

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора3

ИНТЕРВЬЮ

Преобразуя природу и отдых
П. Галаев4

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Парад аттракционов: итоги РАППА ЭКСПО-2015
А. Осипов 10

СОБЫТИЕ СЕЗОНА

Золотой Пони Москва-2015 18

НАШ РЕПОРТАЖ

Андерсенград – там, где живет сказка
А. Осипов 22

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Многофункциональность – залог эффективности РЦ
Л. Киселева 26

СОБЫТИЕ СЕЗОНА

День Победы в парках
Марина Горбачева 32

ПАРКИ

Встретимся у фонтана
А. Осипов 38

Парк: мечтай, люби,... читай

Е. Лобанкина 44

«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,
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



XVIII Международная выставка Аттракционы и развлекательное оборудование


3-5 марта 2016 г.

Москва, ВДНХ, пав. 75



РАППА ЭКСПО 2016

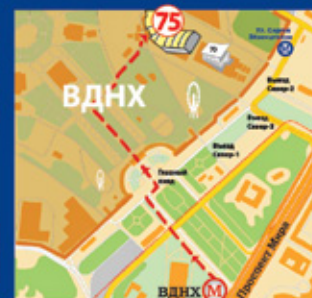
1-5 марта Деловой форум профессионалов
индустрии развлечений

3 марта  Церемония награждения «Золотой Пони Москва-2016»,
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



Генеральный спонсор:



Генеральный информационный партнер:



При поддержке:



РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор
Игорь Родионов

Дизайн, верстка
Ксения Лисицина

Над номером работали:

Марина Горбачева
Олеся Лебедева
Елена Никитина
Елена Швецова
Марина Илмензеер
Андрей Осипов

Дорогие друзья!



Рад очередной встрече с Вами на страницах журнала «Аттракционы и развлечения». Этот год для многих стал юбилейным – для парков, мероприятий, компаний и т.д. Сама индустрия развлечений отмечает 60-летие, поскольку именно в 1955 году открылся первый парк развлечений – Диснейленд, который фактически дал старт развитию отрасли. Наш журнал в следующем году тоже будет праздновать свой 10-летний юбилей, и, предвосхищая это событие, мы приглашаем отметить его вместе на выставке РАППА ЭКСПО-2016. Для тех, кто приехать не сможет, впрочем, как и для всех остальных читателей, мы постараемся подготовить интересный юбилейный номер. Однако это событие еще впереди, и журнал, который Вы сейчас держите в руках, мы надеемся, Вам тоже понравится.

создать парк мечты для всех и каждого. Разворачиваются эти поиски на фоне «холодной войны» между «урбанистами» и «энтертеймерами», каждая из которых пытаются отстоять свой сегмент рынка. Последним пока не так везет, как первым, но все больше – и у проектировщиков, и у чиновников, приходит понимание того, что скучные и пустынные озелененные территории никому не нужны. В городских парках должна кипеть жизнь, в них должна быть вся необходимая инфраструктура: от ландшафтного оформления и общественного питания до аттракционов и др.

Более подробно о роли парков и их социокультурной и экономической модернизации мы поговорим в юбилейном номере. В этом же мы посвятили данному сегменту отрасли несколько статей, которые расскажут, как в парках праздновался юбилей Победы в Великой Отечественной войне; какие мероприятия прошли в Год Литературы в России; подведем некоторые итоги преобразования парков Подмосковья и др.

С журналом «Аттракционы и развлечения» все более активно сотрудничают зарубежные авторы. Причем, инициатива исходит чаще от последних. В этом номере сразу две статьи ведущих мировых экспертов развлекательного бизнеса, которые анализируют текущую экономическую ситуацию в индустрии развлечений и отмечают ключевые факторы, от которых зависит успех сегодня.

Какой вывод можно сделать по итогам прошедшего сезона: год выдался непростой, но индустрия развлечений в России жива и продолжает работать. Как отметил один из опытейших профессионалов развлекательного бизнеса, пусть «наша сфера не устойчива к кризису, но зато она более эластична к нему, и способна за короткое время, в отличие от других областей, восстановится и продолжить развиваться». Это обнадеживает, и с этим мнением можно согласиться, так как в течение года не наблюдалось громких закрытий центров отдыха, банкротств предприятий развлечений и других крайних негативных явлений. Более того, продолжают реализовываться развлекательные проекты, открываются новые ТРЦ, восстанавливаются парки, появляются новые производители оборудования.

Конечно, развлекательные центры, как никто, ощутили на себе влияние кризиса. Многие операторы отмечают определенное падение посещаемости, снижение выручки и т.д. Тем актуальнее поиск решения, как выжить в это непростое время. О том, какие услуги в развлекательном центре помогут ему остаться эффективным и насколько в действительности кризис является помехой для работы, расскажут ведущие эксперты индустрии.

Парки сегодня стали, пожалуй, самыми, как сейчас любят говорить, популярными общественными пространствами у населения. Их продолжают благоустраивать и открывают новые. В то же время, все чаще стали задаваться вопросом: каким должен быть современный парк. Разные «эксперты» пытаются выработать некую единую концепцию, по которой можно было бы, как с копки,

В свежем номере Вы также найдете: итоги самых крупных событий в отечественной отрасли – международной выставки РАППА ЭКСПО-2015 и Летней встречи в Нижнем Новгороде; секреты тематизации аттракционов и оформления парков водными источниками; прочтаете о самом загадочном парке Ленинградской области и многое другое.

От имени всей команды нашего журнала желаю профессионалам развлекательной сферы удачи и успехов в вашем благородном и нужном деле!

Главный редактор
Игорь Родионов

The 18th International Exhibition Amusement Rides & Entertainment Equipment

March 3-5, 2016
Moscow, VDNH, pav.75

РААРА EXPO 2016

March 1-5 Business Forum of amusement industry professionals

March 3 International Awarding Ceremony «Golden Pony Moscow-2016», promoted by «Games & Parks Industry»

Exhibition Organizer:

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



РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС
Кризис развлечениям не помеха
В. Котлов 50

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ
Летняя встреча РАППА в Нижнем Новгороде
О. Лебедева 54

ТЕНДЕНЦИИ ИНДУСТРИИ ДОСУГА
Бизнес планирование развлекательных проектов
М. Хатт 58

ЗЕЛЕНАЯ ТЕМА
Миллион цветов
Е. Степанян 60

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС
По следам Уолта Диснея
С. Лещенко 62

ТЕНДЕНЦИИ ИНДУСТРИИ ДОСУГА
Глобальный рост индустрии развлечений
А. Спигал 66

СТАТИСТИКА И ФАКТЫ
Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России и СНГ (2015-2016 гг.) 72

ENGLISH VERSION 74

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 типографии «Капитал Пресс». Тираж 5 000 экз.



ПРЕОБРАЗУЯ ПРИРОДУ И ОТДЫХ

Петр Галаев
Директор Парка культуры и отдыха г. Жуковский

В конце августа Правительство Московской области подвело итоги 3-ого ежегодного смотра-конкурса «Парки Подмосковья». Приз в главной номинации «за лучшее преобразование парка» был присужден Парку культуры и отдыха г. Жуковский.

Программа развития парков отдыха реализуется в Подмосковье с 2013 года, и ощутимые продвижения в этой сфере уже заметны. К вопросу, каким должен быть парк культуры в Правительстве области подошли со своим оригинальным решением, акцентируя внимание не только на благоустройстве, но и на хозяйственной деятельности парка. При этом Московская область – единственный регион в России, в котором официально был принят Региональный парковый стандарт.

В уже достаточно далеком 2010 году наша редакция побывала в центральном парке города Жуковского, и теперь совершенно логично было снова отправиться туда, чтобы увидеть на деле, как же реализуется губернаторская программа, и какие преобразования произошли в парке за эти годы. С нами встретился бессменный директор парка Петр Федорович Галаев.

Петр Федорович, пять лет назад мы писали о парке Жуковского. Сегодня он признан лучшим в Московской области, победил в главной номинации конкурса «Парки Подмосковья». То есть, очевидно, что за эти годы в парке произошли изменения, которые позволили и комиссии, и, думаю, посетителям оценить Ваши усилия и проделанную работу. В чем же главные преобразования?

Во-первых, очень приятно, что вы снова к нам приехали. Рад, что все эти годы мы общаемся, для нас РАППА – это серьезный и надежный партнер. Что касается нашего парка, то, конечно, за пять лет изменилось многое, но главные преобразования произошли буквально за последний год.

Программа губернатора «Парки Подмосковья» дала сильный толчок развитию парков культуры в Московской области. Если пять лет назад я говорил, что парки у нас «брошены», никому не нужны, то с утверждением программы ситуация изменилась. Мы стали намного теснее сотрудничать и с местной, и с региональной

властью. Думаю, именно поэтому процесс преобразования парка шел так стремительно.

