы, Обнинска, Дмитрова, Кемерово, Чебоксар, Томска и Северодвинска, который и стал победителем конкурса по итогам голосования участников мероприятия.

Компании-экспоненты, впервые участвовавшие в выставке РАППА ЭКСПО, представили свои предложения на круглом столе «Впервые на выставке». Обзорно познакомившись с новыми интересными трендами рынка развлечений, участники продолжили общение на стендах компаний.

В рамках выставки также состоялся бизнес-завтрак «Развлекательный бизнес в малых городах России», на котором был рассмотрен успешный опыт открытия в 2015 году развлекательного центра «Динозаврия» в городе Вельск (Архангельская обл.). Владелец центра – Сергей Пятовский, откровенно рассказал о том, как пришла идея открыть детский развлекательный комплекс в городе с населением 23 тыс. жителей, а Сергей Лебедев (Восточно-европейская компания, Беларусь) поделился тонкостями проектирования центра.



Помимо экспозиции и деловой программы, выставка запомнилась и другими яркими событиями.

3 марта на приеме, посвященном открытию выставки, состоялось торжественное вручение международной награды в сфере индустрии развлечений «Golden Pony Awards Moscow 2016» – совместное мероприятие РАППА и издательского дома Facto Edizioni Srl (Италия). Лауреатами премии 2016 года стали: РК «Аквапарк Лебяжий» (Минск, Беларусь), Атракцион-кафе «Три Медведя» (Самара), ПКИО им. Белинского (Пенза), компания «Болид» (Санкт-Петербург), Парк «Фантастик» (Алматы, Казахстан), РЦ «Фокус Покус» (Тбилиси, Грузия), сеть центров «Funky Town» (Уральск, Казахстан), детский центр «Кидбург» (Воронеж), РЦ «Maza Park» (Санкт-Петербург) и Парк «Сокольники» (Москва).

Не мог пройти незамеченным 10-летний юбилей журнала «Аттракционы и развлечения». В честь этого события во второй день выставки организаторы со-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ЛУК
ГОМАРЕ**

Компания «Goro Trains»,
Бельгия

Наша компания производит различные транспортные средства для перевозки людей. Наши ретро-электромобили могут вмещать от 2 до 6 пассажиров, а безрельсовые поезда, которые прекрасно подходят для парков, способны перевозить до 260 человек. Мы участвовали в выставке РАППА ЭКСПО впервые, и она прошла для нас очень хорошо. Мы собрали много новых контактов. В следующем году мы собираемся представить себя более масштабно, и уже забронировали стенд в 2 раза больше. Желаю организаторам развития выставки и хороших перспектив.



Реклама



брали своих гостей и партнеров на дружескую встречу. Здесь же были подведены итоги конкурса «ГЕРОИ ПАРКА», который провел журнал в юбилейном номере. Победителем стал символ парков развлечений Наррулон – дракон Хепшик.

Индустрия развлечений в России, несмотря на кризис, продолжает развиваться. Выставка РАППА ЭКСПО-2016 показала актуальные тренды мирового рынка развлечений, современные технологии и форматы досуга, которые будут в ближайшее время радовать посетителей парков, аквапарков и развлекательных центров. За 18 лет выставка завоевала статус одной из самых эффективных деловых площадок, где встречаются профессионалы развлекательной индустрии. Выставка помогает производителям реализовывать свою продукцию, а эксплуатантам подбирать современное оборудование и находить новые технологии для ведения бизнеса.

РАППА ЭКСПО-2016 стала ярким событием в отечественной индустрии развлечений и по праву масштабно открыла очередной аттракционно-парковый сезон!

Андрей Осипов

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ДМИТРИЙ
СКЛЯРЕНКО**

Компания «GoPark»,
г. Москва

На РАППА ЭКСПО-2016 мы представили веревочные парки приключений, высотные приключенческие тропы, гостиницы на деревьях – все, что связано с активным отдыхом на природе и на высоте. Выставка получилась отличная! В этом году она больше, лучше, активнее. Была прекрасная деловая программа, на которой я выступал в качестве спикера. Должен отметить, что за последние несколько лет это было, пожалуй, самое интересное мероприятие из тех, в которых я участвовал. Был полный зал заинтересованной аудитории, причем именно тех людей, которым действительно хотелось рассказывать.

Ждем Вас на следующих выставках РАППА ЭКСПО!

XIX Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2017»
2 - 4 марта 2017 года, Москва, ВДНХ, пав. 75

С НАМИ В МИР РАЗВЛЕЧЕНИЙ!



Лауреаты Золотого Пони Москва - 2016

Центры развлечений

QUBICA AMF

**МЫ
ЗНАЕМ КАК!**

75 лет в бизнесе
Более 10000 центров по всему миру
Производство в США



**НАШИ
ПРЕИМУЩЕСТВА:**

- широкая линейка оборудования
- работа без посредников
- лучшая цена
- международная гарантия

8 800 250 86 55 - звонок по России бесплатный

+7 (495) 637-6222
info@qubicaamf.ru

+7 (495) 637-9222
www.qubicaamf.ru

Реклама



Виталий Елиференко
управляющий директор

Уважаемые читатели, добрый день.

Меня зовут Виталий Елиференко, я управляющий директор ГК «Гейм Сити». Сегодня я хочу Вам рассказать немного о нас:

ГК «Гейм Сити» работает на рынке развлекательного оборудования с 2003 года. За эти 13 лет мы прошли долгий и нелегкий путь от небольшой региональной компании-оператора до группы компаний федерального значения. Твердость в достижении поставленных целей, гибкость форм работы, квалифицированный персонал и высокое качество предоставляемых услуг, позволило нам за годы работы завоевать значительную долю рынка, построить партнерские отношения со многими компаниями, стать официальным дистрибьютером ведущих мировых производителей, а также открыть свои производства в Китае и в России.

Сегодня мы работаем с клиентами более чем из 100 городов России и стран СНГ по различным направлениям, таким как:

- ✓ *Продажа развлекательного оборудования*
- ✓ *Аренда развлекательного оборудования*
- ✓ *Автоматизация развлекательных центров*
- ✓ *Продажа комплектующих и расходников*
- ✓ *Проектирование развлекательных центров*
- ✓ *Организация бизнеса «под ключ»*

Цель ГК «Гейм Сити» заключается в том, чтобы в сотрудничестве с нашими партнерами и объединении общих усилий помочь индустрии развлечений приносить как можно больше радости и веселья окружающему миру.

Работа с нами - это всегда простой и понятный процесс, основанный на современных технологиях и средствах коммуникации.

Большая часть процессов автоматизирована, что позволяет нам гарантировать высокое качество предоставляемых услуг.

Мы открыты для общения и всегда готовы выслушать те или иные пожелания, позволяющие улучшить качество нашей работы.

ОБОРУДОВАНИЕ

Поставка от 7 дней, гарантия 1 год



ЗАПЧАСТИ

Поставка от 7 дней, для всех типов оборудования

ПРОЕКТИРОВАНИЕ И КОНСАЛТИНГ

Разработка концепции, подбор оборудования, обучение персонала



АРЕНДА

Для всех регионов России, только игровые автоматы, гарантия на весь период аренды

Лауреаты «Золотого



Пони Москва – 2016»





ПОТЕШНЫЙ ДВОР

Архангельск называют культурно-исторической столицей Русского Севера, Землей первых русских мореходов и центром науки Поморья. Здесь сохранился древнейший эпос, музыкальная и песенно-фольклорная культура, иконопись и деревянное зодчество. Целая плеяда знаменитых русских писателей, художников, учёных, начиная с Михаила Ломоносова, является гордостью Архангельской области.

Однако при всем разнообразии культурной жизни в Архангельске есть всего один парк аттракционов, который пользуется большой популярностью у горожан. В 2017 году парку исполнится 45 лет, и накануне значимой даты редакция нашего журнала решила посетить этот «маленький северный рай».

Детский парк аттракционов открылся в Архангельске 29 июля 1972 года. С первого дня парк стал излюбленным местом отдыха для горожан и развлечений для детворы. Карусели, песочницы, детские автомобили, велосипеды, качели, теннисные столы – всем этим могли воспользоваться юные посетители. В парке работали спортивные группы, секции, клубы; организовывались слеты, походы, экскурсии, праздники и утренники. Команды детского парка не раз выезжали на городские и областные соревнования, неоднократно занимая призовые места.

За советские годы и времена 90-х архангельский парк пережил немало событий, оставаясь при этом все тем же любимым горожанами местом отдыха. Интенсивный этап развития парка начался после 2005 года с приходом новой команды во главе с Владимиром Сергеевичем Хотеновским. За десять лет в парке не только полностью обновилась материально-техническая база, включая аттракционы, но парк обрел свое уникальное лицо и имя, которое сегодня известно далеко за пределами Архангельска.

Название парка неоднократно менялось. В разные годы он назывался и «Центр досуга», и «Детский парк», но ни одно из них не отличало архангельский парк от десятков таких же парков по всей стране. В 2008 году с участием жителей города парку было дано новое имя – «Парк аттракционов «Потешный двор». Сегодня это место в Архангельске знает каждый ребенок.

Парк находится в самом центре города и занимает площадь всего 1,5 Га. На этой небольшой территории удалось не только создать уютные места для отдыха, но и уместить около 20 различных аттракционов – детских, семейных и экстремальных.

Много внимания в парке уделяется благоустройству и озеленению территории: аллеи и тротуары выложены брусчаткой, разбиты красивые клумбы и газоны. За последние годы посажено много новых кустарников и деревьев. Вокруг аттракционов установлены красивые кованые ограждения.

Аттракционы – основная статья доходов парка. Причем самый удачный по выручке день недели в «Потешном дворе», как ни странно – понедельник. В этот

день уже много лет проводится акция «Суперпонедельник», когда цены на аттракционы снижены вдвое. В результате, посещаемость парка в «самый тяжелый» день недели даже больше, чем в выходные.

Впрочем ощущение праздника и веселья посетителям дарят не только аттракционы. Каждые выходные в парке проводятся игровые анимированные программы, концерты, мероприятия для подростков и взрослых посетителей – танцевальные опенэйры, праздник красок Холи и другие.

Архангельск знаменит своими белыми ночами, и, в преддверии их завершения, в последнюю субботу августа в «Потешном дворе» проходит мероприятие «Вечер в парке». В этот день все аттракционы, деревья и клумбы парка подсвечены красивой иллюминацией, до полуночи выступают музыкальные группы, проводится насыщенная развлекательная программа.

Каждое лето администрация парка придумывает для своих гостей необычные конкурсы. Одной из самых удачных в этом году стала акция «Книга в добрые руки». На территории парка были установлены спе-

Главное, что отличает «Потешный двор» от других парков отдыха – наличие своего героя.





циальные стеллажи в виде букв «ЧИТАЙ», куда посетители могли принести книги, которые им не нужны или просто залежались на полках. В результате, в «Потешном дворе» была собрана целая библиотека под открытым небом, где любой желающий мог обменять или взять себе понравившуюся книгу, а так же почитать ее прямо в парке. За сезон в парк принесли более 5000 книг!

Пожалуй, главное, что отличает «Потешный двор» от других парков отдыха – наличие своего героя. В 2007 году в парке появился кот Гостинец, который сразу стал любимцем всех гостей парка. Придумал и нарисовал этого оригинального персонажа известный архангельский художник Дмитрий Трубин. Почему именно кот Гостинец? Видимо потому, что он рыжий, теплый и яркий, и, как солнышко, радует детей своим видом. Ну а поход в парк аттракционов – это настоящий подарок для каждого ребенка. Таким образом получился совершенно особенный символ, который стал изюминкой архангельского парка аттракционов.

Кот Гостинец стал настоящим брендом парка. Он даже участвовал в Фестивале брендов Архангельской области. Гостинец присутствует на правилах посещения и пропускных картах на аттракционы, на рекламных плакатах и в видеороликах, календарях и сувенирной продукции. Дети с восторгом фотографируются с большой ростовой куклой Гостинца, который часто гуляет по территории парка и дарит положительные эмоции посетителям.

К популяризации своего героя администрация пошла настолько серьезно, что в 2013 году выпустила первую книгу о нем – «Приключения кота Гостинца», а затем и продолжение – «Кот Гостинец и тайна парка аттракционов». Обе книги были написаны архан-



гельской сказочницей Ксенией Горяевой и пользуются большой популярностью среди юных читателей. Более 400 книг были бесплатно переданы в школьные, городские и областные библиотеки, а также в детские дома и школы-интернаты.

В дальнейшем руководство парка собирается и дальше развивать тематизацию: использовать образ своего героя в оформлении ландшафтных зон, разрабатывать оригинальную сувенирную продукцию. Кроме того, в 2016 году администрация города выделила парку дополнительный земельный участок, где в будущем сезоне должен появиться первый в Архангельске веревочный парк. Думаем, что кот Гостинец обязательно появится и там.

Вот такой он маленький островок радости и детского праздника на земле Русского Севера. Мы на время покидаем «Потешный двор», но уверены что кот Гостинец и вся дружная команда парка нам о себе еще напомнят.

Андрей Осипов



WWW.WIEGAND-MAELZER.DE

wiegand.maelzer GmbH

WE CREATE EMOTIONS

ВАШ СПЕЦИАЛИСТ

ПО СОЗДАНИЮ УЛЬТРАСОВРЕМЕННЫХ КРЫТЫХ АКВАПАРКОВ ЕВРОПЕЙСКОГО УРОВНЯ

TÜV PROVED ISO CERTIFIED EN 1090 EN 1069

ВОДНЫЕ АТТРАКЦИОНЫ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ И СТЕКЛОПЛАСТИКА
 RUS@WIEGAND-MAELZER.DE

ГОВОРИМ ПО-РУССКИ!
 PHONE +49 8151 9713319

Реклама





Павел Тимец
специалист в сфере строительства и управления развлекательными центрами

СЕКРЕТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ центра развлечений

Как дьявол кроется в деталях, так и корпоративная культура состоит из множества мелочей. Они формируют командный дух, который, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние на предоставление услуг. При грамотно выстроенных взаимоотношениях внутри компании комфортно и сотрудникам, и Гостям. Мы транслируем наши ценности на всех уровнях. Начиная с того момента как Гости переступают порог развлекательного центра и заканчивая тем, как выстраиваем отношения внутри компании.

Хотим поделиться с вами некоторыми секретами корпоративной культуры, которые успешно работают в крытых парках аттракционов Maza Park, FUN24 и Galaxy Park

Не клиенты, а Гости

Вы, наверное, удивились, увидев выше слово «Гость», написанное с заглавной буквы. Нет, это не ошибка. В разговоре ни я, ни сотрудники компании не употребляем слов «клиент», «потребитель», «покупатель». Эту корпоративную особенность мы позаимствовали у индустрии гостеприимства. Эффект был колоссальный! Когда все сотрудники стали называть приходящих в развлекательные центры Гостями, нам удалось создать атмосферу дружелюбного обслуживания. В корпоративных и внутренних документах слово «Гость»

всегда пишется с большой буквы. Потому что мы любим, ценим и уважаем нашихGuestей.

Концепция buddy

В переводе с английского buddy – это приятель, дружище. Все сотрудники друг для друга приятели, а не коллеги или подчиненные. Мы применяем концепцию buddy на практике, формулируя названия должностей следующим образом: admin buddy, bar buddy, leader buddy, cash buddy, press buddy и т.д., чтобы все buddy чувствовали себя равными. Это распространяется и на уборщицу, и на генерального директора.

Такой подход помогает адаптации новичков, командообразованию и попутно транслирует ценности компании. К слову, наши ценности – это яркие впечатления, свежесть идей, дружелюбие, командный дух и открытость.