В нашем парке существенные изменения произошли, в первую очередь, в благоустройстве. Был проведен бесплатный Wi-Fi, установлены новые аттракционы и две детские площадки, которые теперь никогда не пустуют, заасфальтированы и расширены дорожки, заменены лавочки и урны. Если раньше во время больших праздников люди на тропинках с трудом расходились друг с другом, то сейчас этой проблемы нет. Более того, в будущем мы планируем организовать и велодорожки.

Вертикальное озеленение, которое мы сделали по всей территории, придало парку больше красоты и свежести. Люди говорят, что у нас «как в Европе», но думаю, в каком-то отношении даже лучше.

Одной из главных наших проблем раньше были «собачники», которые ходили по парку, где хотели. В настоящее время она решена – в парке есть специальная площадка для выгула собак, где достаточно места для прогулок со своими питомцами.

Мы полностью преобразовали сцену. Сегодня наш сценический комплекс готов принять мероприятие любого масштаба. 8 мая этого года у нас впервые выступил симфонический оркестр под управлением Сергея Ивановича Скрипки, а в августе прошел двухдневный джазовый «Фестиваль экологически чистой музыки» в рамках Авиакосмического салона МАКС. В следующем году именно на нашей площадке пройдет церемония награждения победителей

конкурса «Парки Подмосковья 2016».

Также мы сделали площадку воркаут, что сразу увеличило число спортсменов и любителей активного отдыха в нашем парке.

Большой плюс программы развития парков Подмосковья – она позволила познать и сплотить директоров парков Московской области.

В среднем посещаемость парка ежегодно увеличивается примерно на 10%, а благодаря проведенным преобразованиям за последний год она возросла на 20%.

Московская область – единственный регион, где существует стандарт для парков. На ваш взгляд, какая польза от этого документа?



Польза от него, безусловно, есть. Принятие стандарта позволило обозначить обязательные составляющие парка культуры и отдыха, без которых он обойтись не может. Многим паркам это позволило определить круг проблем, на решение которых их руководителям следует направить свои усилия. В то же время стандарт носит рекомендательный характер, и оставляет поле для творчества. Я считаю, что у каждого парка есть своя «изюминка», поэтому и развиваться каждый должен по своему особому сценарию.

В любом случае, современный городской парк должен быть многофункциональным. Даже если это небольшая территория, человек все равно должен здесь иметь возможность и книжку почитать, и с собакой погулять, и на велосипеде покататься, и аттракционы посетить.





Какие ваши дальнейшие планы и как Вы собираетесь распорядиться премией, которую получили за победу в конкурсе?

Мы добились почетного звания Лучшего парка Московской области, но сказать, что наш парк идеален, и мы всем удовлетворены, я, естественно, не могу. Нам есть к чему стремиться, у нас есть направления работы, которые необходимо развивать. Мы хотим, чтобы у нас и фонтан был в парке, и больше цветников и клумб. На полученную премию мы планируем приобрести семейные аттракционы – один, или два, как получится.

Все-таки – аттракционы. Сегодня есть разное мнение относительно того, насколько они необходимы парку. Как можете пояснить Вашу позицию, и что думают об этом в Московской области?

Когда программа «Парки Подмосковья» только запускалась, меня настораживал подход некоторых чиновников, которые считали, что аттракционы в парке не нужны, и людям достаточно придти посидеть на лавочке и подышать свежим воздухом. Однако, одно дело вложить деньги в развитие территории и благоустройство парка, другой вопрос – как потом все эти преобразования поддерживать. Особенно это касается тех парков, которые государством не финанси-



руются, как, например, наш (парк является муниципальным предприятием). Поэтому аттракционы – это не только востребованный и необходимый вид услуг, но и источник стабильного дохода, на который парк может жить. Сейчас мнение и в руководстве области, и в Министерстве культуры поменялось. Они стали поддерживать приобретение аттракционов, понимая, что парку нужно как-то зарабатывать.

Что бы вы могли посоветовать, или какое напутствие можете дать коллегам, которые в следующем году будут участвовать в конкурсе?

Большой плюс программы развития парков Подмосковья – она позволила познакомиться и сплотить директоров парков Московской области. Раньше мы практически не общались, а в настоящее время охотно делимся опытом, обсуждаем схожие проблемы и даже проводим совместные мероприятия. В этом году мы организовали «День парка», на который приехали руководители парков из разных городов области.

Я очень благодарен всем коллегам за поддержку и желаю им дальнейших успехов.

Беседовал Игорь Родионов



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ХОЛДИНГ «VECTOR-EXTREME» AG

Многофункциональные батутные комплексы
Акваоборудование
Аквапарки
Многоуровневые игровые лабиринты
Быстровозводимые конструкции
ПРОИЗВОДСТВО И ОСНАЩЕНИЕ

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

Реклама

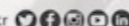


Испытать инновации

2500 ПРОЕКТОВ ПО ВСЕМУ МИРУ.
МЫ СОТРУДНИЧАЕМ С САМЫМИ ОДАРЕННЫМИ ДИЗАЙНЕРАМИ И
ВЫДАЮЩИМИСЯ ИНЖЕНЕРАМИ. БОГАТСТВО НАШЕГО ОПЫТА ПРИУМНОЖАЕТСЯ
И РАСШИРЯЕТСЯ ВОТ УЖЕ СОРОК ЛЕТ.

И это наш путь продвижения.

Реклама

polin.com.tr  polinwaterparks


PolinWaterparks
THE EXPERIENCE



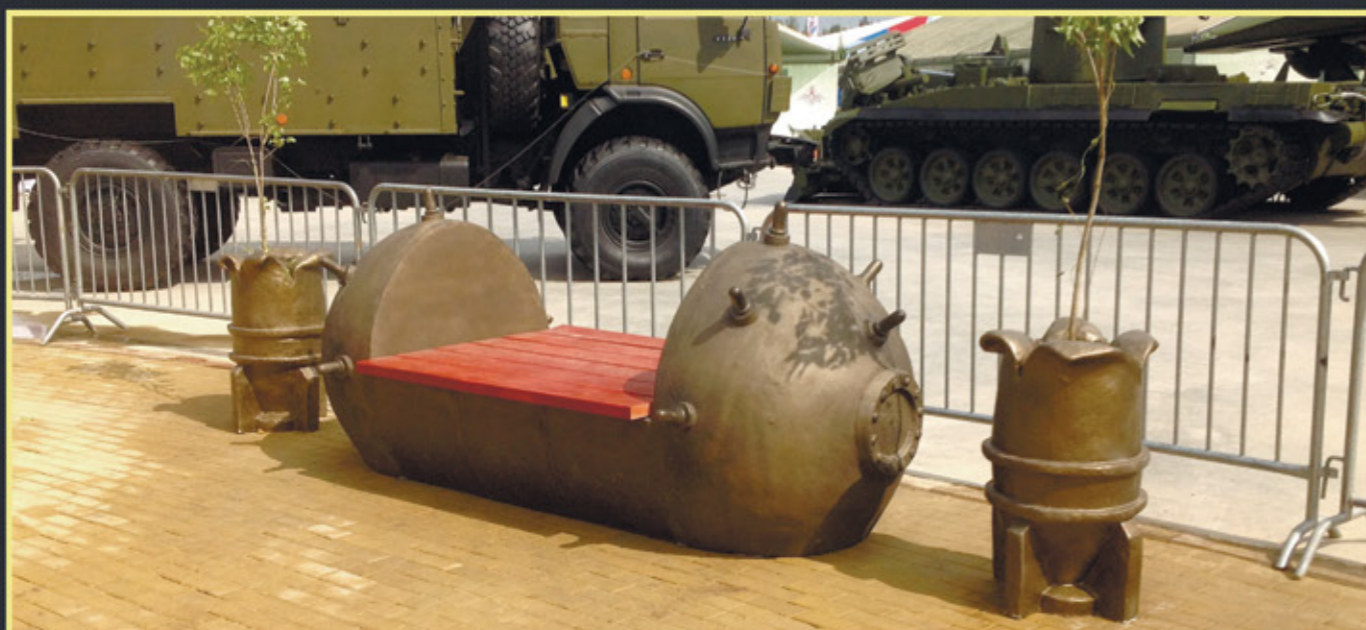
Архитектурно-производственная мастерская

Иолла

Авторские малые архитектурные формы и элементы наружной и внутренней отделки парков из высокопрочного и износостойчивого архитектурного бетона

ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ПАРК КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА ВООРУЖЕННЫХ СИЛ РФ "ПАТРИОТ"

Скамейки, стилизованные под танковые гусеницы и глубинные мины, расположенные на центральной площади парка, вдоль выставочной экспозиции. Их выгодно дополняют вазоны в форме разорвавшихся снарядов и траков из которых растут молодые кусты сирени.



117638, Россия, Москва
Варшавское шоссе, д.56
+7 (495) 724-96-63
e-mail: info@iolla.ru
www.iolla.ru

facebook.com/iolla.ru
vk.com/iolla_ru

Реклама





ПАРАД АТТРАКЦИОНОВ

С 5 по 7 марта 2015 года в Москве в павильоне 75 на ВДНХ с успехом прошла XVII Международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2015».