Яркая компания – яркие сотрудники

Мы лояльно относимся к способам самовыражения, которые характерны для молодежи. Например, в наших центрах можно встретить сотрудников с татуировками или пирсингом. Эмоции не спрятать. Если человека на работе заставляют прикрывать татуировки, зажиматься, он в дальнейшем станет ретранслировать

Корпоративная культура формирует командный дух, который оказывает влияние на предоставление услуг.

это Гостям. Тогда ни о каком искреннем сервисе не может быть и речи. Позвольте вашим людям быть такими, какие они есть.

Мы на «ты»!

Сотрудники компании обращаются друг к другу только так. Конечно, не каждый может взять и сходу перейти на «ты». Тем не менее, со временем этот барьер преодолевают все. Отмечено, что такой подход облегчает рабочие взаимоотношения и сплачивает коллектив.



В каждом развлекательном центре работает около двухсот человек, поэтому линейных сотрудников (новичков) бывает много. Выстраивая общение с новичками на равных, мы помогаем им значительно быстрее влиться в команду и стать ее частью.

Выбери то, что нравится тебе

На адаптацию новых сотрудников направлены и welcome-тренинги, на которых можно опробовать все аттракционы, представленные в парке развлечений.

Мы хотим, чтобы buddy были универсальными и не уставали от своего рабочего места. Поэтому ребята задействованы на всех имеющихся рецепциях – бильярд, боулинг, роллердром, гардероб и др.

При этом они могут уделять больше времени любимым видам развлечений. Каждый выбирает ту рецепцию, где ему интересно. Например, в ходе welcome-





тренинга, сотрудник понимает, что его больше всего увлекает Q-zar, значит, в качестве приоритетной позиции для работы будет выбран именно этот аттракцион.

Срабатывает эффект вовлеченности, когда сотрудники любят дело, которым занимаются, и свою компанию, потому что она учитывает их интересы.

Даём сотрудникам доступ к знаниям

В казанском развлекательном центре FUN24 мы реализовали давнюю мечту – книжный клуб. Заказываем в деловом издательстве книги по личностному и профессиональному развитию. При желании любой сотрудник компании, независимо от своей должности, будь то инструктор-координатор или управляющий, может взять книгу домой.

Раз в два месяца устраивается презентационное собрание для всех заинтересованных сотрудников. Каждый участник готовит десятиминутную презентацию книги: название, автор, основная идея, чем понравилась или не понравилась, кому может быть полезна. Читать гораздо интереснее, когда потом есть с кем обсудить прочитанное.

Книжный клуб интересен не только штатным работникам, но и потенциальным сотрудникам, которые с большим интересом откликнутся на вакансию, в описании которой будут указаны не только «печеньки и бесплатный кофе», но и корпоративная библиотека. По крайней мере, мы больше заинтересованы в последних.

«Побудь в моей шкуре»

Периодически в наших центрах проводится день самоуправления, во время которого сотрудники меняются рабочими местами. Например, бухгалтер отправляется поработать барменом, а повар – гардеробщиком и т.д. Каждый выбирает временную должность на свое усмотрение. Этот приём часто даёт полезный эффект в качестве «обратной связи». Сотрудница от-



дела персонала, проработав день на кухне, отметила, что при лепкепельменей жутко устают руки. Тогда она предложила купить дополнительные инструменты. Внедрение этой инициативы значительно упростило процесс приготовления. Мелочь, а приятно!

Мастер-класс от коллеги

Обмен опытом с коллегами всегда приветствуется. Составляется график мастер-классов на месяц, и каждый может выбрать интересные ему мероприятия. Своими знаниями делятся шеф-повара, бармены, тренеры. Стоит признать, еда мало кого оставляет равнодушным, поэтому самой большой популярностью пользуются кулинарные мастер-классы.

Разнообразие подходов позволяет выявить потенциал и интересы людей, раскрыть внутренние резервы сотрудников. Корпоративная культура – не прихоть руководства и не выдумки. Это законы и правила, по которым живёт ваша компания. Они помогают ей существовать и развиваться. Надо понимать, что те проекты, в которых корпоративная культура лишь формальность, в долгосрочной перспективе обречены на вымирание.



Мы создаем лучшее РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ для ИНДУСТРИИ СПОРТА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Все устройства Head Rush Technologies используют запатентованную магнитную тормозную систему, чтобы обеспечить лучшие впечатления от использования для конечного пользователя

- QUICKjump для впечатляющего прыжка со свободным падением - как в помещении, так и на улице
- FlightLine для больших и высоких прыжков со свободным полетом до 24,5 метров
- TRUBLUE Auto Belay для скалолазания и защиты от падения с высоты
- Arboreal Climbing System для лазанья по столбам и деревьям
- zipSTOP Zip Line Brake для автоматического торможения и улучшения эффективности зиплайна



Vkarabine

+7 926 229-55-56
info@vkarabine.ru
http://vkarabine.ru

AUTHORIZED DISTRIBUTOR OF
head rush
technologies



Производственное Объединение ГРОС

Более 25 наименований детских и семейных аттракционов
собственного производства

Семейные:

- Колеса Обзора,
- Автодромы,
- «Ракушки»,
- Американские и семейные горки,
- Джеты «Летающие слоны» и др.



Детские:

- Детские Колеса Обзора,
- Свадебные карусели,
- Паровозики,
- Водные аттракционы,
- Карусели сложного вращения и др.



Мы предлагаем не только производство аттракционов, а так же проектирование, и создание новых парков или реконструкцию уже существующих.



Дипломант конкурса:
«100 лучших товаров России 2013»
«100 лучших товаров России 2015»

660116, г. Красноярск
ул. Гросовцев, стр. 3
тел.: 8-913-838-17-80,
(391) 226-27-26
факс (391) 226-27-35
e-mail: info@inpark.su
www.inpark.su



АКВАПАРК К ВАШИМ УСЛУГАМ

Оптимальный набор услуг парка водных развлечений

Дополнительные услуги в аквапарке – это не только экономически выгодное дополнение бюджета организации, но и клиентоориентированный сервис, который делает пребывание в аквапарке посетителей более комфортным и приятным. Журнал «Аттракционы и Развлечения» попробовал разобраться – какой же оптимальный набор услуг должен присутствовать в современном аквапарке. Для этого мы отправились в парк водных развлечений «Питерлэнд», расположенный в Санкт-Петербурге.

Аквапарк «Питерлэнд» является самым большим в России крытым водным парком, занимая площадь более 25 000 квадратных метров. Открытый в 2012 году, водный комплекс быстро завоевал интерес горожан и гостей города. Чтобы удержать своего потребителя и постоянно увеличивать приток посетителей, в аквапарке большое внимание уделили организации дополнительных услуг и качеству сервиса.

Горки горками, а обед по расписанию

Пожалуй, самой востребованной услугой в аквапарке является зона фуд-корта. В аквапарке присутствуют два объекта питания – тематически оформленный бар «Осьминог», расположенный в непосредственной бли-



зости от бассейнов, и бистро на 100 посадочных мест на втором этаже аквапарка, откуда открывается потрясающий вид на горки и бассейны водного комплекса.

Меню бистро ориентировано на комплексное питание – в меню есть обеды, горячие блюда и закуски, сэндвичи, пиццы, горячие и холодные напитки. Обслуживание происходит на линии раздачи, где посетитель сможет легко выбрать блюдо.

В баре «Осьминог» больше сделан упор на быстрый перекус – в меню сэндвичи, десерты и выпечка, а также большой выбор прохладительных напитков – соков, коктейлей и лимонадов.

Оплата, для удобства посетителей, производится не наличными – сумма покупки начисляется на индивидуальный электронный браслет, который выдается на кассе. Оплатить свой заказ можно при выходе из аквапарка.

SPAcение для красоты и здоровья

В зоне банного комплекса аквапарка «Питерлэнд» находится SPA&Yoga center, который предоставляет различные виды SPA-процедур – массаж, обертывания, пилинги и программы по коррекции фигуры. Особой популярностью пользуется кедровая фитобочка и экзотическая услуга «Тайский шатер» для проведения сеансов тайского массажа на специальных ковриках. Из дополнительных услуг SPA-комплекса наиболее востребованы солярий и услуги маникюрно-го салона.

Идея открыть в аквапарке полноценный SPA-центр, несомненно, оправдала себя – большой трафик посетителей аквапарка приносит поток новых клиентов в SPA. В SPA-комплекс можно попасть как из бан-

ного комплекса аквапарка, так и со стороны торгового центра «Питерлэнд», не приобретая билет в аквапарк.

Сохранить интерес посетителей помогает гибкая ценовая политика. «У нас действуют скидки на массаж до 12 часов в будние дни, это помогает заполнить утренние часы в SPA-центре», – говорит Лариса Власова, руководитель SPA-комплекса аквапарка «Питерлэнд».

Кроме того, продвижение услуг SPA-центра регулярно происходит через сайты-купонаторы, которые стали особо популярны в последнее время. Скидки на программы SPA от 30 до 50% привлекают потенциальных клиентов и увеличивают не только посещаемость SPA-комплекса, но и самого аквапарка.

Праздник на воде

Представляя собой уникальную площадку для проведения различных мероприятий, аквапарк интересен тем, кто ищет нестандартные подходы в организации и проведении праздников. Большой популярностью пользуется услуга организации детских дней рождений.

В аквапарке «Питерлэнд» над проведением праздников для взрослых и детей работает профессиональная команда аниматоров и ведущих. Имея в своем арсенале программы для разных возрастов и тематические костюмы, аниматоры регулярно проводят различ-

ные праздники, а также корпоративные мероприятия и тимбилдинги.

«Интерес к проведению праздников в аквапарке растет, – отмечает руководитель отдела продаж аквапарка «Питерлэнд» Игорь Штепа. – Если к ресторанам и кафе уже привыкли, то такой комплекс как аквапарк является новинкой для клиента».

Аквапарк интересен тем, кто ищет нестандартные подходы в организации и проведении праздников.





Кроме анимационной программы, в услуги организации праздников может входить банкет или праздничный торт, а также украшение шарами.

Фото на память

Не менее востребованной услугой в аквапарке являются услуги фотографа. Красочные интерьеры, пальмы, бирюзовая вода и яркие горки – служат отличными декорациями для фотосессий, и посетители с удовольствием позируют перед объективами профессиональных фотокамер.

В аквапарке работают штатные фотографы, которые делают репортажные снимки отдыхающих в течение всего дня. Отснятые фотографии каждый час приносят на стойку администратора, где они транслируются на экране в зоне выхода из аквапарка. Посетители могут выбрать понравившиеся снимки и записать их на диск или распечатать.

Услуги под водой и на волне

В специальном глубоководном бассейне для погружений с аквалангом проводятся занятия по дайвингу. Глубина бассейна составляет 5,5 метров, что позволяет освоить базовые техники погружения с аквалангом в комфортных условиях.

Занятия проводит школа дайвинга «Нева Дайверс», которая имеет договор с аквапарком на проведение обучения и все необходимые сертификаты. Инструкторы школы учат посетителей правильно двигаться и дышать под водой, обучают теории и практике погружений.

Еще одной развлекательной услугой «Питерлэнда» является катание в прозрачном шаре – аквазorb. Услуга пользуется популярностью как среди детей, так и у взрослых. Время одного катания 15 минут, и желающих развлечься в зорбе всегда достаточно много.

В планах развития аквапарка – открыть специальный волновой бассейн для занятий серфингом, который станет еще одной изюминкой «Питерлэнда» и привлечет дополнительных посетителей, в первую очередь, молодежь. Катание на волнах на доске, вероятно, будет платной услугой (такая практика существует в других аквапарках), также будет организована работа инструкторов, обучающих технике серфинга.

Все для комфорта

В аквапарке «Питерлэнд» для переодевания посетителей установлены индивидуальные кабинки, которые рассчитаны на одного человека. Пользование кабинками входит в стоимость билета.

Для тех, кто хочет переодеться всей семьей в просторном помещении, за дополнительную плату предлагаются семейные комнаты для переодевания, оснащенные всем необходимым оборудованием – мебелью, вешалками, зеркалом и феном. Личные вещи можно оставить в комнате на все время посещения аквапарка. Бонусом для тех, кто выбирает эту услугу является обслуживание вне очереди на кассе аквапарка, что весьма актуально в выходные дни, когда поток посетителей увеличивается.

Детям время, родителям – час

Услуга аква-няни появилась в аквапарке сравнительно недавно, быстро став очень популярной среди посетителей с детьми. Ведь за маленьким гостями постоянно требуется присмотр, и для катания на горках остается не так уж много свободного времени. «Аква-няни» – это аниматоры аквапарка, которые не только присмотрят за малышом, но и весело проведут с ним время в играх и развлечениях в специально оборудованной детской игровой зоне. Воспользоваться услугой можно на 15 минут, полчаса, час и более.

Растущие потребности посетителей заставляют парки водных развлечений расширять ассортимент своих услуг, работать над улучшением сервиса и разрабатывать новые направления деятельности. Предугадать их, выбрать нужную нишу, привлечь потребителей рекламой и установить верный уровень цен – основные шаги к коммерческому успеху современного аквапарка и увеличению лояльности потребителя.

Елена Клименко

О компании

Компания ИГРОДОКТОР основана в 2014 году, как самостоятельное подразделение ГК «Game City», крупнейшего поставщика и производителя развлекательного оборудования.

Наш интернет-магазин является первым, осуществившим on-line продажу комплектующих и расходных материалов для развлекательного оборудования.

Партнерские отношения с ведущими производителями, позволяют нам предлагать высококачественную продукцию по конкурентоспособным ценам и в кратчайшие сроки.

Мы представляем собой компанию, имеющую в своем составе единый call-центр, который регулирует всю деятельность магазина, отдел продаж, службу доставки, широкий штат квалифицированных инженеров для ремонта и обслуживания оборудования, а также собственный склад с постоянным наличием необходимого запаса товаров.

Наша цель:
 Используя принцип «одного окна», упростить операторам и производителям развлекательного оборудования взаимодействие с поставщиками комплектующих и расходных материалов. Что, безусловно, благоприятно скажется на развитии индустрии развлечений в целом.



Вячеслав Мартов
 руководитель отдела продаж

6 причин для сотрудничества с нами:

- 1 Широчайший ассортимент и качество товаров
- 2 Федеральная горячая линия
- 3 Простые и понятные условия сотрудничества
- 4 Бонусная программа для зарегистрированных пользователей
- 5 Обмен товаров ненадлежащего качества
- 6 Скорая помощь Вашему оборудованию



Детали управления оборудованием



Кнопка, 60мм, цвет белый
 Кнопка, 27мм, с микропереключением
 Микропереключатель с иглой
 Двойстик (King of the Hill style), цвет до наливки
 Двойстик (Strain's style), цвет до наливки
 Кнопка, 100мм, пл. окант, цвет синий

Оборудование для учета



Считчик игр механический
 Считыватель магн. карт с индикатором
 Учетчик билетов призовых билетов (Китай)
 Тикет диспенсер TL-002
 Тикет диспенсер LK003M
 Тикет диспенсер LK001A

расходные материалы



Жетон 27 мм (цена за 1 шт.)
 Билеты для редемпшн автоматов (1 коробка 100.000 шт.)
 Магнитные карты с кодировкой Game Keeper (тираж 10.000 шт.)
 Шары для сухого бассейна (набор 250 шт.)
 Шайба для азароконек (7см)
 Бита для азароконек

Детали видео симуляторов



Оптический датчик оружия Sega
 Оптический датчик для экрана N1
 Корпус для House of the Dead 4 с проводом
 Руль для Out Run 2 Sega
 Ручка резиновая для мотоцикла
 GD-ROM

Детали редемпшн автоматов



Колодушка для автомата с экраном
 Колодушка для автомата без экрана
 Фигурки для pin Mr.Wolf
 Фигура крокодила (три части)
 Мяч для шароката
 Уши для pin Happy Ducks

Электронное оборудование



Монитор приемник LK100M
 Монитор приемник LK600
 Динамик овальной
 SK по тензиометр
 Блок питания ZX-100-3 (SVGA 12 VGA 24V2A)
 Кулер приемник ICT L77F



ПУТЬ К УСПЕХУ в эксплуатации аркадных призовых аттракционов



Несколько лет назад, учитывая общее падение спроса на рынке игрового оборудования, и находясь в поиске новых решений, которые можно было бы предложить для индустрии развлечений, мы обратили внимание на известные и очень популярные аркадные призовые аттракционы. На удивление, их подавляющее большинство имело удручающий внешний вид, и встречались они хоть и практически повсеместно, но только на уличных площадках. Тогда мы создали новый формат эксплуатации аркадных призовых аттракционов. Им стало решение, позволяющее эффективно эксплуатировать аркадные аттракционы indoor – в развлекательных центрах, боулинг-клубах, кинотеатрах, торгово-развлекательных центрах и других местах проведения досуга. Создавая этот продукт, мы учли тенденции индустрии развлечений, обобщили американский и российский опыт эксплуатации аркадных призовых аттракционов, тщательно протестировали каждый вид используемой в качестве приза мягкой игрушки, и результат превзошёл все ожидания. Мы смогли не только «открыть дорогу» аркадным аттракционам в крытые центры и комплексы, но и качественно изменить формат их эксплуатации, в том числе, и на открытых площадках, а также создать эффективную систему дистанционного управления зонами аркадных призовых аттракционов.