Выставка была организована Российской ассоциацией парков и производителей аттракционов (РАППА) при поддержке Международной ассоциации парков (IAAPA). Генеральным спонсором выставки выступила группа компаний «МИР», генеральным информационным партнером журнал «КИР»; интернет-партнер выставки – портал VTORIO.COM

В выставке приняли участие около 200 компаний из 23 стран мира (Австралии, Китая, США, Канады, Германии, Италии, Великобритании, Латвии, Украины, Турции, Польши, Беларуси, Бельгии, Нидерландов, Испании и др.). В числе экспонентов – 24 новых компаний-участников, что говорит о потенциале и развитии рынка развлечений в России.

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, го-

стиниц, курортов, производители, поставщики и дистрибьюторы развлекательного оборудования, индивидуальные предприниматели, представители СМИ и другие заинтересованные лица.

Выставка РАППА ЭКСПО-2015 показала актуальные тренды мирового рынка развлечений, современные технологии и форматы досуга, которые будут в ближайшее время радовать посетителей парков, аквапарков и развлекательных центров.

Гости смогли по достоинству оценить новейшие технические решения отрасли: аттракционы, развлекательные аппараты, 5D-кинотеатры и интерактивные



симуляторы, видео и интерактивные игры, устройства контроля доступа и управления развлекательным комплексом, спортивное и игровое оборудование, детские площадки, тир, лазертаги, светотехническое оборудование и акустические системы, батуты, аниматронику, оборудование для аквапарков, электро- и велосипеды, картинги, боулинг, оборудование для бильярда, вендинг-оборудование, торговые и призовые автоматы, услуги по проектированию парков, аквапарков и развлекательных центров, ландшафтное оформление, общепит в парках и РЦ и многое другое.

Выделим некоторые интересные тенденции и новинки, которыми отличилась выставка 2015 года.

Одна из очевидных особенностей прошедшей выставки – возвращение к аттракционам виртуальной реальности. Несколько утратившие в последние годы пози-

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

ции XD-технологий на РАППА ЭКСПО-2015 показали новый этап развития. В первую очередь это выразилось в усилении динамики аттракционов – новых кибер-

платформах, вращающихся во всех плоскостях; сюжет компьютерных игр стал более интерактивным, появились возможности работать в команде. Наиболее масштабно в данном сегменте себя показала компания «Yotto Technologies», представившая свой новый проект – ECHO-Парк.

Значительно заметнее в этом году были детские игровые площадки как для улицы, так и для крытых центров. Компания «Дворик.ру» представила фрагмент площадки оригинального дизайна в форме корабля, а компания «Playmake» построила на выставке целый игровой развлекательный комплекс для самых маленьких.



Сегмент аквапарков представили крупные международные операторы этого направления – «Polin Waterparks» (Турция), «Wiegand.Maelzer» (Германия), «WhiteWater» (Канада) и другие.

Новинки и обновленные версии развлекательных аппаратов показали «О.Д.А», «Brunswick-Kidsplay», «Спортивные аттракционы», «RAZAP», «Game City» и др.

Классика всегда актуальна, поэтому семейные и детские аттракционы традиционно широко были представлены на РАППА ЭКСПО. Компании «Итал-парк», «PlaySpace», «Antonio Zamperla SPA», Завод «Аттракцион», группы компаний «Карусель» и «Мир», а также другие бренды предложили широкую линейку оборудования.

В этом году выставка могла похвастаться открытой площадкой – перед входом в выставочный павильон расположился детский паровозик в окружении красоч-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ

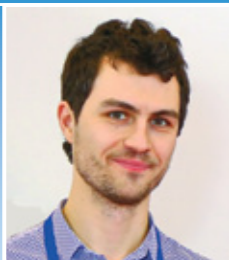


**АНАСТАСИЯ
СУХОВА**

Компания Jora Vision,
Нидерланды

Наша компания занимается проектированием тематических парков и развлекательных центров. Каждый раз на выставку мы приезжаем со своими новыми разработками. Мы всегда рады видеть здесь новые лица и наших старых знакомых. РАППА ЭКСПО – это самая крупная выставка в России и именно она приносит нам много российских клиентов.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ПАВЕЛ
ДОЛГОВ**
Компания «Энфрейм»,
г. Москва

Выставка оказалась большой и интересной. Мы занимаемся организацией мероприятий, застройкой декораций и производством выставочных стендов. Индустрия развлечений – это косвенный для нас сегмент, но думаю, что у event-направления, который в этом году впервые был выделен на РАППА ЭКСПО, есть перспективы для развития. Мы со своей стороны будем это поддерживать и участвовать в выставках.

ных самоваров, а также надувные матрешки, возле которых фотографировались почти все гости выставки.

В РАППА ЭКСПО-2015 приняли участие все основные поставщики быстрого питания для парков и развлекательных центров: «Деловая Русь», «Техника Плюс», «Фуд Сервис» и др.

В мероприятиях Делового форума приняли участие 400 специалистов из России, стран СНГ, Испании, Финляндии, Германии, Канады и Турции.

Новым самостоятельным разделом выставки стали «Event-услуги», где себя показали ведущие агентства-организаторы

мероприятий, подрядчики и поставщики сопутствующих услуг (сценическое оборудование, декорации и др.).

Также на выставке отметились две кузницы кадров «физиков и лириков»: Московский государственный институт культуры и МГУ им. Ломоносова. Если первый приглашал желающих пополнить свои студенческие ряды, то МГУ представил технические разработки своих молодых специалистов. В частности, 3D-шлемы собственного производства для тренажеров и аттракционов виртуальной реальности.

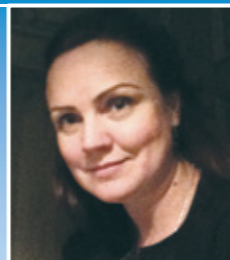
Лучшие экспозиции выставки были отмечены Золотыми медалями РАППА. Ими стали стенды компаний: Brunswick-KidsPlay, Polin Waterparks and Pool Systems (Турция), Италпарк, Восточно-Европейская компания

(Беларусь), О.Д.А., Playmake, БОЛИД, Деловая Русь, Техника Плюс и Yotto Technologies.

В этом году особенно насыщенной была деловая программа РАППА ЭКСПО-2015. В мероприятиях Делового форума приняли участие около 400 специалистов со всей России, а также из стран СНГ, Испании, Финляндии, Германии, Канады и Турции. По отзывам многих участников, деловая программа 2015 года отличилась, как никогда, сильным составом спикеров. Все доклады и презентации вызвали неподдельный интерес у слушателей. Участники получили исчерпывающие ответы на свои вопросы, смогли обменяться опытом с российскими и зарубежными коллегами, приобрести новые знания от ведущих мировых экспертов.

Для профессионалов развлекательных центров прошли несколько актуальных бизнес-тренингов и семинаров, которые провели ведущие мастера развлекательной индустрии. Одним из самых оригинальных стал практический семинар «Как сделать кухню центром прибыли РЦ», который прошел на базе специализированного тренинг-центра немецкой компании RATIONAL. Участники семинара смогли не только в теории узнать секреты организации ресторана, но и попробовали себя в роли поваров. Автором данного тренинга, как и «Управление продажами детского РЦ», стала Людмила Киселева – эксперт с 20-летним опытом работы в индустрии развлечений. Также одним из самых посещаемых стал тренинг «День рож-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ТАТЬЯНА
ГОРСКАЯ**
Компания «Пион»,
г. Санкт-Петербург

Наша компания производит детское игровое оборудование и спортивные площадки. В этом году мы представили тематическую игровую площадку по сказке «Теремок».

Выставка РАППА ЭКСПО всегда позитивная, веселая; очень хорошая организация и довольно много посетителей. Мы принимаем участие в выставке ежегодно, и постоянно находим здесь новых клиентов. Спасибо большое организаторам, желаю не снижать столь высокой планки.



ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



ЭЛЕОНОРА АРИФОВА

Компания «ГримЛэнд»,
г. Казань

Наша компания оказывает услуги face art, и на выставке мы представили свой уникальный проект, позволяющий запустить и развивать бизнес по оказанию услуг аквагрима в парках. Мы представляем свою линейку красок, специальное оборудование и обучение.

Мы собрали много целевых контактов, которые заинтересовались нашими услугами. Немного пугает тот объем работы, который предстоит после выставки, но думаю, что мы справимся.

Выставка нам понравилась, она очень яркая, веселая. Как в парке здесь все гремят и сияет. 20-летний опыт за плечами РАППА дает о себе знать. С точки зрения организации, все продумано до мелочей, не представляю, какой труд за этим стоит, чтобы добиться такого высокого уровня.

дения как ключевая услуга семейного центра», проведенный специалистами компании «Park Management».

В этом году в рамках выставки, после небольшого перерыва, прошла конференция по работе аквапарков. С докладами выступили руководители крупнейших парков водных развлечений страны, а также специалисты в области безопасности, проектирования, автоматизации и тематизации аквапарков.