Наблюдая за игрой на наших аттракционах, мы регулярно видим восторженные взгляды игроков и непреодолимое желание выиграть приз – залог рентабельности бизнеса на аркадных аттракционах!

Мы хорошо понимаем, что в эксплуатации каждого вида аттракционов есть кажущиеся мелочи, значительно влияющие на размер получаемой прибыли. Аркадные аттракционы – не исключение. В них есть три основных составляющих, в совокупности на 95% влияющие на размер получаемой прибыли:

1. Правильное оборудование с необходимыми настройками, привлекающее в игру и создающее видимую лёгкость победы.
2. Простые честные правила игры, позволяющие обеспечивать оптимальный % выигрыша.

3. Яркие призы, вызывающие желание их выиграть. Являясь производителем оборудования, поставщиком мягкой игрушки и эксплуатантом, нам удаётся достигать максимальной рентабельности, благодаря чему на сегодняшний день мы эффективно управляем комплексами аркадных аттракционов в парках и развлекательных центрах Москвы, Санкт-Петербурга, Белгорода, Альметьевска, Казани и ставим перед собой задачу развития федеральной сети аркадных призовых аттракционов.

Аркадные аттракционы можно эксплуатировать по-разному. Можно купить дешёвые «аналоги», сэкономив бюджет, и в скором времени довольствоваться несколькими десятками тысяч рублей выручки за сезон. А можно действовать иначе: организовать действительно правильную аркадную зону и зарабатывать больше миллиона. Выбор всегда остаётся за Вами!

Если Вы заинтересованы в создании высокодоходной зоны аркадных аттракционов, то мы приглашаем Вас к сотрудничеству! Мы заинтересованы в расширении сети аркадных призовых аттракционов и рассмотрим различные варианты сотрудничества: от аренды площади до совместной эксплуатации с привлечением Ваших инвестиций или без таковых.

Давайте вместе делать рентабельный и приносящий радость бизнес!

По вопросам предложений, пожалуйста, обращайтесь по тел.: 8 800 555 96 41

Федеральная Сеть Аркадных Призовых Аттракционов «ВЫИГРАЙ ПРИЗ».



Реклама



«КОСМИЧЕСКИЙ БАСКЕТБОЛ» - возрождённая легенда и предмет гордости



С начала 1970-х годов в Советском Союзе начали производить развлекательные устройства – игровые автоматы. Встречались они практически во всех парках культуры и отдыха. Существовали и специальные «залы игровых автоматов», где игроки оставляли немало монет номиналом в 15 копеек. Именно столько стоила 1 игра. Всего в бывших республиках СССР было произведено порядка 70 видов игровых автоматов. Некоторые стали поистине легендарными. Несомненно, один из них «Баскетбол» – игровой автомат, производимый с 1976 года предприятием-изготовителем «Союзаттракцион». Он стал настолько популярным, что его можно встретить работающим и по сей день в различных уголках нашей страны, но количество измеряется единицами, так как, несмотря на популярность, производство «Баскетбола», как и других советских игровых автоматов, прекратилось вместе с распадом СССР.

Учитывая крайне высокую популярность «Баскетбола» в советские годы и отсутствие его производства не только в современной России, но и за рубежом, нами было принято решение сделать ремейк этого автомата. Результат был представлен весной 2009 года. Ремейк получил название «Космический баскетбол». В его основу было заложено главное – принцип и азарт игры предшественника, особо полюбившиеся не только детям, но и взрослым. В остальном автомат разработан нашей компанией с нуля и претерпел серьёзные изменения: получил новый современный дизайн, динамическое световое и звуковое сопровождение, современную электронику.

Перед нами стояла задача сохранить азарт игры и, тем самым, сделать автомат рентабельным. Нам это удалось. Количество проданных единиц измеряется сотнями и спрос ничуть не снижается, несмотря на общее падение спроса на рынке. Секрет успеха прост. По отзывам профильных специалистов нам удалось добиться лучшего игрового процесса с точки зрения игрока (gameplay), визуальной привлекательности и

непревзойдённой надёжности. Всё это позволяет беззаботно и с хорошей рентабельностью эксплуатировать автомат не только в центрах развлечений, но и на фудкортах ТРЦ, фойе кинотеатров, базах отдыха и во многих других местах.

«Космический баскетбол» выпускается в двух моделях. «Классик» – с 15-ю пронумерованными кнопками для каждого из игроков и «Файв» – с 5-ю большими разноцветными кнопками для каждого из игроков. Лунки на игровом поле обозначаются цифрами либо цветом для каждой из моделей соответственно. Задача игрока: забросить как можно большее количество мячей в корзину соперника и, тем самым, набрать наибольшее количество очков. Игровой автомат может быть оснащён купюро- или монетоприёмником либо подключён к любой системе автоматизации. По желанию заказчика дизайн оборудования может быть полностью индивидуальным. По запросу «Космический баскетбол» оснащается тикетдиспенсерами для каждого игрока, что позволяет устанавливать его в зону редемпши.

Отдельно стоит отметить, что «Космический баскетбол» не требует специального обслуживания и имеет, пожалуй, непревзойдённую надёжность. В доказательство этому мы увеличили срок гарантии до 3 лет.

Приобретайте «Космический баскетбол», эксплуатируйте без забот и получайте хороший доход!

По всем интересующим вопросам, пожалуйста, обращайтесь по тел.: 8 800 555-96-41.



Реклама



Летняя встреча РАППА в Белгороде

13-15 июля 2016 года в Белгороде состоялась V Летняя международная встреча специалистов культурно-досуговой сферы «Индустрия досуга и развлечений в регионах России», организованная Российской ассоциацией парков и производителей аттракционов (РАППА).

Мероприятие проходило при поддержке Администрации Белгорода и Правительства Белгородской области. Генеральным спонсором выступила группа компаний «Мир», официальным спонсором – компания I.E. PARK (Италия). Информационную поддержку оказали: журналы «КИР», SportB2B, «Аттракционы и развлечения», СпортАкадемРеклама, портал VTORIO.com

В Летней встрече приняли участие более 110 специалистов различных направлений сферы досуга из 40 городов России (Москвы, Санкт-Петербурга, Волгограда, Архангельска, Ижевска, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода, Смоленска, Красноярска, Курска, Орла, Воронежа, Омска, Ростова-на-Дону, Тулы, Петрозаводска, Махачкалы, Пензы, Калуги, Северска и др.), а также зарубежных стран – Италии и Казахстана. Среди них: руководители парков культуры, развлекательных центров, санаторно-курортных комплексов, представители администраций, производители аттракционной техники и другие заинтересованные лица.

В этом году высокую активность проявил принимающий регион – участие приняли все профильные учреждения культуры и парки Белгорода и области.

Открытие Летней встречи РАППА состоялось в конференц-зале бизнес-отеля «Континенталь». По традиции форум начался со знакомства с индустрией развлечений места проведения. Антонина Викторовна Иванова – представитель Управления культуры Белгорода, рассказала о состоянии культурно-досуговой сферы города и основных тенденциях развития данного направления в регионе. Особый интерес в ее докладе вызвала фестивальная программа, реализуемая в Белгороде. В своем выступлении Антонина Викторовна также отметила важность проведения Летней встречи в Белгороде, поскольку «это мероприятие, безусловно, будет способствовать развитию индустрии досуга в регионе, поможет привлечь внимание инвесторов и специалистов для реализации важных социально-культурных проектов».



Далее в рамках секции «Индустрия развлечений Белогорья» своим опытом поделились руководители местных парков и развлекательных центров.

Целой командой себя представила Корпорация ГРИНН – сеть многофункциональных торгово-развлекательных комплексов, один из которых работает в Белгороде. Опыт компании уникален, в первую очередь, тем, что большинством развлекательных объектов она управляет самостоятельно.

В форуме приняли участие более 110 специалистов различных направлений сферы досуга из 40 городов России.

Также с докладами выступили: Дмитрий Воробьев, заместитель директора Пикник-Парка; Александр Каракулов,

директор клуба-парка «Тропикано»; Николай Белов, генеральный директор Белгородского зоопарка; Татьяна Антипова, директор парка «Чудо-Юдо Град» г. Губкин Белгородской области. В ходе своих докладов они рассмотрели такие актуальные вопросы, как: создание современных рекреационных зон отдыха, новые форматы досуга в парках, проектирование и эксплуатация современных зоопарков, формирование индустрии досуга в малых городах России и др.

Отдельный блок деловой программы был посвящен презентации аттракционов, оборудования и услуг для индустрии развлечений. Представители производственных компаний, среди которых были как уже известные бренды (I.E. Park (Италия), РИФ, PlaySpace, ГК «Карусель», ПО ГРОС, Италпарк, Воздушный замок, ЦИЭС «Безопасность» и др.), так и новички развлекательной индустрии (АРТ Драйв, Новотач, А-Маркет, Like Money и др.), показали разнообразные возможности для орга-



низации досуга. Уже в скором времени некоторые развлекательные новинки могут появиться в парках, музеях, гостиницах и торговых центрах Белгорода и других городов России. Некоторые фирмы смогли продемонстрировать свою продукцию в живую – Qubica AMF и БОЛИД провели презентации непосредственно на развлекательных площадках, а компания Вендинг Лаб установила в конференц-зале свой фотокиоск, с помощью которого каждый желающий мог распечатать фотографию из Instagram с логотипами РАППА и гербом Белгорода.

После обеда программа первого дня продолжилась посещением Мегакомплекса ГРИНН, где руководители центра показали участникам парк аттракционов, детский развлекательный комплекс, многозальный кино-театр, аквариум, ночной клуб и боулинг-центр. Одним из самых запоминающихся моментов стала экскурсия в ресторан-пивоварню «ГРИНН Beer» с посещением производства и дегустацией пива.

Специально для участников Летней встречи сотрудники «Бюро радости» комплекса ГРИНН подготовили мастер-класс «Идеальный детский праздник, как дополнительный канал продаж». Это мероприя-





тие оказалось не просто теоретическим семинаром, а настоящим шоу, в котором аниматоры комплекса продемонстрировали все, на что они способны. Такая оригинальная подача вызвала подлинный восторг у участников форума.

Продолжился вечер в панорамном ресторане «Мезонин», где прошел прием, посвященный Летней встрече РАППА в Белгороде.

Второй день открылся семинаром «Активные развлечения: актуальные форматы активного отдыха в парках и развлекательных центрах», который провели ведущие эксперты: Людмила Киселева, эксперт по управлению развлекательными комплексами; Елена Платонова, генеральный директор компании «Деко Дизайн»; Федор Гавриченко, учредитель группы компаний «Сказочный лес».

Оставшееся время было посвящено посещению самых интересных развлекательных объектов Белгорода. Первым по маршруту был новый Белгородский зоопарк, который открылся чуть более месяца назад и попал в программу Летней встречи буквально в последний момент. Директор зоопарка лично провел экскурсию, рассказал о том, как проходило строительство парка и что еще предстоит воплотить в жизнь в этом замечательном уголке природы.

Затем участники посетили одну из главных достопримечательностей Белгорода – музей-диораму «Огненная дуга», посвященную крупнейшему в истории танковому сражению во время Великой Отечественной войны на Прохоровском поле.

Завершилась деловая часть форума посещением Центрального парка культуры и отдыха и расположенным на его территории детским клубом «Тропикано». Экскурсия сопровождалась не только увлекательным рассказом директора, но и посещением колеса обозрения, с высоты которого открылась замечательная панорама Белгорода. В Тропикано состоялось тор-



жественное вручение дипломов участникам Летней встречи РАППА.

Третий день по традиции был посвящен экскурсионной программе по Белгородской области, чему не смогла помешать даже 40-градусная жара. Участники посетили: музей-заповедник «Прохоровское поле», музей «Третье ратное поле России», храм Святых Первоверховных Апостолов Петра и Павла, парк «Ключи» и этнодеревню «Кострома», где все смогли ощутить на себе белгородское гостеприимство и попробовать традиционные русские угощения.

По отзывам большинства участников, Летняя встреча в Белгороде превзошла все ожидания. Некоторые даже назвали ее лучшей Встречей из всех, проведенных РАППА. Участники единодушно отметили высококласную организацию, актуальность программы и доброжелательную атмосферу, которая царил на мероприятии. Также все без исключения остались в восторге от города Белгорода, были поражены его благоустроенностью и уютом.

Специалисты сошлись во мнении, что проведение подобных форумов реально способствует развитию и популяризации индустрии развлечений в регионах России, является уникальной возможностью для общения и знакомства с коллегами из разных уголков страны.

«Куда едем в следующем году?» – такой вопрос волновал большинство участников Летней встречи РАППА 2016!

До следующей Встречи!
Ждите нас в своем городе!

Марина Горбачева

МЕДИА ПРОЕКТ

Эксклюзивный производитель призовых билетов для автоматов системы Редемпшн

- Работа без посредников
- Разработка индивидуального дизайна билета в собственной дизайн-студии
- Короткие сроки изготовления
- Возможность регулярных поставок билетов небольшими партиями
- Постоянное наличие на складе билетов со стандартным дизайном
- Организация доставки в любую точку РФ и стран СНГ
- Индивидуальные условия оплаты
- Техническое сопровождение

Санкт-Петербург, ул. Руставели 13
 телефон: (812) 646-75-59, 8-965-7878-654
 e-mail: media.project@mail.ru
 www.media-project.spb

СИНТЕТИЧЕСКИЙ ЛЕД НОВЕЙШЕГО ПОКОЛЕНИЯ

ХОККЕЙНЫЕ ПЛОЩАДКИ и катки ЛЮБОГО РАЗМЕРА

ПРОБЛЕМА нехватки тренировочного льда и нехватки катков - РЕШЕНА!

СУПЕР-ГЛАЙД - это супер скользко, супер надежно, супер легко и супер НЕДОРОГО!

инфо, контакт:
www.SuperKatok.com

GEP PRODUCTIONS PRESENTS

The VORTEX TUNNEL

THE ULTIMATE VERTIGO WALK-THRU ATTRACTION!

GEP PRODUCTIONS ПРЕДСТАВЛЯЕТ

УНИКАЛЬНЫЙ ГОЛОВОКРУЖИТЕЛЬНЫЙ АТТРАКЦИОН-ТУННЕЛЬ!

Добавьте туннель VORTEX в Ваш развлекательный центр

Alan Tura
owner / president

Phone / Fax
330-392-6527

vortextunnel.com

email - gep@gepproductions.com



Сергей Пятковский
Руководитель РЦ «Динозаврия», г. Вельск

ДИНОЗАВРЫ В МАЛЕНЬКОМ ГОРОДЕ

Опыт открытия детского развлекательного центра

Начать какой-либо бизнес не просто. Помимо инвестиций, проекта и знаний, требуется также определенная смелость ступить на новое поле деятельности. Успех развлекательного бизнеса измеряется тысячами посетителей, но значит ли это, что в маленьком городе не может быть своего парка аттракционов или центра отдыха. Вопреки многим устоявшимся принципам наш герой пошел на риск и открыл детский развлекательный центр в городе с населением 23 тысячи человек.

Сергей Пятковский – предприниматель из города Вельск Архангельской области откровенно рассказал о своих «экспериментах» в сфере малого бизнеса.

В поисках идеи

Каждый бизнес, которым я занимался, начинался примерно одинаково. Я сталкивался с проблемой в нашем городе – как правило, с отсутствием каких-то определенных товаров или услуг, и решал ее путем открытия собственного дела. Так было со стеклом, мебелью и другими товарами, которые в Вельске достать было невозможно. Почти каждая моя инициатива имела успех и востребованность у жителей города. Более того, мы ставили рекорды по выручке, от чего и другие энтузиасты начинали открывать похожие предприятия.

С развлекательным центром была похожая история. Я отдыхал на юге с семьей, и в одном из кафе был детский лабиринт, откуда невозможно было вытащить моего ребенка. Я подумал, а почему у нас ничего подобного нет?

Вся индустрия развлечений на тот момент в Вельске ограничивалась приезжим парком аттракционов, который работал 1-2 недели летом, и небольшой игровой в торговом центре.

Так я загорелся идеей открыть детский развлекательный центр.

Нельзя проиграть

Кратко изучив предложения на рынке, я решил открыть динопарк. Тема динозавров мне показалась самой привлекательной и, главное, более «не убиваемой» – дети не теряют к ней интереса со временем.

Восточно-европейская компания (Беларусь), в которую я обратился, специализировалась на создании парков в концепции «Динозаврия», но ранее они работали только с крупными городами. Мое предложение их заинтересовало, поскольку для них это тоже был новый опыт.

Однако из требуемых 10 миллионов на реализацию проекта, в наличии у меня было всего пять. Нужно было найти оставшуюся сумму.

Случайным образом я узнал о фонде «Наше будущее», который занимался поддержкой социального предпринимательства в регионах. Не имея никакого опыта работы с подобными структурами, я решил

Если Вы не знаете, какой бизнес открыть, оглянитесь и посмотрите, чего в вашем городе не хватает.

принять участие в конкурсе на получение 5-ти млн. рублей безпроцентного займа сроком на пять лет. Я написал бизнес-план, приложил к нему эскизы центра и отправил их в Москву, но, не дожидаясь решения,

на имеющиеся деньги начал строительство развлекательного центра. Когда ко мне приехала комиссия фонда, они были крайне удивлены, что часть работ уже сделана. Видимо, моя вера в себя и нескрываемое желание открыть в Вельске центр для детей заразила и их. В итоге – я победил!

Бизнес - онлайн

Проект «Динозаврии» для меня много значил, но опыта в развлекательном бизнесе не было. Чтобы получить экспертную оценку своих начинаний, я решил подробно рассказать о нем на профессиональной площадке – на сайте VTORIO.com. В какой-то степени этот шаг был вызван и психологической проблемой, с которой я столкнулся – в Вельске мало кто верил в успех моего проекта. Многие говорили: не получится. Мне даже пришлось прибегнуть к услугам бизнес-тренера, чтобы снять психологические барьеры. На форуме, конечно, тоже мнения разделились – кто-то поддерживал, кто-то сомневался, но все равно это была хорошая возможность обсуждать профессиональные вопросы.





Также за полгода до открытия центра я начал продвигать его в социальной сети ВКонтакте. Я создал группу, где размещал различную информацию о будущем центре. О многих вещах я не договаривал, пускал безобидные «слухи». В результате, люди были заинтригованы: что же это будет за детский комплекс. Тайна вокруг «Динозаврии» привлекла внимание – все ждали открытия.

Ход динозавром

Центр должен был открыться к Новому году. Все основные работы по отделке помещения, декорации, установка лабиринта и части оборудования были сделаны, но возникли неожиданные проблемы. Во-первых, фонд задержал перечисление денег, а, во-вторых, в 2014 году резко вырос курс доллара. В итоге пришлось сокращать количество автоматов и декораций, но, главное, люди ждали открытия центра, а теперь оно было под вопросом. Технически распахнуть двери гостям можно было, но не хватало главной составляющей – динозавров. И тут мне пришла оригинальная идея: наши динозавры еще «не родились».

В Новый год мы запустили центр с огромными яйцами, из которых в скором времени должны были вылупиться динозавры. Такой ход был на грани провала, но, в результате, даже отсутствие динозавров не испортило впечатления от нового центра. Все пришедшие были приятно удивлены – такого места в Вельске еще не было.

К услугам гостей в центре: лабиринт, игровые автоматы, шоу динозавров, детское кафе, летом на улице работает автогородок. В «Динозаврии» можно отметить день рождения – у нас проходило до 45 мероприятий в месяц.



Некоторые меня спрашивают: обязательно ли нужна тематизация для центра в маленьком городе? Динозавры денег не приносят, и, возможно, без них парк работал бы не хуже. Но я хотел создать полноценную сказку. Люди приезжают к нам из округи в радиусе 150 километров в первую очередь затем, чтобы посмотреть динозавров, и уже только потом играть на автоматах и пользоваться прочими услугами.

За 2015 год оборот центра площадью 400 кв.м составил 8,5 миллионов рублей. Для такого города, как Вельск – это фантастика, особенно, учитывая экономическую ситуацию, в период которой мы открылись. В текущем году ощущается, что люди стали меньше тратить на

развлечения, но эта тенденция присутствует во всей отрасли.

Продолжение следует

Вторым похожим, но совершенно самостоятельным проектом стало открытие в Вельске пиццерии.

Технология реализации получилась примерно та же – в городе не было хорошего общепита, и нам приходилось ездить в соседний город. Из имеющихся франшиз, я выбрал «Додо Пицца» – мне понравилась организация производства и построение процесса обслуживания. Теоретически я мог бы сам поставить печку и продавать пиццу, но необходимого эффекта, думаю, не получилось бы. Я решил, что если открывать общепит, то на уровне большого города. Только тогда люди к нам охотно придут. Результат: за пять неполных месяцев работы выручка «Додо Пиццы» составила 5,6 млн. рублей.

Размышляя о том, что бы в своих проектах я сделал по-другому. Первое, пожалуй, месторасположение.

Главное при открытии бизнеса в малом городе, сделать проект на уровень выше того, к чему привыкли жители города.



ЛЕТНИЕ ВСТРЕЧИ РАППА

Ежегодное мероприятие

Российской ассоциации парков и производителей аттракционов, проходящее в разных городах России

Летние встречи РАППА это:

- посещение парков и развлекательных центров
- общение с коллегами со всей России
- встреча с руководителями городов
- обучающие тренинги и деловые мероприятия
- знакомство с достопримечательностями и культурой регионов



Ждите нас в своем городе!

Тел./факс: +7(495) 234-52-04; e-mail: raara@raara.ru; www.raara.ru
Россия, 129223, г. Москва, пр-т Мира, 119, ВДНХ, стр. 537/3, оф. 37.

«Динозаврия» находится не в центре Вельска, а даже для маленького городка это имеет значение. Если бы парк располагался в центре города, то выручка могла бы быть процентов на 30% больше.

С другой стороны, под строительство центра у нас было собственное здание. Не уверен, рискнул бы я снимать площадь в аренду, хотя и такой вариант возможен для малого города.

Сейчас «Додо Пицца» и «Динозаврия» работают отдельно, но в идеале было бы совместить два бизнеса, поскольку они удачно дополняют друг друга.

Во многом наши проекты экспериментальные, и я надеюсь, что мой опыт как-то воодушевит тех, кто хочет открыть бизнес в своем городе. Я разработал двухдневный курс-интенсив и запустил сайт (www.besedabiz.ru) для предпринимателей, которые могут приехать в Вельск и увидите, как работают наши бизнес-проекты изнутри.

Мощный подход

На мой взгляд, самое главное при открытии бизнеса в малом городе, будь то магазин или развлекатель-

ный центр, сделать проект хотя бы на уровень выше того, к чему привыкли жители города. Основная ошибка, с которой сталкиваются многие предприниматели, они действуют по принципу: у нас и так сойдет. Но на дворе XXI век, и люди знают, какой сервис и качество услуг им может быть оказан.

Если Вы не знаете, какой бизнес открыть, оглядитесь и посмотрите, чего в вашем городе не хватает. Определить это можно по себе: какой товар или услугу Вы хотели бы, но не можете приобрести в своем городе. Таким образом, можно найти самые разные бизнес-идеи, но даже в маленьком городе запускать их нужно «мощно».

Иногда сложно переступить черту, особенно в городе, где все привыкли жить определенным образом и думают что так и надо. Многие развлекательные центры закрываются или стоят пустыми только потому, что людям в них не интересно и не комфортно. Надо хотя бы немного приподнять планку над тем, что сегодня есть, и тогда и Вы, и ваши гости, и ваш город – все будут в выигрыше.



УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР РАПРА

ОБУЧЕНИЕ И СЕРТИФИКАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

очередная учебная сессия
30 января - 4 февраля 2017 г.



- Более 1000 обученных специалистов из 210 городов России и стран СНГ

- С выдачей сертификата федерального уровня

- Подробности и заявка www.raapa.ru

129223, г. Москва,
Проспект Мира, ВДНХ,
стр. 537/3, офис 37
Тел./факс: (495) 234-52-33,
(495) 234-52-04;
e-mail: tec@raapa.ru





РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ АВТОМАТЫ

ВИДЕОИГРЫ

ПРИЗОВЫЕ АВТОМАТЫ



Happy Throw

Призовые автоматы
На ловкость



НОВИНКА!

\$ 3 590

Со склада
в Москве

Самый честный призовой автомат! Основан только на случайности! Игра проходит всего в 4 шага:

1. При помощи лапы захватите с призового лотка игрушку (пока не произойдет захват следующий шаг игры не начнется)
2. Лапа с призом автоматически доедет до специального лотка и выгрузит приз в него.
3. Нажатием на ручку подбросьте приз с лотка так, чтобы он попал в отверстие на фасаде автомата.
4. Если Вы попали призом в отверстие, то соответственно он выпал наружу и теперь он ВАШ!

Поставка: 7 дней



Lollipops Vending Machine

Призовые автоматы
На ловкость



НОВИНКА!

\$ 2 290

Со склада
в Москве

Конфетный автомат на удачу! Нажмите на кнопку "Старт" тем самым запустив рулетку с бегущими цифрами. Вторым нажатием остановите огонек на одном из сегментов с цифрами. Цифра на которой остановилась рулетка покажет сколько конфет "Чупа-Чупс" Вы выиграли. Яркая подсветка! Мега иллюминация! Очень азартный игровой процесс! Остановиться невозможно!

Поставка: 7 дней



Long Snake

Призовые автоматы
На ловкость



НОВИНКА!

\$ 6 990

Со склада
в Москве

Популярная компьютерная игра теперь в автомате! При помощи джойстика управляйте червячком на поле и помогайте ему съесть, как можно больше фруктов. Кто дальше продержится на поле и съест больше фруктов - тот и наберет наибольшее количество очков. По результатам призовые билеты. Вертикальный экран 65". Для двух игроков.

Поставка: 7 дней



My Ocean

Видеоигры
Рыбалка с экраном



НОВИНКА!

\$ 10 790

Со склада
в Москве

Супер реалистичный симулятор рыбной ловли! Выбираем наживку, забрасываем, ждем пока клюнет, при помощи настоящей катушки вытаскиваем рыбу. Высокая чувствительность спиннинга, множество датчиков и современная графика помогут Вам получить незабываемые впечатления от 100% имитации настоящей рыбной ловли!!! По результатам игры призовые билеты и возможность занести свое имя в память автомата! Вертикальный экран 65". Для одного игрока.

Поставка: 7 дней



Flying Pig

Видеоигры
Видеоигры на ловкость



НОВИНКА!

\$ 6 990

Со склада
в Москве

Самая популярная игра для смартфонов в 2015 году теперь в автомате! При помощи кнопок управляйте полетом летающей хрюшки так, чтобы она не врезалась ни в одну из труб, появляющихся то сверху, то снизу. Кто дальше пролетит - тот и наберет наибольшее количество очков. По результатам призовые билеты. Вертикальный экран 65". Для двух игроков.

Поставка: 7 дней



Subway Surfers

Видеоигры
Видеоигры на ловкость



НОВИНКА!

\$ 4 690

Со склада
в Москве

Популярная игра для смартфонов в автомате редемпшн. Выберите своего героя, который, нарисовав граффити на стене должен убежать от охранника железнодорожной станции. Управляйте с помощью большого джойстика бегущим человеком, собирайте по пути различные ценности, уклоняйтесь от проходящих поездов, перепрыгивайте трамплины и препятствия. По результатам призовые билеты.

Поставка: 45-60 дней



Ice Man

Видеоигры
Водные игры с экраном



НОВИНКА!

\$ 8 690

Со склада
в Москве

Супер популярная игра для 2х игроков от компании Superwing. Задача играющих попасть по Зомби водой, тем самым заморозить его и расколоть на кусочки. Чем больше у Вас очков, тем сильнее струя воды льет из Вашей пушки. В особо критических ситуациях - Вы можете устроить настоящую дымовую завесу (в автомате есть встроенная дым машина). А по результатам, конечно призовые билеты.

Поставка: 7 дней



Naughty Crocodile

Призовые автоматы
На ловкость



НОВИНКА!

\$ 5 270

Со склада
в Москве

Интересная игра для малышей. Не дай заскучать крокодилам выползающим из своих укрытий. Для 1 игрока. На фото 2 автомата. По результатам призовые билеты.

Поставка: 7 дней



Shooting Paradise

Видеоигры
Стрельба шарами по экрану



НОВИНКА!

\$ 7 920

Со склада
в Москве

Стрелялка шарами по экрану в мини формате. Выберите одну из четырех игр. Стреляйте из пушки пластиковыми шарами по забавным персонажам на экране. Чем больше точных попаданий, тем больше призовых билетов по окончании игры. Для 2х игроков.

Поставка: 7 дней



Car racing

Видеоигры
Гонки-стрелялки с выдачей билетов



НОВИНКА!

\$ 6 990

Со склада
в Москве

Увлекательная гонка для двоих. Выбери персонаж и автомобиль, участвуй в гонке, собирай по пути призы. Побеждает тот, кто первым придет к финишу. По результатам игры-призовые билеты.

Поставка: 45-60 дней



Deep Sea Story 2P

Видеоигры
Рыбалка с экраном



НОВИНКА!

\$ 4 880

Со склада
в Москве

Рыбалка для 2х игроков в не стандартном дизайне. Задача играющих: забросить крючок в океан и поймать как можно больше крупной рыбы. Удочки с катушками. По результатам призовые билеты.

Поставка: 7 дней



Развлекать, чтобы выжить

Тенденции развития развлечений в ТРЦ

Антон Щипачев
Коммерческий директор VIA BOWLING/GamePlay

Сложная экономическая ситуация во многом стала стимулом для развития развлекательного бизнеса. Торговые центры сегодня заинтересованы в привлекательных якорных арендаторах и предлагают выгодные условия. О трендах на рынке торговой недвижимости и новых форматах развлекательных центров рассказал коммерческий директор VIA BOWLING/GamePlay Антон Щипачев.

«Якорь» для посетителей

Кризис серьезно ударил по бизнесу Торговых центров – они стали терять арендаторов, вынуждены снижать ставки. Как это отразилось на компаниях из индустрии развлечений, которые традиционно являются одним из ключевых арендаторов площадей?