Еще более масштабно прошла конференция, посвященная тенденциям развития парков отдыха, где были освещены такие вопросы, как: анализ рынка парков развлечений в России, проблемы работы муниципальных парков, детские развивающие программы в парках, современные технологии ландшафтного освещения и тематизации, организация детских площадок, шоу-программ и др.

В дни выставки также прошли несколько открытых мероприятий, которые могли посетить все желающие. Компании-экспоненты, впервые участвующие в выставке РАППА ЭКСПО-2015 представили свои актуальные предложения на круглом столе «Впервые на выставке». Обзорно познакомившись с новыми трендами рынка развлечений, участники продолжили общение на стендах компаний.



На круглом столе «Event в парках» с докладами выступили ведущие российские специалисты в области организации мероприятий. Также здесь были отмечены самые интересные развлекательные программы, проведенные в парках за 2014 год. Лучшим мероприятием года авторитетное жюри выбрало проект «Battle Сани» парка «Сокольники» (г. Москва).

Помимо экспозиции и деловой программы, РАППА ЭКСПО-2015 запомнилась и другими яркими событиями.

5 марта на приеме, посвященном открытию выставки, состоялось торжественное вручение международной награды в сфере индустрии развлечений «Golden Pony Awards Moscow 2015» – совместное мероприятие РАППА и издательского дома Facto Edizioni (Италия). Лауреатами премии 2015 года стали: Тульские парки, Мегакomплекc ГРИН (Белгород), парк «Потешный двор» (Архангельск), аквапарк «Золотая бухта» (Ге-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



АЛЕКСАНДР ТОКМАКОВ

Компания «Искатели приключений»,
г. Уфа

Мы занимаемся строительством и продажей веревочных парков под ключ, а также представляем сеть собственных веревочных парков «Гамми». В выставке мы участвовали впервые, и она вызвала у нас очень положительные эмоции. Мы довольно продуктивно здесь поработали, и планируем сотрудничать с РАППА ЭКСПО дальше. Желаю выставке и организаторам дальнейшего развития, расширения, процветания и успехов.





ленджик), Столичный парк (Душанбе, Таджикистан), СРЦ «Чикен Ленд» (Тверь), ДРЦ «Дружба» (Махачкала), ТОО «Мир аттракционов» (Петропавловск, Казахстан), РЦ «Мир развлечений» (Хабаровск), Сочи-Парк, РЦ «Викингленд» (Павлодар, Казахстан).

Не мог пройти незаметным юбилей Ассоциация РАППА, которая в этом году отмечает свое 20-летие. В честь этого события во второй день выставки организаторы собрали своих гостей и партнеров на дружескую встречу. А в заключительный день в преддверии праздника 8 марта для прекрасной половины экспонентов организаторы подготовили «миллион алых роз».

Выставка, как площадка, где собираются все ведущие игроки отрасли, наглядно отражает состояние развлекательной сферы. Главное, что показала РАППА ЭКСПО-2015 – индустрия развлечений в нашей стране жива, активно действует и продолжает развиваться. Естественно, присутствуют определенные проблемы, и кризисные явления оказывают свое негативное воздействие, но развлекательный бизнес в России по-прежнему работает. РАППА ЭКСПО-2015 дала специалистам аттракционно-парковой отрасли хороший импульс для того, чтобы скорее «проснуть-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



СТЕФАНИЯ ПАРХОМЕНКО

Компания «Техника+», г. Санкт-Петербург

Наша компания осуществляет комплексное оснащение предприятий общественного питания: от проектирования и поставок оборудования до обеспечения расходными материалами, разработки и изготовления рекламной продукции. На выставке мы впервые представили мобильную станцию по производству попкорна, которая вызвала большой интерес у посетителей. От лица компании я хотела бы выразить благодарность организаторам за отличную работу по освещению и продвижению выставки, за дни работы на стенде мы получили много запросов от потенциальных клиентов и заключили важные соглашения. Считаю, что выставка состоялась!

ся» от «кризисной спячки» и продолжить поиск новых решений для движения вперед.

Андрей Осипов

Ждем Вас на XVIII Международной выставке «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2016» 3-5 марта 2016 года, Москва, ВДНХ, пав. 75.

Лауреаты Золотого Пони Москва - 2015



EMPEX WATER TOYS

www.watertoys.com
info@watertoys.com
1 866 833 8580 | 905 649 5047

ПРИЗОВЫЕ ТИКЕТЫ СО СКЛАДА В МОСКВЕ
ПРОИЗВОДСТВО ИНДИЯ ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ

100%
ЗВОНИТЕ СЕЙЧАС И ТРЕБУЙТЕ СКИДКУ!

контрольные браслеты ТЕМПКО
от 100 до 1 млн штук со склада
бесплатное нанесение и доставка

<http://wizard.msk.ru>

SINCE 2005

г.Москва
Шоссе Энтузиастов
дом 5, стр.4, офис: 1013
sklad@tempko.ru

ВИЗАРД * М

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



Лауреаты премии «Золотой Пони Москва-2015»

СРЦ
«Чикен Ленд»
г. Тверь






ТОО «Мир
аттракционов»
г. Петропавловск
Казахстан

Аквапарк
«Золотая бухта»
г. Геленджик



«Столичный
парк»
г. Душанбе
Таджикистан





ДРЦ
«Дружба»
г. Махачкала
Дагестан




РЦ
«Викингленд»
г. Павлодар
Казахстан




Парк
«Потешный
двор»
г. Архангельск






«Сочи-Парк»
г. Сочи

«Тульские парки»
г. Тула



РЦ «Мир
развлечений»
г. Хабаровск





Мегакомплекс
«ГРИНН»
г. Белгород





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 12 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*
- ✓ *Продажа комплектующих и расходников*
- ✓ *Аренда развлекательного оборудования*
- ✓ *Проектирование развлекательных центров*
- ✓ *Автоматизация 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.

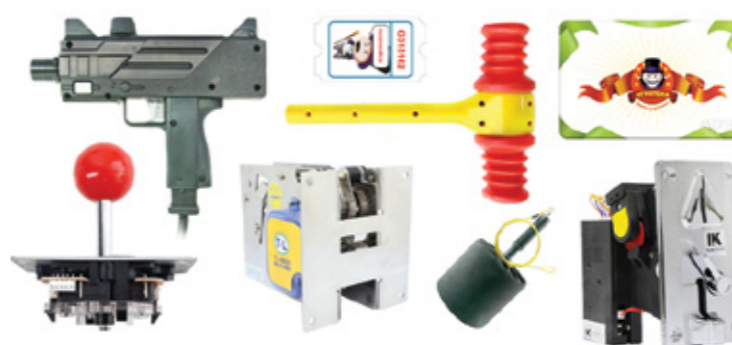
Работа с нами это всегда простой и понятный процесс, основанный на современных технологиях и средствах коммуникации.

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

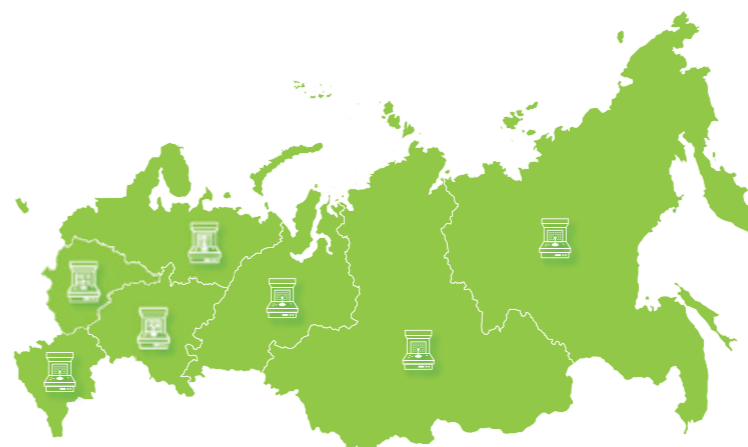


ЗАПЧАСТИ

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



АНДЕРСЕНГРАД – там, где живет сказка

«Где-то на Севере в густом сосновом лесу затерялся небольшой городок. Попастъ в него не просто, поскольку дороги туда нет, и знают ее только избранные. В городе том стоит средневековая крепость невиданной красоты, в которой живет сказка...» – пожалуй, именно так можно было бы начать рассказ о Сосновоборском парке культуры и отдыха «Андерсенград», который уже 35 лет существует в одном из бывших закрытых городов нашей страны. И название парка, и название самого города давно вызывают интригу, и три года назад, когда город стал открытым для посещения, парк и его легенды наконец-то стали доступны всем желающим.

Детский игровой комплекс Андерсенград был открыт 1 июня 1980 года. С первых дней своего существования он стал не просто достопримечательностью, а золотым символом, изображенным на гербе города Сосновый Бор.

История самого города не менее интересная, чем история парка. Возник он в связи со строительством крупнейшего предприятия – Ленинградской атомной электростанции (ЛАЭС). В Великую Отечественную войну этот район Балтии был плацдармом военных действий. С историей города и его окрестностями связано немало важных событий и имен героев-подводников советского флота. В связи с размещением ЛАЭС и ряда воинских частей, большую часть своей жизни город был закрытой территорией, и попасть сюда можно было только по спецпропускам. В 2013 году Сосновый Бор наконец-то был открыт для граждан России.