Невзирая на кризис, в Москве продолжается строительство и реновация торговых центров, а значит и растет число свободных площадей: по данным NAI Besar, по итогам первого полугодия 2016 года уровень вакансий превысил 11%. Неудивительно, что на рост вакансии управляющим пришлось отвечать снижением ставок аренды.

Нашей отрасли эта ситуация идет только на пользу. Владельцы торговых центров готовы предоставить площади на выгодных условиях «якорным арендаторам», которые будут привлекать посетителей.

Последние пару лет в сегменте торговой недвижимости наметилась четкая тенденция – место закрывшихся магазинов в торговых центрах занимают операторы развлечений. Так, по данным Colliers International, в структуре площадей магазинов, открытых в столице в первом полугодии 2016 г., первое место заняли fashion-операторы (59%), на втором же – операторы развлечений с показателем в 18%.

Уже сейчас на долю индустрии развлечений в торговых центрах приходится от 7 до 20% площадей, с тенденцией увеличения. Некоторые эксперты говорят о том, что в ТРЦ нового формата под развлечения и общепит надо выделять 15-30% площадей.

Наиболее ярко эти тенденции видны в Петербурге, где строительство ТРЦ идет не столь интенсивно, как в столице, и поэтому более отчетливо видны структурные изменения.

Благодаря арендаторам из индустрии развлечений, в торговых центрах Северной Пальмиры, впервые за последние два года, удалось уменьшить долю вакантных площадей: во втором квартале с 6,4% она снизилась до 6%.

Насколько «якорные» развлекательные центры помогают ТРЦ увеличить продажи или хотя бы удержать посетителей?

Эксперты подсчитали, что обширная развлекательная зона увеличивает трафик в торговом центре на 15-20%. Люди приходят семьями. Пока дети играют, родители посещают торговую галерею. Потом они вместе обедают, покупают ребенку игрушки или что-то из одежды. Возрастает лояльность посетителей – они не просто приходят в магазин за какими-то покупками, а приятно проводят в ТЦ свой досуг.

Спорт вместо автоматов

Невзирая на сложную экономическую ситуацию, строительство развлекательных центров продолжается и в двух столицах, и в регионах. Как-то изменились форматы этих объектов?

Тенденции как на Западе, так и в России очень похожи. В новых парках все меньше игровых автоматов и видеосимуляторов, а акцент сделан на спортивные раз-

влечения: батутные и веревочные парки, скалодромы, площадки для фристайла, интерактивные стены – чтобы можно было ползать, попрыгать, попинать мячик. А для самых маленьких оснащены мягкие игровые зоны Soft Play.

Такие развлекательные центры имеют ряд преимуществ.

Во-первых, родители гораздо более охотно дают деньги детям на спортивные развлечения, радуясь, что ребенок оторвался от компьютера и смартфона, нежели на игры на автоматах.

Эксперты подсчитали, что обширная развлекательная зона увеличивает трафик в торговом центре на 15-25%.

Во-вторых, открываются широкие возможности для маркетинга: можно устраивать состязания, сотрудничать со школами,

делать специальные акции – жизнь в таком развлекательном центре бьет ключом не только в выходные, но и в будние дни.

В-третьих, поднимается возрастная планка целевой аудитории: найдутся развлечения и для детей, и для подростков, и для активной молодежи.

С точки зрения инвестиций и окупаемости такие парки выгоднее, чем традиционные?

Чем меньше сложного оборудования, игровых аппаратов и аттракционов, тем ниже инвестиционные затраты на один квадратный метр – они составляют от 300-500 долларов. Также снижаются и эксплуатационные расходы.

Кроме того, такой комплекс является самодостаточным. Родителям не надо находиться рядом с ребенком:

он прекрасно будет сам играть как минимум полтора часа. Так что это идеальный вариант для торговых центров: у родителей освобождается время для шопинга.

Классики и современники

Недавно Ваша компания ввела в эксплуатацию развлекательный центр Fun Fantastic World в городе Королеве. Он создан в соответствии с новыми веяниями или по старой схеме?

В этом проекте мы нашли оптимальный баланс, сочетая как новые тренды, так и классику.

Само по себе помещение этого центра, площадью 2500 кв. метров, достаточно сложное – в нем размещалась подземная автостоянка для посетителей торгового центра и перепад потолков составляет от 2,7 до 8 метров, причем 40% приходится именно на низкую зону. Так что пришлось поработать и над дизайном, и над нестандартными решениями, и над подбором аттракционов, чтобы это не ощущалось.

В центре, в самой высокой зоне, мы спроектировали уникальный веревочный парк, в основе которого – специально подобранные сухостойные вязы из Карелии. Там же расположен скалодром, выполненный из прозрачного материала.

Ставка сделана на интерактивные, динамичные развлечения и аттракционы нового поколения: есть интерактивная футбольная стена, лазерные аттракционы, 5D аттракционы виртуальной реальности, квест TruExit. Конечно же имеется мягкая игровая зона для малышей, лабиринт, интересные аттракционы – к примеру, новое поколение автодромов Spin Zone.

Оборудование мы заказывали у поставщиков по всему миру: в США, Италии, Нидерландах, Китае, России – порядка 20 производителей и субподрядчиков. Инвестиции в оборудование составили свыше 2,2 млн долларов. Ориентировочный срок окупаемости – 4,5 года.



Бизнес «под ключ»

Некоторые семейно-развлекательные центры, ставка в которых сделана на аппаратные развлечения, почувствовали снижение дохода. Поможет ли им реструктуризация и замена игровых автоматов на какие-то спортивные игры?

В нашем бизнесе нельзя стоять на месте – надо постоянно удивлять гостей чем-то новым. Во-первых, надо в целом оценить концепцию развлекательного центра. Насколько в нем интересно детям и комфортно родителям? Готовы ли они отмечать тут семейные праздники? Хорошее ли меню в кафе?

Во-вторых, пересмотреть аудиторию и подумать, чем заинтересовать детей постарше. Сами по себе спортивные аттракционы привлекательны, но надо вкладывать и в маркетинг. Придумывать акции и состязания, грамотно продвигать проект в соцсетях, следить за трендами: чтобы у подростков ваш развлекательный центр всегда был в топе; чтобы они делали селфи, рассказывали друг другу, как круто «потусовались».

В последние годы в России стали развиваться франшизы индустрии развлечений и готовые форматы «под ключ». Чем они выгодны?

Франшиза – это готовая и отработанная модель бизнеса. Коммерсант покупает проект «под ключ», четко зная, что и как развивать: таким образом он обходит подводные камни и существенно снижает риски.

Классических франшиз в нашем сегменте пока не так много: в основном они связаны с детскими городами профессий и аттракционами виртуальной реальности. VIA BOWLING/GamePlay начала предлагать в России и СНГ франшизу электрокартинга компании OTL Italia, позволяющую войти в международную сеть картодромов Xtremkart Branded Network.

Помимо франшиз сейчас хорошо развиваются и низкобюджетные форматы, позволяющие начать развлекательный бизнес с небольшим стартовым капиталом. Очень популярны батутные центры, которые могут работать как автономно, так и в составе ТРЦ; инвестиции начинаются с 4 млн. рублей. Востребован лазертаг – такой проект можно запустить, вложив всего от 2,5 млн. рублей. В топе детские мягкие игровые зоны Soft Play и развиваю-

щие игровые модули: такой бизнес можно начать на площади от 20 кв. м, вложив от 300 тыс. рублей.

«Формула-1» в ТРЦ

Насколько спортивно-развлекательный электрокартинг подходит для ТРЦ?

Электрокартинг сейчас стремительно развивается на Западе. Для России же и СНГ это развлечение – абсолютная новинка: и у бизнесменов есть возможность войти в бизнес, не имеющий конкурентов, застолбив эту перспективную нишу.

В России есть место для 20-30 больших спортивно-развлекательных электрокартодромов международного класса, а в ТРЦ можно неограниченно развивать мини-форматы – такие, как быстрый дрифт: адреналиновые гонки на скользкой поверхности. Для этого достаточно иметь площадь от 1500 кв. метров. Причем годятся самые разные помещения: подземные парковки, площадки рядом с ТРЦ и т.п.

В отличие от бензиновых, электрокарты бесшумны, безопасны, а дымовых выхлопов нет вообще. Так что электрокартодром прекрасно вписывается в формат развлекательного центра. А для ТРЦ он становится мощным якорем, привлекающим гостей – причем не только мужскую аудиторию, но и детей от 8-и лет, подростков и женщин. В Европе и США такие картодромы – излюбленное место досуга людей: там проводят корпоративы, есть конференц-залы.

Какие инвестиции требуются для открытия электрокартинговой трассы?

Формат быстрый дрифт предполагает капиталовложения в размере 18-20 млн. рублей. В создание электрокартингового центра международного класса потребуется инвестировать порядка 40 млн. рублей – без учета реновации помещения или строительства. Срок окупаемости составляет около 3-х лет.

Думаю, первый электрокартинговый центр откроется в России в течение ближайшего года.

Беседовала Наталья Васильева, руководитель проекта «Академия развлечений»

ЭЛЕКТРОКАРТИНГ
ИННОВАЦИОННЫЙ
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС



Динамика езды лучше, чем на бензиновых картах

- крутящий момент на старте
- постоянная тяга на 4-х колесах
- скорость реакции двигателя

Экологичность

- нет выхлопа
- нет проблем с Пожнадзором
- чистая одежда и оборудование
- не требуется специальная система вентиляции

Текущие издержки ниже на 25%

Окупаемость инвестиций 3,5 года

+7 (495) 225 95 00
www.viabowling.ru
info@viabowling.ru



Достойный среди лучших!

Производство надувных коммерческих аттракционов, батутов, надувных горок, водных аттракционов и мобильных зданий.



VIP-BATUT

РФ, г. Белгород,
ул. Королева 2а
vip-batut.ru
vip-batut@yandex.ru
Тел. 8 (800) 550 27 37



Виртуальная выставка аттракционов
и развлекательного оборудования РАПА ЭКСПО

www.raapa-expo.ru

Уникальная интернет-площадка для продвижения
Вашей компании на российском рынке развлечений!

Контакты: тел.: +7 (495) 234-52-14; e-mail: info@raapa-expo.ru



Парк спортивных развлечений

Алексей Загумёнов
Управляющий компании «Авира»

Как создать востребованный развлекательный объект для отдыха детей и взрослых? Этим озадачены многие специалисты индустрии развлечений. Несмотря на существование неких уже общепринятых стандартов в развлекательной отрасли, которые следует учитывать на пути к успеху, каждые 2-3 года появляются новые тенденции, требующие внимания. Сегодня один из таких трендов, доказавший свою значимость и актуальность, – многофункциональность и сочетание разных видов отдыха в одном месте, а также акцент на активные развлечения.

Какие объекты можно сегодня сочетать в развлекательном центре?

- традиционные парковые аттракционы (карусели, родео, паровозики, велосипеды);
- оборудование для активного отдыха (скалодромы, батутные арены, веревочные парки);
- спортивные аттракционы и настольные игры (аэрохоккей, лазертаг, тир, дартс, аппараты для игры в баскетбол и т.п.);
- детские игровые комнаты с лабиринтами;
- аттракционы-симуляторы;
- тематические объекты (комнаты страха, квест-румы, иллюзии, музеи занимательной науки);
- аттракционы виртуальной реальности (очки Oculus Rift и др.).

Ассортимент развлекательного оборудования на рынке постоянно пополняется, особенно за счет интерактивных аттракционов, создавать которые позволяют современные компьютерные технологии и робототехника. Но если внимательно изучить весь спектр возможностей для отдыха, то основной водораздел лежит на границе активного и пассивного досуга. Для одних интереснее наблюдать за сменой картинки в очках виртуальной реальности, другие же хотят самостоятельно пройти необычные препятствия, поучаствовать в соревнованиях и т.п.

Развитие многофункциональных развлекательных центров в последние годы происходит, во многом, за счет внесения элементов активности в отдых посетителей. При создании развлекательного центра все больше предпринимателей отдают предпочтение так называемым «микс-проектам», в которых сочетаются самые разные виды оборудования для активного отдыха: игровые лабиринты, скалодромы, веревочные парки, катки с искусственным льдом и т.п.

«Когда этим летом мы готовились к переговорам с администрацией Ульяновска по поводу аренды места в го-

родском парке, то понимали, что городу нужен красивый масштабный аттракцион, – рассказывает директор компании «Сервиском» Роман Муратчин. – Я считаю, это правильный подход со стороны мэрии: если речь идет об организации семейного отдыха, важно оценивать не только финансовые возможности предпринимателей, но и содержательную часть бизнеса».

Мэрия Ульяновска одобрила проект, состоящий из игрового лабиринта площадью более 70 кв. м и веревочного парка по периметру. Общая площадь объекта составила 450 кв. м. По словам Романа Муратчина, в Ульяновске сейчас настоящий бум веревочных парков – таких объектов много, и они пользуются спросом. А вот детские игровые лабиринты, хотя и есть в достаточном количестве, но далеко не все интересные.

«Когда наш проект был еще на стадии строительства, о нем уже многие знали, вышел сюжет на телевидении, местные жители постоянно интересовались – когда же открытие, – добавляет г-н Муратчин. – Мы «зацепили» ульяновцев тем, что это был первый в городе уличный лабиринт, притом в хорошей комплектации: с мини-скалодромом, воздушной пушкой, винтовой горкой и различными двигающимися объектами – дети их очень любят. Но главная фишка – это веревочный парк, построенный по периметру лабиринта. Получилось развлечение даже не 2 в 1, а 10 в 1».

Другой пример – владелец сети развлекательных центров и заведений общепита в городах Северного Кавказа Руслан Садыков говорит, что без оборудования для активного и даже экстремального отдыха детский развлекательный объект быстро потеряет актуальность.

«У ребят на Кавказе особый темперамент – они не могут и минуты усидеть на месте, – рассказывает г-н Садыков. – Эту энергию необходимо направить в нужное русло, и динамичные аттракционы – горки, скалодромы, «лазалки» – позволяют этого достигнуть».

В любом развлекательном объекте есть основные аттракционы, их еще можно назвать «магнитами» для посетителей, а есть дополнительные, которые служат для внесения в проект разнообразия. Согласно нашим данным, наиболее притягательными для детей и, соответственно, для бизнесменов, являются горки (и чем выше, тем лучше!), воздушные пушки, батуты, элементы воркаута (турники-рукоходы, гимнастические кольца), крутящиеся тоннели. В общем, все, что добавляет элемент соревновательности и требует от ребенка приложения физических усилий. Надо сказать, интерес к таким развлечениям не зависит от возраста: большой веревочный парк или скалодром – та же «лазалка», только для взрослых.

«Сегодня действительно есть запрос на активность, на спорт, на функциональность аттракционов, – рассказала ведущий дизайнер компании «Авира» Дарья Михайлова. – Если пять лет назад в стандартную комплектацию лабиринта входили напольные мягкие модули (пеньки, кубы, пирамиды), то сегодня спрос на эти элементы снижается. Заказчик задается вопросом: «А что ребенок будет с

Развитие РЦ в последние годы происходит за счет внесения элементов активности в отдых посетителей.

ними делать?» В свою очередь, растет спрос на большие стеклопластиковые горки (стеклопластик лучше скользит и выглядит ярче), веревочные препятствия, все элементы, где есть активность и спорт».

Летом 2016 года мы провели исследование в центральных парках культуры и отдыха российских городов-миллионников. Целью исследования было выявление закономерностей, в соответствии с которыми главные городские парки обновляют свою инфраструктуру. Выяснилось, что за последние годы в центральных парках 6 российских мегаполисов были построены полосы веревочных препятствий. Веревоочные парки оборудованы на территории ЦПКиО Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Казани, Омска и Перми. Также в большинстве центральных парков культуры и отдыха представлены как детские надувные, так и спортивные батуты, и прокат различного спортивного инвентаря (велосипедов, самокатов, катамаранов и



т.п.). В центральных парках Челябинска, Волгограда работают пейнтбол-клубы, в ЦПКиО Екатеринбурга есть возможность поиграть в лазертаг. Изменения, которые происходят сегодня в традиционных парках культуры и отдыха еще раз доказывают, что спрос на активный отдых есть, и в ближайшие годы он будет только расти.

Интерес к активному отдыху растет не только в России, но и в странах СНГ. Так, для ТРЦ «Евразия-3» в Астане мы построили в этом году детский игровой комплекс «Радуга-Парк». Игровые зоны для малышей обустроены в большинстве крупных торговых центров столицы Казахстана, поэтому при разработке проекта стояла задача выделиться, «зацепить» гостей. Тем более, что в первой очереди ТРЦ «Евразия» уже оборудован крупный игровой комплекс «Мадагаскар» (общая площадь – 800 кв. м) с различными аттракционами, детским кафе, игровым лабиринтом и т.п. Изучив рынок, мы решили добавить детский скалодром. Это первый подобный объект в Астане, и сегодня он притягивает к себе максимум внимания маленьких гостей.

Еще один показательный пример – Ташкент, где сейчас настоящий бум картингов. В этом году в столице Узбекистана завершается строительство парка аттракционов «Анхор – Локомотив». На территории парка построен крупнейший в СНГ картодром (общая площадь более 12 000 кв. м). В парке работает кафе Black Bear Coffee, там же в августе появилась детская игровая зона. Владельцы заведения уверены в успехе своего проекта, в том числе потому, что рядом находится огромный картодром, который притягивает жителей города.

К картингу, скалодрому, веревочному парку и другим «активным» аттракционам гости хотят возвращаться снова и снова, потому что это не просто развлечение, а соревнование с самим собой. Видеть прогресс своих навыков в вождении карта или прохождении веревочной трассы – самый приятный бонус.

Еще один важный аспект – тематизация развлечений. Сделать посещение парка активных развлечений еще более увлекательным позволяет интересное яркое оформление. Если есть канаты, проект можно оформить в морском или пиратском стиле, создание скалодрома вообще настоящее поле для фантазии – он может выглядеть как гигантский тетрис или небоскреб, может повторять формы деревьев и животных. Современные технологии строительства позволяют создавать действительно яркие и креативные объекты.



ВАЛЬС ЦВЕТОВ

С 1 по 10 июля 2016 года в Парке искусств «Музеон» прошел V Московский международный фестиваль садов и цветов Moscow Flower Show. В рамках этой «Недели высокой моды» в области садово-паркового искусства соревновались лучшие профессионалы ландшафтной индустрии, дизайнеры и флористы из России, Украины, Великобритании, Франции, Швейцарии и других стран.

За 10 дней фестиваля его посетили около 90 тысяч человек. Все они смогли увидеть более 30 уникальных авторских садов и арт-объектов от ведущих ландшафтных дизайнеров со всей Европы, посетить 50 мастер-классов и мероприятий деловой программы, приобрести почти 1000 видов растений от крупнейших российских питомников, а также познакомиться с новинками инструментов и техники для ухода за садом.

Впервые на фестивале прошел детский ландшафтный конкурс «Планета цветов», который вызвал широкий интерес участников и общественности. На конкурс было прислано огромное количество эскизов садов, придуманных детьми от 6 до 16 лет. В результате, были отобраны 22 сада, которые юные авторы воплотили на фестивале. Работы юных участников, как и взрослых конкурсантов, оценивало профессиональное жюри во главе с вице-президентом Фонда парков и садов Франции княгиней Марисоль де ля Тур д'Овернь.



В деловую программу фестиваля вошли серьезные профессиональные дискуссии, в числе которых состоялась Международная парковая форум «Город 3D: Новая урбанистика». На форуме были затронуты важные темы взаимодействия органов муниципальной власти, бизнеса и общества, цель которого – качественное развитие городской среды с применением зеленых технологий, способствующих улучшению социального климата. Форум посетили главы одиннадцати российских городов.

Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА), постоянный партнер Moscow Flower Show, в рамках форума организовала круглый стол «Детский сад – растем в парке». На круглом столе ведущие специалисты рассказали посетителям фестиваля о самых актуальных способах, как сделать детский отдых на свежем воздухе интересным, веселым и полезным. Речь шла об уникальных приключенческих площадках, шоу-анимации, современных игровых комплексах, квестах, мастер-классах и других оригинальных форматах досуга.

По традиции каждый год на фестивале представляют свои композиции российские города. Помимо уже знакомых постоянным посетителям садов из г. Воронежа и г. Заречный Пензенской области, на 5-м Moscow Flower Show был представлен сад «Серебряный ветер» из Белгорода. Очевидно, что в дальнейшем география присутствия на фестивале регионов нашей страны будет расширяться.

Благодаря поддержке Правительства Москвы и профессиональных партнеров, фестиваль 2016 года, по оценкам экспонентов, постоянных посетителей и компетентного жюри, стал интереснее и ярче, уровень профессиональных работ участников повысился, а в конкурсных номинациях была отмечена более серьезная конкуренция.



Нынешний фестиваль был посвящен Году кино в России, поэтому каждый из представленных садов можно было рассматривать не только как произведение ландшафтного дизайна, но и как фильм, в котором есть свой сюжет, история и герои. «25-й кадр Тарковского», «Уроки французского» – лишь несколько кинематографических названий конкурсных садов. Кинокомпания Bazelevs совместно с благотворительным фондом «Подсолнух» создали на фестивале маленькую частичку зимы – бесплатный для всех посетителей фестиваля ледовый каток «Ёлки 5».

За дни работы фестиваль посетило немало деятелей кино и шоу-бизнеса, среди которых Егор Бероев, Сергей Гармаш, Виталий Гогунский, Наталья Лесникова, Лариса Вербицкая, Владимир Левкин, Анастасия Волочкова, Лена Темникова и многие другие.

Следует отметить, что по завершению фестиваля большинство конкурсных садов продолжают радовать взгляд зрителей в разных уголках страны. Часть садовых скульптур отправились в городские парки, несколько садов – на прилегающие к зданиям крупных компаний территории, а некоторые продолжают свою жизнь на территориях жилых кварталов и в частных владениях.

Андрей Осипов



Выпускник под №1000, или 10 лет Учебному Центру РАППА

В этом году исполнится 10 лет как работает Учебный Центр Российской ассоциации парков и производителей аттракционов. Эта круглая дата совпадает с еще более значимой – число выпускников Центра этой осенью превысит 1000 человек. В далеком 2006 году мало кто думал, что обучение специалистов парков станет регулярным курсом и будет востребованным по всей России, но факт остается фактом – Учебный Центр РАППА на сегодняшний день самое популярное учебное заведение в аттракционно-парковой сфере.

О секретах учебного процесса, педагогических наблюдениях и некоторых фактах работы Центра нам рассказал генеральный директор Игорь Родионов.

Кто обучается в Центре РАППА?

За десять лет у нас на занятиях побывали специалисты из более чем 200 городов и населенных пунктов России. По нашим слушателям можно изучать географию российской индустрии развлечений. Многие приехали из очень отдаленных и малоизвестных мест. Например, слышали Вы про такие города, как Лангепас, Покачи, Пыть-Ях. У нас учились из Березово, куда был сослан князь Меншиков. Приезжали из почти всех закрытых городов – Трехгорного, Железногорска, Сарова, Большого Камня и других.

Если говорить о квалификации слушателей, то примерно 50% – это технические специалисты (главные инженеры, механики, техники, электрики) и 50% – руководители (директора, менеджеры, администраторы).

Организации, которые они представляют, самые разные. Если пять лет назад большая часть наших «студентов» были из парков, то сегодня это и аквапарки, и развлекательные центры, и дворцы культуры, санатории и другие предприятия индустрии развлечений.

Отдельная категория слушателей – сотрудники инспекций Ростехнадзора – как правило, бывшие военные, люди организованные, задающие конкретные вопросы. Был даже случай, когда у нас училась делегация из 10 инспекторов во главе с руководителем Ростехнадзора ХМАО-Югры.

Те, кто к нам приезжают, для нас очень много значат. Шестидневные занятия позволяют с каждым познакомиться и пообщаться. Лично я очень многих помню по именам. Были среди них и навсегда запоми-



нающиеся личности. Например, сотрудники Центра подготовки космонавтов. Или специалист аквапарка, приехавший к нам из Эстонии. Иногда даже не сразу ясно, зачем нужны им наши занятия, но индустрия развлечений настолько многогранна, что пересекается с самыми разнообразными сферами деятельности.

Программа обучения как-то меняется с годами?

И да и нет. С одной стороны программа занятий сегодня звучит также как и десять лет назад – «Безопасность и эффективность эксплуатации аттракционов». В то же время за время работы Центра программа курса

Индустрия развлечений настолько многогранна, что пересекается с самыми разнообразными сферами деятельности.

претерпевала изменения – шлифовалась, дополнялась и в итоге пришла к некоей оптимальной структуре. Не скрою, изначально не было ясно, ка-

кую конкретно информацию нужно дать слушателям и при этом вместить ее в недельное обучение. У нас был опыт проведения максимум двухдневных конференций, а тут целых шесть дней.

Например, на первых занятиях почти 9 часов лекций были посвящены техническому регулированию – теме важной, но, пожалуй, не исчерпывающей вопросов эксплуатации аттракционов. Сейчас ей отведено 1,5 часа, а освободившее время отдано более практическим вопросам, связанным с непосредственной работой парка аттракционов.

Отдельная часть – практические занятия – пожалуй, самая любимая слушателями, поскольку это всегда посещение парка аттракционов, аквапарка или развлекательного центра. Слушателям дается задание, связанное с тем местом, куда они едут. В то же время, практические занятия это реальная возможность по-





знакомиться с работой действующего учреждения, задать вопросы руководству, почерпнуть позитивный опыт или, наоборот, подсказать и обратить внимание на какие-то недочеты. Благодаря наблюдениям и рекомендациям наших слушателей, в эксплуатацию многих парков, которые мы посещали, действительно, были внесены качественные улучшения.

Учеба это все-таки довольно утомительный процесс. На ваших занятиях не бывает скучно?

Конечно, обучение безопасной эксплуатации аттракционов – это далеко не катание на них. У нас есть очень серьезные лекции и темы, которые не все с первого раза воспринимают. Но я считаю, что это вполне обычная ситуация при любом обучении. Людям требуется какое-то время, чтобы втянуться в процесс, адаптироваться в коллективе, смелее задавать вопросы и т.д.

Впрочем у нас в Центре все проходит довольно динамично. Во-первых, наши слушатели, в своем большинстве, практики, и, как правило, у них уже подготовлены интересующие их вопросы.

Далее, наши занятия носят практически характер – литературы или каких-то методических материалов по безопасности аттракционов крайне мало, поэтому преподаватели строят свои лекции, в первую очередь, опираясь на собственный многолетний опыт в этой сфере.

И в-третьих, не стоит забывать, что все мы когда-то учились, и чаще всего – это самое веселое и прекрасное время студенческой жизни. На наших занятиях люди на время возвращаются в этот замечательный период, правда, параллельно изучая довольно серьезные вопросы безопасности. В финале занятий, когда все сдали экзамен, которого, кстати, очень многие боятся, почти всегда одна и та же картина – немного грустно и не хочется расставаться друг с другом.

Все мы когда-то учились, и чаще всего – это самое веселое и прекрасное время студенческой жизни.

Рейтинг регионов по количеству обученных специалистов в Учебном Центре РАППА:

1	ХМАО-Югра	15%
2	Москва	13%
3	Московская область	12%
4	Костромская область	3,4%
5	Свердловская область	3%
6	Пензенская область	2,3%
7	Республика Татарстан	2,2%
8	Красноярский край	2,1%
9	Нижегородская область	2%
10	Все остальные регионы	45%

Поэтому экзаменом наши занятия не заканчиваются – мы стараемся поддерживать наших выпускников и помогать им в дальнейшей работе. Мы постоянно с ними на связи. В свою очередь, они так же сохраняют контакт друг с другом, и довольно часто, спустя 3 или даже 6-9 лет (через такой период к нам тоже возвращаются), стараются приехать вместе со своими «однокашниками».

А не предлагали Вам хотя бы раз пройти обучение, не приезжая на него?

Предлагали и не раз, но для нас подобный подход неприемлем. Как можно выдать документ ответственного за безопасную эксплуатацию аттракциона, фактически, за безопасность людей, человеку, профессионализм которого никто не проверил.

Был случай, когда наш сертификат подделали. С одной стороны мы оценили это, как показатель популярности – выданные нами документы, действительно, копируются. С другой стороны, ситуация совершенно недопустимая. Без посещения лекций, практических занятий и сдачи экзамена мы документы не выдаем.

Преподаватели: кто они?

Найти преподавателей в индустрии развлечений довольно непростая задача. В нашей сфере немало хороших специалистов, профессионально владеющих вопросом безопасной эксплуатации аттракционов. Однако даже самый высококвалифицированный практик не всегда может быть хорошим педагогом. Чтобы информация была интересной, полезной и доступной, ее нужно правильно структурировать и донести до слушателей.

Большинство преподавателей нашего центра изначально педагогами не были, а стали ими уже в процессе учебной работы. Многие из них, кстати, очень преуспели в данной области – написали книги и методические пособия. У нас преподают действующие и бывшие директора парков, эксперты по сертификации и техническому обследованию аттракционов, разработчики нормативной документации, главные инженеры крупных парков, юристы и другие специалисты. Для освещения общих вопросов, как, например, охрана труда, мы привлекаем ведущих экспертов авторитетных организаций.

Главное, что дает обучение в Учебном Центре?

Чисто формально человек, прошедший обучение, получает сертификат, который подтверждает, что он является специалистом по безопасной эксплуатации аттракционов. Это дает ему право организовать процесс работы аттракционов в свое парке или развлекательном центре, а также обучать оперативный персонал предприятия.

Для определенной части слушателей важно, в первую очередь, получить этот документ, чтобы затем предъявить его инспектору Ростехнадзора при проверке аттракциона. Но все же, по нашим многолетним наблюдениям, подавляющее большинство специалистов, которые к нам приезжают, – это очень неравнодушные к своему делу люди. Они, действительно, озабочены тем, как сделать свои парки аттракционов максимально комфортными и безопасными для гостей. Поэтому, все-таки главное, что дает наше обучение – это знания и опыт, который слушатели получают от наших преподавателей и экспертов, а также от общения друг с другом.

Беседовал Андрей Осипов



Главная выставка индустрии аттракционов,
развлечений и досуга в регионе Ближнего Востока
и Северной Африки

Проводится
23й год

Dubai Entertainment
Amusement &
Leisure Show
DEAL 2017

27 – 29 марта 2017 г.
Зал 1,2, 3 и 4
Выставочный центр DWTC, ОАЭ

Знакомьтесь
Выбирайте
Планируйте!

Присоединяйтесь



For more information pls log on to:
www.dealmiddleeastshow.com

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

Член ассоциаций:
IAAPA
INTERNATIONAL ASSOCIATION
OF AMUSEMENT PARKS & ATTRACTIONS

При поддержке:
TEA
THEMED ENTERTAINMENT
ASSOCIATION
representing creators of compelling
themes and experiences worldwide

Сотрудничаем с:
EXPO 2020 إكسبو 2020
دبي، الإمارات العربية المتحدة
DUBAI, UNITED ARAB EMIRATES

P.O.Box 50006, Dubai, UAE | Tel:+971 4 343 5777 | Fax: +971 4 343 6115 | E-Mail: deal@iecduhai.com

Реклама

10-я Международная выставка
оборудования и технологий
для индустрии развлечений

20-22
ОКТАБРЯ 2016

Казахстан, Алматы
ВЦ «Атакент»

www.dumanshow.kz

Республика Казахстан
050057, г. Алматы, Тимирязева, 42
ТОО MBK «Атакент-Экспо»
Тел.: +7 (727) 275 09 11, 275 08 69,
274 79 26, 275 14 81
Факс: +7 (727) 275 08 38
E-mail: guinara@atakentexpo.kz

GTI
亚太双展
擎动未来
Needs in Menu!
GTI Expos Navigate
Future Trends!