Парк «Андерсенград» – уникальный маленький «город», стилизованный под средневековую западноевропейскую архитектуру, построенный из камня. Дома здесь покрыты красной черепицей, а в архитектурно-художественном оформлении использованы скульптура, мозаичные панно, витражи, гобелены.

Автор проекта Андерсенграда – Юрий Тимофеевич Савченко, заслуженный архитектор Российской Федерации, почетный житель Соснового Бора.

Андерсенград был создан во многом благодаря творческой энергии и энтузиазму горожан. Он строился, что называется, «всем миром». В 1978 году журналист Карл Рендель обратился через газету к горожанам с призывом объявить архитектурный комплекс народной комсомольско-молодежной стройкой. Молодые сосновоборцы откликнулись на обращение. Окончив основную работу, они шли вечерами и в выходные на

работу по благоустройству строящегося Андерсенграда, на уборку строительного мусора, подносили каменщикам раствор, готовили фронт работ для строителей. Сотни молодых родителей своими руками создавали сказку для своих детей.

Уже первые проявившиеся силуэты будущего детского городка приводили в восторг жителей и гостей города. Архитектурное своеобразие Андерсенграда поставило его в ряд памятников садово-паркового искусства Ленинградской области. Удивительное сочетание живописной природы и оригинальных рукотворных сооружений служат прекрасным стимулом для творчества.

На территории Андерсенграда есть Рагушная башня, которую украшают большие часы, башня Оловянного солдата, летний театр, бастионы, подземный ход, мосты, бассейн с каскадом фонтанов. Остроконечные вершины башен украшены флюгерами с изображениями персонажей сказок Андерсена.

Особую привлекательность придают городку скульптурные изображения – Русалочка, дельфины, Стойкий Оловянный солдатик, скульптурный портрет великого сказочника Г.Х. Андерсена. Удачно дополнила истори-

Архитектурное своеобразие Андерсенграда поставило его в ряд памятников садово-паркового искусства.

ческую атмосферу парка старинная корабельная пушка, поднятая со дна Финского залива и установленная на крепостной стене.

Бронзовая скульптура Стойкого Оловянного солдата была изготовлена и установлена на главной площади Андерсенграда в год 65-летия Победы в Великой Отечественной войне.



Общая площадь парка – 2 гектара. По его территории проложена детская автодорога, где маленькие сосновоборцы получают первые знания о правилах дорожного движения, здесь есть прокат детских велосипедов и автомобилей.

Детское кафе «Белоснежка», расположенное на территории комплекса, находится в собственном управлении дирекции парка и служит местом не только для того, чтобы перекусить, но и для проведения дней рождения и праздников. Другая сопутствующая услуга, которой может похвастаться далеко не каждый парк, – сувенирная лавка, расположенная в домике Оле-Лукойе.





В детском игровом комплексе ежегодно проводится более 300 различных детских мероприятий, направленных на эстетическое воспитание, выявление и развитие дарований ребенка, приобщение его к миру сказки, музыки, театра, живописи. Это городские массовые праздники, гуляния, детские театрализованные представления, шоу-программы, концерты, ярмарки, аукционы, утренники, тематические вечера, экскурсии, игровые программы, конкурсы и викторины. В дни новогодних каникул очень популярны гадания в сказочных интерьерах замка.

Самое яркое событие в жизни Андерсенграда – ежегодный фестиваль детского и юношеского творчества «Карнавал детства», приуроченный к празднованию Дня защиты детей, участниками которого становятся юные дарования всей Ленинградской области и детские творческие коллективы Соснового Бора.

В 2010 году в Андерсенграде побывала директор Датского института культуры в Санкт-Петербурге Рикке Хелмс, которая вручила победителям детских творческих конкурсов награды с родины всемирно известного сказочника. Лучшие работы российских детей на темы сказок Андерсена отправились на выставку в Данию. При участии Датского института культуры была достигнута договоренность развивать побратимские связи Соснового Бора с родным городом Г.Х. Андерсена – Оденсе.

К сожалению, расширять территорию Андерсенграда уже некуда, плотная жилая застройка не позволяет открывать здесь новые развлекательные объекты. Однако возможности развивать парки в Сосновом Бору очевидны. В настоящее время к парку присоединена значительная лесопарковая территория, на которой планируется организовать современную зону отдыха. Средства на ее благоустройство были получены несколько необычным образом.



В Сосновом Бору работает интересная система – партиципаторное бюджетирование. Что это значит? Часть бюджетных средств муниципалитета распределяется через специально созданную бюджетную комиссию, состоящую из граждан и представителей администрации. То есть, ежегодно в Сосновом Бору 2% бюджета выделяется на социально значимые проекты, которые определяет общественность.

В прошлом году этот своеобразный «конкурс» выиграл Сосновоборский парк, и в настоящее время уже запущен этап проектирования будущего парка. По задумке, он должен будет сочетаться с Андерсенградом и сохранить атмосферу сказки и волшебства.

Вот так получилось, что в небольшом городке на берегу Финского залива в сосновом лесу когда-то появился парк, похожий на сказочное королевство. Замечательно, что есть люди, которые сохраняют этот прекрасный уголок для жителей Соснового Бора и его гостей.

На этом сказка об Андерсенграде пока заканчивается, но, будьте уверены, у нее будет продолжение... и не менее интересное.

Андрей Осипов



www.themebuilders.ru

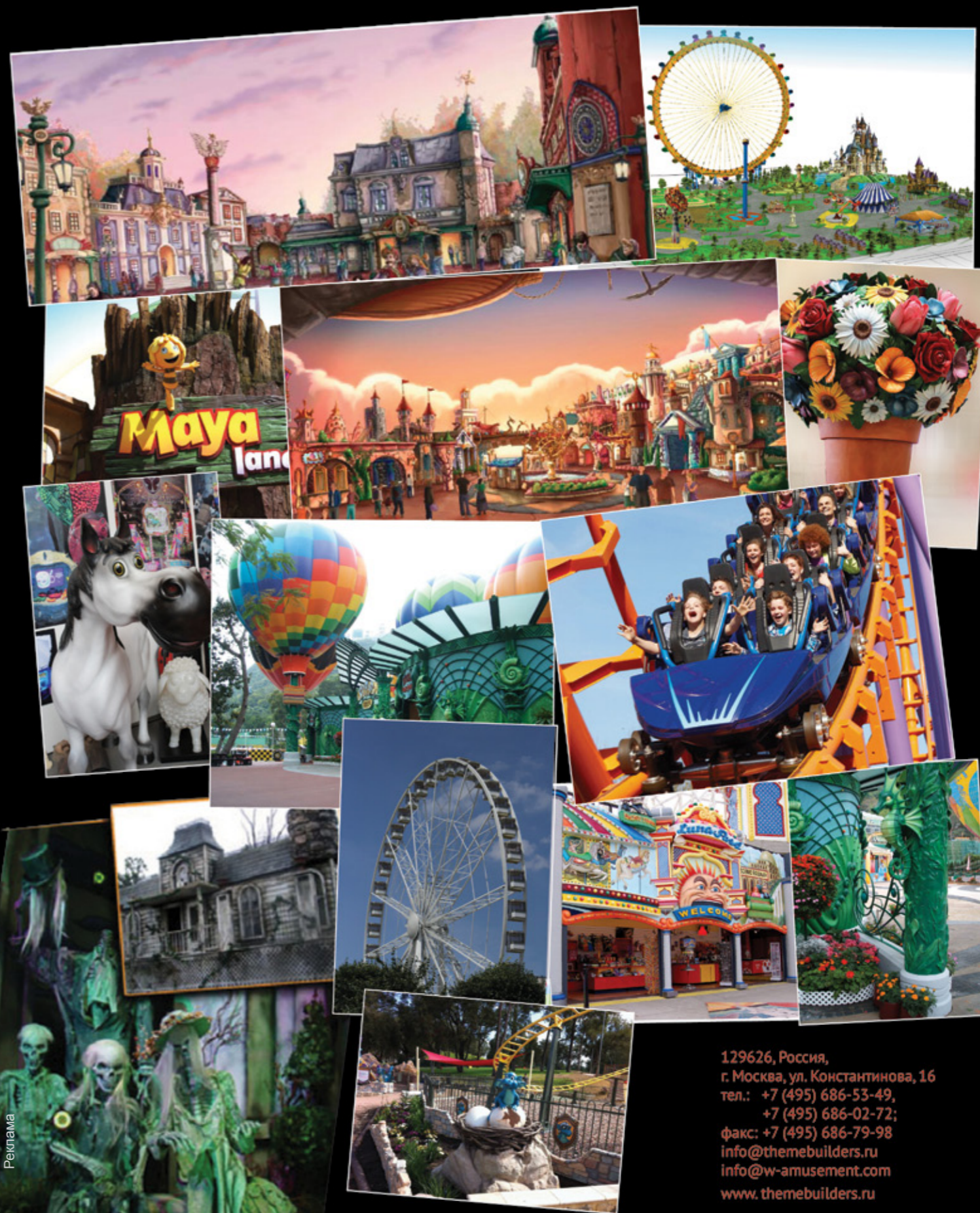
ВНУТРЕННИЙ И ВНЕШНИЙ ДИЗАЙН

От проекта до воплощения...