GTI Asia Taipei Expo
May 11-13, 2017
Taipei, Taiwan

GTI Asia China Expo
Sept. 1-3, 2017
Guangzhou, China

Organized by Haw Ji Co., Ltd. (GTI Magazine, China Game)
E-mail: game@taiwanlot.com.tw
Tel: +886-2-2750-7407 Fax: +886-2-2742-0522
Website: www.gtexpo.com.tw / www.gtimagazine.com.tw

GAME TIME
INTERNATIONAL
www.gtimagazine.com.tw

来自亚洲，发行全球的游戏(艺)外销杂志
ONE and ONLY Export Trade Magazine from Asia for
the Global Electronic Gaming/Amusement Industry

Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России и СНГ (за период 2016-2017 гг.)

№ п/п	Город	Наименование объекта	Площадь объекта	Ввод в эксплуатацию/год открытия	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Источник
2016 г.						
1	Москва	ТЦ «Океания»	196 000 м ²	Август 2016	Детский игровой центр, аквариум, кинотеатр «Формула кино», зоны отдыха, кафе, рестораны	www.oceania.ru
2	Москва	ТРЦ «Метрополис-2»	800 м ²	Август 2016	Многозальный кинотеатр «Киностар де Люкс», «Чемпион Боулинг», бильярд, фуд-корт	www.metropolis.moscow.ru
3	Москва	ТРЦ «Гулливер/Нора» на Коломенской	25 000 м ²	Сентябрь 2016	Развлекательный центр, рестораны	www.trc-nora.ru
4	Москва	ТРЦ «BabyStore»	15 990 м ²	Декабрь 2016	Детский образовательный и развлекательный центр с аттракционами и 4D-кинотеатром, фуд-корт	www.baby-store.ru
5	Иркутск	ТРЦ «Фортуна Сити Молл»	230 000 м ²	III квартал 2016	Многозальный кинотеатр, детский развлекательный центр, каток, кафе, рестораны, фуд-корт	www.malls2b.ru
6	Ногинск	ТРЦ «Ритейл Парк»	91 200 м ²	IV квартал 2016	Кинотеатр Imax, центр семейного досуга, кафе, рестораны	www.tc-shop.ru
7	Барнаул	ТРЦ «Пионер»	80 000 м ²	2016	9-зальный мультиплекс, детский развлекательный центр, фитнес-центр, кафе, рестораны	www.pionermall.ru
8	Астрахань	ТРЦ «Парк Хаус»	74 800 м ²	2016	Детский развлекательный центр, мультиплекс, кафе, рестораны	www.all-malls.ru
9	Курск	ТРЦ «Мега Гринн»	230 000 м ²	2016	Детский развлекательный центр, аттракционы, детский клуб, кинотеатр, боулинг, каток, фуд-корт, кафе, рестораны	www.kursk.mega-grinn.ru
10	Псков	ТРЦ «Акваполис»	62 000 м ²	I квартал 2016	Развлекательный центр, кинотеатр, аквапарк	www.aqua.aquapolis60.ru
11	Ижевск	ТРЦ «Счастье»	90 000 м ²	IV квартал 2016	Кинотеатр 10 залов, детский центр формата edutainment, каток, фуд-корт, рестораны, кафе	www.tc-happy.demo-seo-experts.com
12	Новосибирск	ТРЦ «Omega Plaza»	90 000 м ²	IV квартал 2016	Развлекательный центр, кинотеатр, кафе, рестораны	www.omegaplaza.ru
13	Владивосток	ТРЦ «Калина Молл»	95 000 м ²	IV квартал 2016	Развлекательный центр, кинотеатр, фуд-корт, кафе, рестораны	www.malls2b.ru

14	Липецк	ТРЦ «Ривьера»	137 500 м ²	Сентябрь 2016	Кинотеатр КИНОМАКС с IMAХ, семейный развлекательный центр, аквапарк, кафе, рестораны	www.malls.ru
15	Обнинск	ТРЦ «Малина Молл»	40 500 м ²	IV квартал 2016	Детский развлекательный центр, фитнес центр, школа танцев, кинотеатр, кафе	www.all-malls.ru
16	Курск	ТРЦ «Европа»	170 000 м ²	IV квартал 2016	Многозальный кинотеатр, ледовая арена, парк аттракционов, скалодром, кафе, рестораны, фуд-корт	www.retail.ru
17	Владивосток	ТРЦ «Седанка-сити»	94 000 м ²	I квартал 2016	Многозальный кинотеатр, РЦ «КидБург», боулинг, фуд-корт, кафе, рестораны	www.sedanka.city.ru
18	Минск (Беларусь)	ТРЦ «Green City»	40 000 м ²	IV квартал 2016	Детский развлекательный центр «Гринландия», физкультурно-оздоровительный комплекс, фитнес-центр, кафе, рестораны	www.malls.ru/by/malls/greencity.shtml
19	Москва (Мытищи)	ТРЦ «Daily»	52 000 м ²	II квартал 2016	Детский клуб, фитнес-центр, кафе, рестораны	www.4daily-mall.ru
20	Геленджик	ТРЦ «Красная площадь»	82 200 м ²	II квартал 2016	ДРЦ «Острова», 6-зальный кинотеатр, экзотариум, кафе, рестораны	www.malls.ru
2017 г.						
21	Ногинск	ТРЦ «Bellavita»	35 600 м ²	2016-2017	Детский центр развлечений, кафе, рестораны	www.shopandmall.ru
22	Одинцово	ТРЦ «Леденцово парк»	50 000 м ²	2017	Парк развлечений «Космик», рестораны, кафе, лазертаг, каток, кинотеатр	www.ledentsovo.ru
23	Москва	ТРЦ «Кунцево-Вегас»	231 253 м ²	I квартал 2017	Скалодром, велодром, парк аттракционов, ледовый каток с встроенными акваприумами, мультиплекс, кафе, рестораны	www.kuncevo.vegas-city.ru
24	Тольятти	ТРЦ Ритейл-парк «Акварель»	62 460 м ²	I квартал 2017	Детские игровые площадки, каток, скалодром, фуд-корт, кафе, рестораны	www.immochan.ru
25	Набережные Челны	ТРЦ «Гранд Вояж»	106 000 м ²	I квартал 2017	Развлекательный центр, кинотеатр, кафе, рестораны	www.shopandmall.ru
26	Благовещенск	ТРЦ «Флагман»	23 000 м ²	I квартал 2017	Развлекательный центр, кинотеатр, кафе, рестораны	www.flagmanmall.ru
27	Тюмень	ТРЦ «7Я СИТИ»	35 100 м ²	I квартал 2017	Кинотеатр, детская игровая зона, фуд-корт	www.malls.ru
28	Киров	ТРЦ «Макси»	75 000 м ²	II квартал 2017	Многозальный кинотеатр, семейный развлекательный центр, студии детского творчества, фитнес и спа-центры, кафе, рестораны	www.maxi-cre.ru
29	Мурманск	ТРЦ «Евророс»	75 552 м ²	2017	Многозальный кинотеатр, детская игротка, фуд-корт, семейное кафе	www.malls2b.ru
30	Москва	ТРЦ «Ярославка-Молл»	114 500 м ²	IV квартал 2017	Кинотеатр, детский развлекательный центр, рестораны, кафе, фуд-корт	www.tc-shop.ru
31	Пенза	ТРЦ «Спутник»	20 000 м ²	IV квартал 2017	Многозальный кинотеатр, фуд-корт, кафе, детская игровая зона, каток	www.malls2b.ru

The 18th International Exhibition Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2016

On March 3-5, 2016 the 18th International exhibition Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO – 2016 was held in pavilion 75 of VDNH, Moscow.

The exhibition Organizer is Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA), the exhibition is supported by International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA). The General Sponsor of the exhibition is PAX Group of companies. The Sponsor of the exhibition is International Concept Management. The General Informational Partner is Amusement Industry Catalogue magazine. The Official web-partner is vtorio.com.

About 200 companies from more than 20 countries of the world (including Russia, the USA, the UK, Spain, Belgium, Germany, China, Canada, Italy, Switzerland, Latvia, Mexico, Australia, Belarus, Ukraine and others) took part in the exhibition. Exhibitors presented the key trends of the modern amusement industry: amusement rides, kiddie playgrounds, entertainment equipment, 5D-cinemas and interactive simulators, sports equipment, shooting galleries, trampolines, equipment for waterparks, electric karts and velomobiles, bowling, billiards, vending and prize machines, services on park projects and design, light and sound equipment, services on organizing festive events, landscaping and theming, F&B services for outdoors and indoors, etc.

35 first-time exhibitors participated in RAAPA EXPO, among them 13 foreign companies. It proves that the Russian market of amusement industry continues developing despite the economic situation, new operators appear on the market including foreign manufacturers and suppliers of entertainment equipment.

Among the novelties demonstrated at the exhibition, it is worthy to distinguish the modern park vehicles: from gyrocycles to contemporary trackless trains. The two suppliers of karts were also outstanding – the classical gasoline karts from RIMO Germany and electric karts from OTL Karting.

RAAPA EXPO-2016 was remarkable for the great variety of equipment for active leisure, especially rope courses, climbing walls both of Russian and foreign manufacture. Sorel and FunParks mounted full-size climbing walls in the expo hall.

The regular participants of the exhibition designed new versions of amusement machines and sports simulators. A great number of companies offered their service on design and installation of waterparks (Polin Waterparks, Turkey; wiegand.maelzer GmbH, Germany; WhiteWater, Canada; Aquakita, Mexico and others)

The new exhibition section Amusement Industry Franchise, the turn-key business solutions, was highlighted by the organizers; operators of entertainment facilities offering their services on facility management became the exhibitors.

Following are some other interesting trends and novelties of 2016.

This year the active leisure technologies made good competition to traditional rides and play machines. New Horizons presented a series of new products from the Netherlands: interactive football gates, a musical play arch, innovative kiddie playgrounds and vandal proof DJ mixer. This year manufacturers of inflatable play equipment significantly updated their proposals which included not only trampolines, but the whole play complexes and even a mobile disco.

Solutions for theming of parks and FECs were represented by several companies: Aira that offered concept solutions for landscaping, the booth of Aira was decorated with original interior figures and accessories for outdoors. Renaissance Group vividly demonstrated affordable means of decorating FECs – wall-painting and thematic panels.

Traditionally, classical family and kiddie rides were exhibited. Itaipark, PlaySpace, Antonio Zamperla SPA, Carrousel Group of companies and PAX Group of companies as well as other famous brands offered a wide range of products.

All key suppliers of F&B for parks and FECs, such as Business Russia, Technika+, Food Service and others, represented their equipment and products and held master classes on cooking with the participation of famous chefs.

The best expositions were awarded with RAAPA golden medals. The 10 awardees are: Brunswick-KidsPlay, Polin Waterparks (Turkey), Itaipark, PlaySpace, Game City, RIF, Sparta, Aira, New Horizons and Leisure Activities (China).

During the 3 days RAAPA EXPO was attended by around 4000 professionals: owners and top-managers of parks, family entertainment centers, water parks, representatives of cities' and regions' administrations, developers and investors, owners and directors of resorts, hotels, leisure complexes, manufacturers, suppliers and distributors of entertainment equipment, private entrepreneurs, representatives of mass-media and other parties of concern.

The exhibition was accompanied by an intensive business program. Around 450 specialists from Russia, the CIS countries, Spain, the UK, the Netherlands, Germany, Canada, Turkey, Mexico, etc. participated in various seminars, conferences, round tables. Educational sessions and master-classes were held by industry leading experts from Russia and abroad.

One of the most large-scale events of the Business Forum was the conference "Strategies of development of parks of culture and leisure" in which around 120 specialists took part. At the conference different aspects were

discussed, the presentation by representatives of Regions Group of companies of the first theme park project in Moscow - Dream Island - raised the highest interest among the participants.

Besides the expositions and business program, the exhibition became memorable thanks to other bright events.

On March 3rd at the Gala Dinner devoted to the opening of the exhibition the solemn International ceremony for the amusement industry Golden Pony Awards Moscow 2016 took place, the joint event of RAAPA and the publishing house Facto Edizioni Srl, Italy. The Golden Pony Awardees 2016 became: Amusement Complex Aquapark Lebyazhy (Minsk, Belarus), Attraction-café 3 Medvedya (Samara), Belinsky Park (Penza), Bolid company (Saint-Petersburg), Fantastic Park (Almaty, Kazakhstan), FEC Focus Mocus (Tbilisi, Georgia), chain of FECs Funky Town (Uralsk, Kazakhstan), kiddie edutainment center KidBurg (Voronezh), Maza Park (Saint-Petersburg) and Park Sokolniki (Moscow).

The 10th Anniversary of the magazine Attractions & Entertainments could not go unnoticed. Especially for this occasion the expo organizers gathered its guests and partners for a friendly meeting on the second day of the exhibition. The results of the competition Park Heroes were announced, the competition was held in the anniversary issue of the magazine.

Despite the crisis, the amusement industry in Russia is developing. RAAPA EXPO-2016 showed the topical trends of world entertainment market, modern technologies and leisure formats which would bring joy to visitors of parks, waterparks and FECs in the nearest future. During the past 17 years the exhibition has won the status of one of the most efficient business platforms where professionals of different areas of amusement industry meet. The exhibition assists manufacturers to sell their products and operators to choose modern equipment and find new business solutions.

RAAPA EXPO-2016 became an outstanding event of domestic amusement industry, and opened the next park season impressively!

**Looking forward to meeting you at the forthcoming
RAAPA EXPOs!**

**The 19th International Exhibition
Amusement Rides and Entertainment Equipment
RAAPA EXPO-2017**

March 2-4, 2017, pavilion 75, Moscow, Russia

Andrey Osipov



RAAPA EXPO-2016 EXHIBITORS TESTIMONIALS

Svetlana Okhrimenko, «AIRA» company, St. Petersburg

Our company is engaged in full conceptual development of various facilities from an idea to its completion. At the exhibition we presented interior figures and outdoor decorations as examples of how it's possible to adorn the cities nowadays. Our work at the exhibition has resulted in maintaining many agreements, projects and ideas to be worked out upon our return to our home city. I would like to compliment the organizers of the exhibition. Thank you so much for kind attention, support – everything went smoothly and we liked the exhibition very much!

Dmitry Sklayarenko, «GoPark» company, Moscow

At the exhibition we presented ropes adventure courses, high adventure trails, treetop hotels, everything connected with outdoor leisure and activities on a height. The exhibition turned out to be great! This year it was bigger in size, better organized and more active. The business program where I was a speaker was impeccably set up, for the last few years it was to my mind the most interesting event I attended. The auditorium was full of truly interested people, whom I was really willing to speak to.

Konstantin Grishin, «Sparta» company, St. Petersburg

This year we presented one of the most large-scale expositions. We tried to show maximum of what we manufacture aiming at attracting more buyers. Ultimately we sold out almost all exhibits we brought to the show and travelled back home light. We met many new partners and were happy to meet our customers from previous years. It's not the easiest time period at the moment and each business contact is valued as potential dividends. Generally the exhibition for us was very successful. I would like to emphasize a great number of visitors including international guests from Iran, China, Spain and other countries.