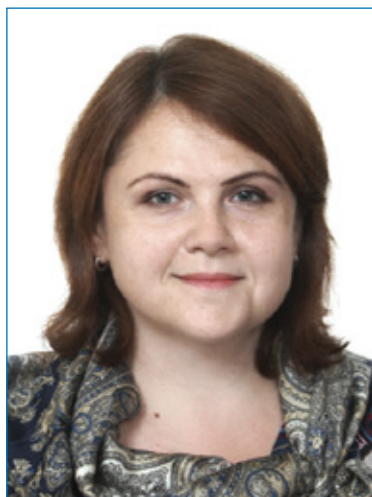
Проектирование и тематизация парков отдыха и развлечений.
Производство 3D декораций и тематических фигур.
Продажа и эксплуатация аттракционов больших и малых форм.



www.w-amusement.com



129626, Россия,
г. Москва, ул. Константинова, 16
тел.: +7 (495) 686-53-49,
+7 (495) 686-02-72;
факс: +7 (495) 686-79-98
info@themebuilders.ru
info@w-amusement.com
www.themebuilders.ru



Многофункциональность - ЗАЛОГ ЭФФЕКТИВНОСТИ,

или какие услуги обеспечат развлекательному центру стабильный доход

Людмила Киселева

Консультант, эксперт в области управления развлекательными центрами и ресторанами

Что является основой получения выручки предприятиями индустрии развлечений? За счет чего достигаются стабильно высокие результаты в их работе? Несомненно, эти вопросы являются ключевыми для повышения эффективности действующего развлекательного центра и не менее важны при планировании и создании новых развлекательных объектов. Задача получения запланированных финансовых результатов всегда остается актуальной для владельцев и управляющих. Частично она может быть решена путем анализа потенциала основных составляющих развлекательного центра. Иными словами, необходимо определить, какие из услуг в развлекательном центре являются якорными и необходимыми для успешной работы.

К якорным видам услуг развлекательного центра, которые генерируют основную часть выручки и трафика гостей, можно отнести следующие:

- игровые аппараты, 80% от общего числа которых составляют аппараты редемшен, выдающие призовые билетки;
- детский игровой лабиринт, включающий зону для детей в возрасте до 5 лет;
- ресторан или кафе;
- аттракционы для детей и взрослых (карусели, автотроллей, костеры);
- проведение детских дней рождений;
- боулинг;
- проведение вечеринок, банкетов и корпоративных мероприятий.

Концепция развлекательного центра создается с учетом потребностей целевой аудитории, которые одновременно определяют и набор предоставляемых услуг.

Для семейного развлекательного центра, основными посетителями которого являются дети и их родители, эффективным станет следующий набор услуг: игровые аппараты, аттракционы, лабиринт и батуты, пиццерия или городское кафе, боулинг. Родители в таком центре имеют выбор: они могут играть совместно с детьми на игровых аппаратах, в боулинг, кататься на аттракционах, либо позволить детям развлекаться самостоятельно, а самим провести свободное время в кафе. Такое сочетание услуг продлевает время пребывания в развлекатель-

ном центре как взрослых, так и детей, и создает все возможности для проведения детских дней рождения.

Для развлекательного центра, ориентированного на активную взрослую и молодежную аудиторию, эффективным будет сочетание таких услуг, как: музыкальный клуб с возможностью проведения живых концертов и дискотек, спорт-бар с оборудованием для трансляции спортивных соревнований, спортивные аппараты, боулинг, несколько бильярдных столов для игры в настольный теннис – подобные развлекательные центры существуют и активно развиваются в Европе и США. Меню спорт-бара в таком центре должно соответствовать потребностям целевой аудитории – блюда должны быть такими, чтобы их было удобно есть, они не должны отвлекать от процесса общения и развлечений, а крепость напитков не должна сокращать время пребывания гостей в «бодром» состоянии.

Тенденции таковы, что в современном развлекательном центре основной акцент необходимо сделать на качественном питании и сервисе. Выручка от продажи блюд и напитков может составлять от 50 до 70 процентов общей годовой выручки предприятия! Да, именно такие результаты показывают успешные предприятия индустрии развлечений в нашей стране! Очевидно, что такая выручка позволит проекту сократить срок окупаемости и даст дополнительные возможности для стабильной работы клуба на длительную перспективу. Сегодня услуги, связанные с организацией питания и проведением досуга вне дома, становятся все более вос-



требуемыми у наших соотечественников и приобретают популярность в больших и малых городах, и даже в поселках. По этой причине кафе или ресторан можно с уверенностью назвать необходимой составляющей современного развлекательного центра.

Несомненно, посетители приходят в развлекательный центр, прежде всего, ради развлечений. Тем не менее, для большинства людей отдых, как правило, сопровождается общением и совместной трапезой. Все гости центра развлечений являются потенциальными клиентами кафе и ресторана, поэтому все, что Вам остается, – это создать для них необходимые комфортные условия. Услуги кафе и ресторана в таком центре можно назвать вторичными по отношению к развлечениям, но, несмотря на это, наличие качественных блюд и напитков, хорошего сервиса становятся одним из главных критериев при выборе места проведения досуга. В данном случае срабатывает синергический эффект, когда и развлечения, и питание в равной степени становятся факторами привлечения посетителей в развлекательный центр.

Неоспоримым конкурентным преимуществом ресторана или кафе в развлекательном центре является широкая целевая аудитория. Как правило, взрослые платежеспособные посетители принимают целый ряд решений: о формате проведения собственного свободного времени; о том, как развлечь детей; об организации совместного семейного досуга. Взрослые посетители готовы пользоваться услугами кафе или ресторана и в будни, и в выходные, потому что это удобно – им не надо тратить время на поиск другого места, где можно было бы перекусить, пообедать и организовать семейный праздник, включая дни рождения детей. Кроме того, у них есть возможность просто отдохнуть в комфортной

атмосфере, пока дети развлекаются и дают выход накопившейся эмоциональной энергии.

Современные реалии таковы, что без качественных услуг питания вряд ли можно создать успешный развлекательный центр, который стабильно работал бы на протяжении трех и более лет. Сегодняшний потребитель все чаще хочет получать качественные и разнообразные развлечения и сопутствующие услуги в одном месте. Чем выше будет качество предоставляемых услуг

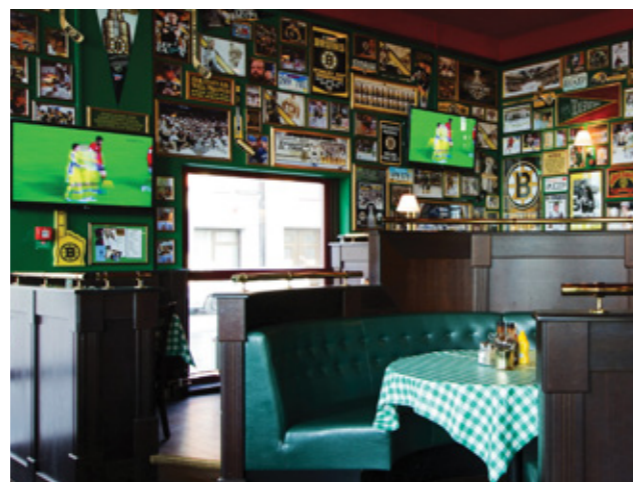
питания и создаваемой комфортной атмосферы, тем дольше развлекательный центр останется востребованным и популярным у жителей города, района, поселка. На сегодняшний день соблюдение этого принципа является базовым условием для эффективной работы развлекательных центров.

Примеры развлекательных комплексов, где уделяется большое внимание качеству оборудования, питания, интерьера и сервиса можно

найти во многих городах нашей страны. Есть центры, которые работают свыше 10 лет и остаются посещаемыми и популярными. Несомненно, что за эти годы их владельцы и управляющие проводили реновацию: меняли интерьер, расширили и дополнили развлекательные услуги, организовали полноценную кухню, разработали качественное меню. В конкурентной борьбе такой подход обеспечивает развлекательному центру неоспоримые преимущества, а в условиях кризиса позволяет удерживать количество посетителей и, соответственно, выручки на хорошем уровне.

Многие операторы центров развлечений не имеют желания вести ресторанный бизнес, они считают его сложным в реализации и управлении. На самом деле сложностей в управлении рестораном или кафе не больше, чем в развлекательном бизнесе – в обоих случаях приоритетами являются качество и подготовленность сотрудников, комфортная атмосфера и ориентированность на потребности клиента. Как правило,

Сегодняшний потребитель хочет получать качественные и разнообразные развлечения и услуги в одном месте.



аргументом против открытия кафе является то, что развлекательный аппарат или аттракцион самостоятельно производят услугу – достаточно их один раз приобрести и установить, и они стабильно работают и приносят выручку. Однако на деле все не так просто, как кажется на первый взгляд. Есть немало развлекательных центров, где при хорошем наборе игрового оборудования и качественном оформлении помещений эффективность работы оставляет желать лучшего.

Как правило, одним из основных источников выручки развлекательного центра являются аппараты редемшен (аппараты, которые выдают билетки). Доход от них может составлять от 70 до 90% всей выручки игровой зоны. В абсолютном выражении этот показатель колеблется от 40 000 до 100 000 рублей на 1 квадратный метр игротехи в год. Но для того, чтобы достичь таких показателей, управляющим необходимо соблюдать «принцип справедливости» по отношению к посетителям. Этот принцип заключается в том, что потраченные на игру деньги должны конвертироваться в билетки, за которые каждый ребенок может получить в призоотеке желаемую игрушку. Широкий и разнообразный ассортимент магазина призов и грамотное ценообразование – основные условия получения стабильно высокой выручки при оперировании детским развлекательным центром.

Успешная работа редемшен-аппаратов в центре зависит от грамотной организации работы магазина призов. Здесь уместно провести аналогию с традиционным магазином игрушек – чем актуальнее ассортимент, чем лучше выкладка и правильнее цены, тем успешнее магазин! К сожалению, сейчас операторы чаще всего либо игнорируют это правило, либо вообще грубо его нарушают. При посещении ряда детских центров можно увидеть грустную картину: акцент на призоотеку как на центр всей детской развлекательной зоны попросту отсутствует! В глаза бросаются минимальное количество призов, скудный ассортимент и необоснованное завышение цен на призы в билетках. Для того, чтобы получить желаемый приз ребенку – вернее, его родителям – надо потратить ни менее двух, а то и трех тысяч рублей! Такое игнорирование «принципа справедливости» однозначно препятствует росту выручки, поскольку основным стимулом для игры на аппаратах

редемшен является желание «заработать» на желанный приз. Абсолютно неприемлемой можно назвать и ситуацию, когда в магазине призов используются двойные ценники: иными словами, можно запросто купить игрушку за деньги, минуя этап «зарабатывания» билетков. Зачем в таком случае аппараты?

Призоотека должна быть центром игровой зоны развлекательного центра в прямом и переносном смысле этого слова. Она – магнит, который притягивает детей и стимулирует их родителей тратить деньги. При этом размер центра не имеет значения – не беда, что он имеет 15-20 аппаратов редемшен и совсем небольшую стойку с игрушками.

Второй лидер по выручкам в детском развлекательном центре – это игровой лабиринт, но приносимые им деньги напрямую зависят от его размеров. Чем больше лабиринт, его этажность и разнообразие внутреннего наполнения, тем выше выручка, которая может варьироваться от 40 000 до 150 000 рублей на 1 квадратный метр в год.

Для того чтобы не утратить свою привлекательность и актуальность, развлекательному центру необходимо периодически обновлять свои услуги. Это может касаться и парка игровых аппаратов, и интерьера, и включения в ассортимент совсем новых видов развлечений. К последним – из тех, которые относительно недавно появились на нашем рынке и эффективно работают в формате развлекательного центра – можно отнести багунные комплексы для детей и подростков, веревочные городки, игра Lazer Tag (ранее известная как Q-Zar) и некоторые другие. Все они дополняют классический набор развлечений и привлекают детей в возрасте до 14 лет, а иногда и взрослых.

Развлечения для детей и взрослых нужны всегда! Задача профессионалов индустрии развлечений состоит в предоставлении качественных и актуальных услуг, которые становятся все более востребованными у наших гостей!

Expert Fun Business

Экспертное консультирование, организация бизнеса, постановка управления, операционный аудит.
lkiseleva@lc-ost.ru

UCS
ORIGINAL SOFTWARE
основана в 1992 г.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ИГРОВЫХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

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, временная 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

Расылка SMS и E-mail сообщений гостям

Многофакторный анализ финансовых и операционных показателей РЦ

Автоматизация магазина призов

Видеоконтроль кассовых операций

Комплексная автоматизация семейных развлекательных центров

www.game-keeper.com

Взрослое решение
для детских развлекательных центров!



GAME-KEEPER

Антикризисное предложение:

Всем пользователям системы Game-Keeper
новый блок аналитических отчетов

БЕСПЛАТНО!

Компания UCS. Комплексные решения для автоматизации предприятий рынка HoReCa
105082, Москва, ул. Большая Почтовая, д. 18, стр. 6 • (495) 921-41-98 • gk@ucs.ru • www.ucs.ru

ИГРОДОКТОР

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.

Детали Расходники Инструмент



Наталья Москалева
отдел 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 микропереключателем
Микропереключатель с иглой
Джойстик (Kungfu style), цвет по наличию
Джойстик (Spanish style), цвет по наличию
Кнопка, 100мм, плоская, цвет синий

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

Оборудование для учета



Счётчик игр механический
Считыватель магн. карт с индикатором
Уничтожитель призовых билетиков (Китай)
Тикет диспенсер TL-002
Тикет диспенсер LK003M
Тикет диспенсер LK001A

Детали редемпшн автоматов



Колотушка для автомата с экраном
Колотушка для автомата без экрана
Фигурки для р/а Mr.Wolf
Фигура крокодила (три части)
Мяч для шароката
Утки для р/а Happy Ducks

расходные материалы



Жетон 27 мм (цена за 1 шт.)
Билетики 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 аэрохоккея (7см)
Бита для аэрохоккея

Электронное оборудование



Монетоприёмник LK100M
Монетоприёмник LK600
Динамик овальный
5K потенциометр
Блок питания ZX-100-3 (5V6A 12V6A 24V2A)
Купюроприёмник ICT L77F



Луна-парк «Карусель» на Поклонной горе

ДЕНЬ ПОБЕДЫ В ПАРКАХ

Одним из самых значимых событий 2015 года в нашей стране стало 70-летие Победы в Великой Отечественной войне. Юбилей отмечался с большим размахом. Во многих городах центральными площадками торжеств стали парки культуры и отдыха: встречи с ветеранами, концерты, патриотические акции и другие мероприятия проходили повсеместно. И пусть майские праздники давно миновали, мы решили «пройтись» по некоторым парковым площадкам, чтобы снова вспомнить об этом великом дне.

Праздник детства в «Диво Острове»

В парке аттракционов Санкт-Петербурга «Диво Остров» к 70-летию Победы состоялся грандиозный благотворительный праздник «День Пионерии». Гости стали более 6000 детей из 150 детских домов, школ-интернатов, реабилитационных центров и других социальных организаций, а также 2000 детей из многодетных семей со всего Северо-Западного региона.

Участники праздника весь день катались на аттракционах парка, участвовали в мастер-классах, конкурсах, розыгрышах призов и подарков, а также демонстрировали свои таланты. Каждому гостю было предложено горячее питание, десерты и напитки.

Особое место на празднике заняла специально подготовленная выставка эксклюзивных автомоби-

лей и техники времен войны, где каждый мог лично «прикоснуться» к истории и проникнуться патриотическим духом.



Парк «Диво Остров»



Нижний Парк

70 минут в Нижнем парке

Главным подарком в честь юбилея Победы в Нижнем парке Липецка стали символические 70 минут бесплатного катания на аттракционах. Все желающие могли посетить аттракционы: «Торнадо», «Ботик Петра» и «Весёлая радуга».

Также в честь праздника в парке проходили творческие и спортивные программы, работала «площадка ГТО», где любой посетитель смог поучаствовать

Ко Дню Победы открылся первый в России военно-патриотического парк культуры и отдыха «Патриот».

в сдаче спортивных нормативов. А популярная у горожан и гостей города инсталляция «Липецк» предстала к 9 мая в новом образе – в цветах Георгиевской ленты.

Военный городок

Парк аттракционов компании «Карусель» также не остался в стороне от значимого события. Тем более, что Поклонная гора, где расположен парк, стала одним из центральных мест проведения торжеств в Москве.

На территории Поклонной горы парк «Карусель» работает с 1997 года. За это время в нем, естественно, менялось оборудование, проводилась модернизация, но тематической составляющей, связанной с местом, где он находится, никогда не было.

Дирекция парка решили, что 70-летие Великой Победы нужно встретить по-особому. Родилась идея стилизовать аттракционы парка в соответствии с духом того места, где они находятся, а также подчеркнуть значимость предстоящего события. В результате, получился новый, не похожий ни на один другой, тематический парк аттракционов, в котором:

- Аттракцион «Old Western» стал поездом Победы.
- Самолёты «Red Baron» – напоминают всем о знаменитых кукурузниках У-2.
- Пещера ужасов – знакомит с формой участников ВОВ.
- Автодром – стал местом «Танковой битвы». В декорировании аттракциона ввели фрагменты диаграммы «Курская дуга» из музея ВОВ на Поклонной горе.
- Виртуальный симулятор – превратился в «Самолетку». Внутри демонстрируется фильм о взятии Берлина с текстом стихотворения А.Твардовского «Рассказ танкиста».
- Гусеница – превратилась в «Транспорт победы».
- Спортивный батут – декорирован элементами сдачи норм ГТО.