Luc Goemaere, «Gopo Trains» company, Belgium

Our company manufactures various kinds of people movers. Our retro mobiles can take from 2 to 6 people, and track less trains perfectly suitable for amusement parks can transport up to 260 people per vehicle. It was our first time exhibiting at RAAPA and the exhibition was successful for us, we maintained lots of new contacts. Next year we will be presented even in a bigger way, we have already booked the



booth twice bigger than this year. I wish the organizers of the exhibition great development and good progress.

Jacques Christinet, «Kanopeo» company, Switzerland

Our company develops new concept for continuous belay system. We manufacture and sell continuous belay systems for adventure parks. At our booth we presented two different lines of our product: one is rolling and the other is gliding. We already have 10 clients in Russia, who use our equipment for securing their guests. We are happy that we participated at the exhibition RAAPA EXPO, for us it's important to be in Moscow and examine the details of the Russian market. The show is very well organized. It's good that it lasts for three days as we came from far. We saw lots of interesting things for ourselves and we wish the exhibition to be growing and developing.

Michael Nazarenko, «New Horizons» company, Moscow

This year we have presented at RAAPA EXPO new interactive equipment: innovative sports and play grounds. We could not forecast the results, but after three days of the show we can judge with confidence that the exhibition was for us more than successful. We held a good number of negotiations and meetings. I trust shortly we will summarize the results of those meetings and our production will become accessible for a big number of people in our country.

THE RESULTS of the 5th International Summer Forum of Amusement and Leisure Industry Specialists in Belgorod

On July 13-15, 2016 the 5th International Summer Forum of entertainment industry specialists "Amusement and leisure industry in regions of Russia" organized by Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA) was held in Belgorod.

The event was supported by the City Administration of Belgorod and the Government of Belgorod region. The General Sponsor – PAX, Group of companies and the Official Sponsor – I.E. PARK (Italy). Informational support by magazines: AIG, SportB2B, Attractions & Entertainments, SportAcademReklama, and the web portal VTORIO.com.

Over 110 specialists of various spheres of amusement industry from more than 40 cities of Russia (Moscow, Saint-Petersburg, Volgograd, Arkhangelsk, Izhevsk, Yekaterinburg,



Nizhny Novgorod, Smolensk, Krasnoyarsk, Kursk, Orel, Voronezh, Omsk, Rostov-on-Don, Tula, Petrozavodsk, Makhachkala, Penza, Kaluga, Seversk, and others), as well as foreign countries – Italy and Kazakhstan participated in the Forum. Among them were: Directors and top managers of amusement parks, entertainment centers, resorts, representatives of administrations, manufacturers of entertainment equipment and other parties of concern.

This year all profile cultural institutions and parks of the presented region - Belgorod and the neighbor cities - took an active part in the Forum.

The opening of RAAPA Summer Forum took place at the Conference Hall of the Business Hotel Continental. According to the traditions, the Forum started with presenting the amusement industry in the Belgorod region. Antonina Ivanova, representative of the Culture Department of Belgorod, spoke about the current situation of entertainment sphere in the city and the main tendencies of its development in the neighbor region. The Festivals program held in Belgorod was of particular interest for the audience. In her speech, Ms. Ivanova also pointed out the importance of holding the Summer Forum in Belgorod as "this event, undoubtedly, will contribute to further development of amusement industry in the region, will help to attract the attention of investors and specialists to launch vital social and cultural projects."

Within the frames of the section Amusement Industry of Belgorod region, the heads of local parks and FECs shared their experience.

The GRINN Corporation was presented by a team of specialists; it is a chain of multifunctional trade and entertainment complexes, one of which is located in Belgorod. The company's experience is unique, first of all, by the fact that the majority of the FECs are self-operated.

Later the program continued with presentations by Dmitry Vorobiev, Director of Picnic Park; Alexander Karakulov, Director of Club-Park Tropicano; Nicolay Belov, General Director of Belgorod Zoo; Tatyana Antipova, Director of park Tchudo-Yudo-Grad, Gubkin city, Belgorod region. Such topical issues as: Creating Modern Recreational Leisure Zones, New Formats of Park Leisure, Project Design and Operation of Modern Zoos, Formation of Amusement Industry in Small Cities of Russia, etc. were discussed.



A separate section of the business program was devoted to presentations of amusement rides and services for amusement industry. The representatives of manufacturing companies among which were the well-known brands (I.E. Park (Italy), RIF, PlaySpace, Carousel Group of companies, PO Gros, Italtank, AirPalace, TICC Safety, and others) as well as the new-comers (Art Drive, Novotouch, A-Market, Like Money, and others) demonstrated various opportunities for leisure organization. Very soon some entertainment novelties will appear in parks, museums, hotels and trade centers of Belgorod and other cities of Russia. Some companies managed to demonstrate their products in real time - Qubica AMF and Bolid held live presentations at the entertainment facilities, the company Vending Lab set their Photobooth in the conference hall so that everyone could print a photo from Instagram with RAAPA logo and the Belgorod coat of arms.

After lunch the first day program continued by visiting Megacomplex GRINN where its top managers showed its amusement park, kiddie entertainment complex, multi-hall cinema, aquarium, night club and bowling club to participants. One of the most memorable moments was the sightseeing tour to a restaurant-brewery GRINN Beer with visiting the production facility and testing beer.

Especially for Summer Forum participants, the employees of Bureau of Joy by GRINN complex prepared a master-class The Perfect Kiddie Party as an Additional Sales Channel. This event was not just a theoretical workshop, but a real show in which animators of the complex showed everyone what they were capable of. This original approach caused an incredible delight among the participants of the Forum.

The evening continued in the panoramic restaurant Mezzanine where the opening reception of RAAPA Summer Forum in Belgorod was held.

The second day started with a workshop Active Entertainment: Current Formats of Active Leisure in Parks and FECs which was held by leading experts: Ludmila Kiseleva, an expert on managing entertainment complexes; Elena Platonova, CEO of Deco Design; Fedor Gavrichenko, the founder of the group of companies Skazochny Les.

The remaining time was devoted to visiting the most interesting entertainment facilities of Belgorod. The first on the route was Belgorod Zoo newly-opened just a month ago and included into the program of the Summer Forum at the last

moment. The tour was held by the Director of the Zoo personally, he told about the process of its construction and what has yet to be brought to life in this wonderful corner of nature.

Later that day the participants visited one of the main attractions of Belgorod - Museum-Diorama Ognennaya Duga devoted to the largest tank battle in the history of the World War II on Prokhorovka Field.

The business part of the Forum ended with a visit to the Central Park of Culture and Leisure and a kiddie club Tropicano located on its territory. The tour was accompanied by not only a fascinating story by its Director, but also by a visit to the Ferris Wheel from the top of which a wonderful panorama of Belgorod city could be viewed. In the Tropicano the participants of RAAPA Summer Forum were solemnly awarded with diplomas.

The third day was traditionally dedicated to a sightseeing tour over the Belgorod region that could not be cancelled even by the 40-degree heat. Participants visited: museum Prokhorovka field, museum Third battlefield of Russia, the temple of the Holy Apostles Peter and Paul, the park Klyuchi and an ethno-village Kostroma where everyone could feel the Belgorod hospitality and taste some traditional Russian treats.

According to the feedback of the majority of participants the Summer Forum in Belgorod exceeded all expectations. Some of them even called it the best Forum of all held by RAAPA. Participants unanimously noted the high-class organization, the relevance of the program, as well as the friendly atmosphere that prevailed at the event. Everyone without exception was delighted by Belgorod city and struck by its livability and coziness.

Experts agreed that holding of such Forums actually contributes to the development and popularization of amusement industry in the regions of Russia; it is a unique opportunity to communicate with colleagues and friends from all over the country.

"Where do we go next year?" - A question that worried most of the participants of RAAPA Summer Forum 2016!

**See you next time!
Coming soon to your city!**

Marina Gorbacheva





ATRAX 1-3 DECEMBER '16

ISTANBUL - TURKEY

THEME of the EXHIBITION



CONFERENCE
POTENTIAL POWER OF THE
ATTRACTIONS & RECREATIONS
SECTOR AND STRATEGIC PROGRESS



Gold Sponsor



Award Ceremony Sponsors



Official Airline



Press Media Sponsor



Supportes



Peknava

This exhibition is organized with permission of the Turkish Union of Chambers and Commodity Exchanges according to law no 5174



www.tureksfuar.com.tr
tureks@tureksfuar.com.tr

profitable meeting...

Family entertainment centers being in design stage and in operation in Russia and the CIS countries (2016-2017)

No	City/ Location	Name of the facility	Object area	Putting into operation/ opening date	Entertainment component (operators presented)	Source
2016						
1	Moscow	FEC «Oceania»	196 000 m ²	August 2016	Kiddie entertainment center, aquarium, cinema «Formula Kino», recreation area, cafe, restaurant	www.oceania.ru
2	Moscow	FEC «Metropolis-2»	800 m ²	August 2016	Multiplex cinema «Kinostar de Luxe», «Champion Bowling», billiard, food-court	www.metropolis.moscow.ru
3	Moscow	FEC «Gulliver/Nora» in Kolomenskaya	25 000 m ²	September 2016	Entertainment center, restaurant	www.trc-nora.ru
4	Moscow	TPII «BabyStore»	15 990 m ²	December 2016	Kiddie edutainment center with attractions and 4D cinema, food court	www.baby-store.ru
5	Irkutsk	FEC «Fortuna City Mall»	230 000 m ²	3 rd quarter of 2016	Multiplex cinema, kiddie entertainment center, skating rink, café, restaurants, food court	www.malls2b.ru
6	Noginsk	FEC «Retail Park»	91 200 m ²	4 th quarter of 2016	Imax cinema, family entertainment center, cafe, restaurants	www.tc-shop.ru
7	Барнаул	FEC «Pioneer»	80 000 m ²	2016	9-hall multiplex cinema, kiddie entertainment center, fitness center, café, restaurants	www.pionermall.ru
8	Astrakhan	FEC «Park House»	74 800 m ²	2016	Kiddie entertainment center, multiplex cinema, café, restaurants	www.all-malls.ru
9	Kursk	FEC «Mega Grinn»	230 000 m ²	2016	Kiddie entertainment center, attractions, kiddie club, cinema, bowling, skating rink, food court, café, restaurants	www.kursk.mega-grinn.ru
10	Pskov	FEC «Aquapolis»	62 000 m ²	1 st quarter of 2016	Entertainment center, cinema, water park	www.aqua.aquapolis60.ru
11	Izhevsk	FEC «Schasty»	90 000 m ²	4 th quarter of 2016	10- hall cinema, kiddie edutainment center, skating rink, food court, restaurants, café	www.tc-happy.demo-seo-experts.com
12	Novosibirsk	FEC «Omega Plaza»	90 000 m ²	4 th quarter of 2016	Entertainment center, cinema, café, restaurants	www.omegaplaza.ru
13	Vladivostok	FEC «Kalina Mall»	95 000 m ²	4 th quarter of 2016	Entertainment center, cinema, food court, café, restaurants	www.malls2b.ru
14	Lipetsk	FEC «Riviera»	137 500 m ²	September 2016	Cinema KINOMAX with IMAX, family entertainment center, water park, cafe, restaurants	www.malls.ru

№	City/ Location	Name of the facility	Object area	Putting into operation/ opening date	Entertainment component (operators presented)	Source
15	Obninsk	FEC «Malina Mall»	40 500 m ²	4 th quarter of 2016	Kiddie entertainment center, fitness center, dance school, cinema, café	www.all-malls.ru
16	Kursk	FEC «Europe»	170 000 m ²	4 th quarter of 2016	Multiplex cinema, ice rink, amusement park, climbing wall, cafe, restaurants, food court	www.retail.ru
17	Vladivostok	FEC «Sedanka-City»	94 000 m ²	1 st quarter of 2016	Multiplex cinema, entertainment center «Kidburg», bowling, food court, cafe, restaurants	www.sedanka.city.ru
18	Minsk (Belarus)	ТРЦ «Green City»	40 000 m ²	4 th quarter of 2016	Kiddie entertainment center «Greenlandia», health and sports complex, fitness center, cafe, restaurants	www.malls.ru/by/malls/greencity.shtml
19	Moscow (Mytishchi)	FEC «Daily»	52 000 m ²	2 nd quarter of 2016	Kiddie club, fitness center, cafe, restaurants	www.4daily-mall.ru
20	Gelendzhik	FEC «Red Square»	82 200 m ²	2 nd quarter of 2016	Kiddie entertainment center, «Ostrova», 6-hall multiplex, exotarrium, cafe, restaurants	www.malls.ru
2017						
21	Noginsk	FEC «Bellavita»	35 600 m ²	2016-2017	Kiddie entertainment center, cafe, restaurants	www.shopandmall.ru
22	Odintsovo	FEC «Ledentsovo Park»	50 000 m ²	2017	Amusement park «Cosmic», restaurants, cafe, laser tag, skating rink, cinema	www.ledentsovo.ru
23	Moscow	FEC «Kuntsevo Vegas»	231 253 m ²	1 st quarter of 2017	Climbing wall, velodrome, amusement park, ice rink with integrated aquarium, multiplex, cafe, restaurants	www.kuncevo.vegas-city.ru
24	Tolyatti	FEC Retail park «Aquarel»	62 460 m ²	1 st quarter of 2017	Kiddie play grounds, skating rink, climbing wall, food court café, restaurants	www.immochan.ru
25	Naberezhnye Chelny	FEC «Grand Voage»	106 000 m ²	1 st quarter of 2017	Entertainment center, cinema, cafe, restaurants	www.shopandmall.ru
26	Blagoveshchensk	FEC «Flagman»	23 000 m ²	1 st quarter of 2017	Entertainment center, cinema, cafe, restaurants	www.flagmanmall.ru
27	Tumen	FEC «7YA CITY»	35 100 m ²	1 st quarter of 2017	Cinema, kiddie play area, food court	www.malls.ru
28	Kirov	FEC «Maksi»	75 000 m ²	2 nd quarter of 2017	Multiplex cinema, family entertainment center, kiddie art studios, fitness and spa center, cafe, restaurants	www.maxi-cre.ru
29	Murmansk	FEC «Euroros»	75 552 m ²	2017	Multiplex cinema, kiddie amusement arcades, food court, family café	www.malls2b.ru
30	Moscow	FEC «Yaroslavlka Mall»	114 500 m ²	4 th quarter of 2017	Cinema, kiddie entertainment center, restaurants, cafe, food court	www.tc-shop.ru
31	Penza	FEC «Sputnik»	20 000 m ²	4 th quarter of 2017	Multiplex cinema, food court, cafe, kiddie play area, skating rink	www.malls2b.ru

Мир

Новые панорамные колеса · Мира ·
90м, 105м, 125м, 150м

Кондиционированная кабина на 18 чел.

Лазаревское 2012, 80м

Южная Корея 2002, 105м

Москва 1995, 70м

Италия 1998, 90м



COSMIC BASKETBALL FIVE

ЗАБЕРИ В РАССРОЧКУ
ОТ **125 000 Р**



Количество аппаратов
ограничено!
Звоните и заказывайте
прямо сейчас!

8 800 555 96 41
(звонок по России бесплатный)



У Вас парк аттракционов или развлекательный центр?

Организуем бизнес «под ключ» на аркадных призовых аттракционах с возвратом инвестиций за 1-3 месяца и доходом от 10% всей валовой выручки.

Заинтересованы? Звоните прямо сейчас!

- Поставки всего оборудования и аттракционов
- Запуск в эксплуатацию и управление
- Поставки призового фонда – мягкой игрушки
- Поставка всех комплектующих изделий и расходных материалов



Рассмотрим предложения по совместной эксплуатации аркадных призовых аттракционов.

Отзывы о наших проектах на сайте:
аркадные-аттракционы.рф

Развлекательное оборудование и аттракционы

Разрабатываем. Производим. Продаём. Эксплуатируем.

Россия, Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны, д. 116, корп. 1, оф. 812
телефон/факс +7 (812) 425 36 41