Парк «Патриот»

Луна-парк «Карусель»



Луна-парк «Карусель»



Парк «Кузьминки»



Парк «Кузьминки»



- Энтепрайз – стал «Воздушным боем», напоминающим о подвигах наших лётчиков.
- Вальс – превратился в «Салют Победы».
- Горка «Торнадо» стала «Бронепоездом».
- Мотолодки представляют собой морское сражение времён ВОВ.

- Единственный новый аттракцион, который был приобретен – это надувной батут «Второй фронт».

Персонал парка одели в военную форму тех времён, территорию и аттракционы украсили агитплакатами военных лет.

И посетители, и администрация Москвы высоко оценили реализованную идею. Теперь вряд ли кто-то скажет, что аттракционы могут только развлекать! При творческом подходе и техника может нести смысловую нагрузку. Благодаря тематизации аттракционы органично вписались в территорию парка Победы, а количество посетителей многократно возросло.

«К сожалению, каждое новое поколение все меньше знает о подвиге наших дедов и прадедов. Поэтому было очень приятно, когда 9 мая детишки, катаясь на наших аттракционах, просили родителей рассказать о войне и подвигах героев» – поделился с нами один из руководителей парка.

Бал Победы в Кузьминках

Праздничный день в московском парке Кузьминки начался с торжественной встречи ветеранов. С 12 часов заработала специальная площадка «Бал Победы», на которой расположился шатер с угощениями. Здесь же работал «Открытый микрофон», где каждый желающий мог сказать слова поздравления и благодарности, прочитать стихи о войне.

В программе «По дорогам Великой Победы» актеры, солисты и оркестр Губернского драматического театра (художественный руководитель С. Безруков) исполнили знаменитые армейские песни. После Торжественного концерта главная сцена парка превратится в кинозал, где были показаны фильмы о войне.

Также в парке прошла реконструкция одной из сцен Великой Отечественной войны. Внешний вид и снаряжение героев в точности повторяли реальность. А на центральной площади парка состоялся танцевальный флешмоб: артисты в костюмах в стиле 40-х годов парами исполнили танец-хастл под легендарную «Катюшу».

В течение дня в парке работала площадка «Фронтовой фотограф». Для фотосъемок был подготовлен особенный исторический реквизит: комплекты униформы, макеты вооружения (автоматы, винтовки, пулемет) и оригинальные предметы обихода 40-х.

Один из самых трогательных моментов праздника стала акция «Письма в небо» – сотни посетителей парка запустили воздушные шары с записки со словами благодарности всем тем, кто отдал жизнь за мирное небо над нашими головами.

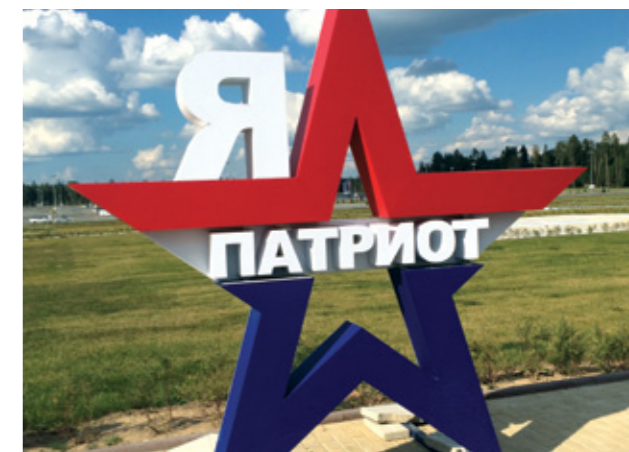
Я - Патриот

К одному из самых грандиозных событий, приуроченных ко Дню Победы, можно смело отнести открытие первого в России военно-патриотического парка культуры и отдыха «Патриот».

Парк расположен в Московской области на площади более 5 тысяч гектаров. Это первый проект в мировой практике постоянно доступного интерактивного военно-патриотического парка с использованием действующего испытательного центра бронетанковой техники, где будет возможно провести не только выходные, но и целый отпуск.

В настоящее время «Патриот» является круглогодичной выставкой вооружения и военной техники под открытым небом, где её можно увидеть в действии, и даже покататься на танке или БТР. Есть здесь и своеобразные развлечения в виде военных симуляторов стрельбы, полетов на истребителе, прыжков с парашютом и др. На территории парка можно встретить интересные тематические элементы, например, скамейки в виде морских мин и танков.

Со временем в парке будут созданы целые кластеры родов вооружённых сил. Каждый кластер будет поделен на несколько тематических зон, включающих выставки военной техники, музеи, спортивные комплексы и площадки, аттракционы и макетные полиго-



ны. Также на территории парка должен появиться концертный зал, гостинично-деловой комплекс, торговый центр, рестораны, океанариум, планетарий, парк аттракционов. Уже действует конгрессно-выставочный центр, в котором в июне 2015 года прошел Международный военно-технический форум «Армия-2015».

Полностью парк «Патриот» будет сдан в эксплуатацию в 2017 году. В планах Министерства обороны создание подобных парков в ряде городов России.

Марина Горбачева

Сделано в России

СПАРТА

Производство надувных аттракционов любой сложности

Тел. 8-800-700-31-33 (БЕСПЛАТНО ПО ТЕРРИТОРИИ РОССИИ)

Тел. 8 (812) 385 77 84 (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)

Тел. 8 (495) 3631487 (МОСКВА)

Web: www.cparta.ru
E-mail: cparta-spb@mail.ru

Надувные батуты и горки
Водные аттракционы
Детские модули
Аттракционы для тимбилдинга
Водные горки и бассейны

Реклама



Производственное объединение ГРОС

Более 25 наименований детских и семейных аттракционов собственного производства

Дипломант конкурса «100 лучших товаров России»

СЕМЕЙНЫЕ:

«Колесо Обозрения», «Автодром», «Ракушки», Американская горка «Гусеница», семейная горка «Ветерок», цепочные карусели, джет «Летающие слоны» и др.



ДЕТСКИЕ:

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



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





ВСТРЕТИМСЯ У ФОНТАНА

Водные источники в современном благоустройстве городских парков

Наверное, каждый замечал, насколько легче дышится у воды, как исчезает усталость и раздражение, как бодрит и одновременно умиротворяет водная прохлада. Вода – одна из тех стихий, которую можно созерцать бесконечно. Есть в ней что-то первобытное, что так притягивает человека.

Сегодня большое внимание уделяется сохранению и благоустройству городских парков, садов и скверов, создаются новые общественные пространства. Парковая среда в городе помогает жителям укрыться от палящего солнца, снижает влияние шума и загрязнений воздуха. Городские парки являются центром семейного досуга, местом прогулок с детьми, островком спокойствия, где горожане отдыхают душой, восстанавливают свои моральные и физические силы.

Фонтаны и всевозможные формы водных развлечений занимают одно из определяющих мест в современных тенденциях благоустройства городских парков и зон отдыха.

Парковые фонтаны

Фонтан такое же традиционное украшение парковой зоны, как газоны или цветники, беседки и скамейки для отдыха. Но стоит отметить, что в наши дни парковый фонтан не ограничивается классическими формами. Как правило, тип и стилистика фонтана разрабатывается и подбирается с учетом общей концепции парка.

В тихих уютных парках гостиных, домов отдыха и пансионатов отлично смотрится фонтан с вазо-

нами, который гармонирует со строгим стилем беседок, лавочек, пешеходных мостиков, фонарей и других малых архитектурных форм. Такой фонтан идеально вписывается в аллеи исторических усадеб и дворцов. В сочетании с цветочными композициями классический фонтан создает уютную атмосферу для отдыха и восстановления сил.

В парке с естественными водоемами наиболее выгодно смотрятся плавающие фонтаны. Дизайне-

ры считают такой фонтан наиболее выразительным элементом декора для парка и водоема. Плавающие фонтаны сегодня приобретают все большую популярность благодаря широким возможностям подсветки и большим набором водных картин.

Плавающие фонтаны препятствуют застыванию воды и, как следствие, спасают водоем от зарастания водорослями. Дополнительную популярность плавающим фонтанам обеспечивает простота их монтажа/демонтажа, поскольку нет необходимости проводить сложную подготовку водоема перед монтажом, а на зимний период оборудование легко изымается из воды.

Скульптурный фонтан вносит сюжетную особенность в ландшафт любого парка и обычно становится достопримечательностью города. Многообразие тематик, стилей и размеров художественных форм («Сказочные и мифические персонажи», «Символы региона и города», «Животные», «Цветы», «Фантастика» и др.) позволяют создать оригинальный фонтан, непохожий на другие.

Характерная особенность скульптурного фонтана – его всесезонная привлекательность, поскольку в осенне-зимний период фонтан продолжает радовать своими художественными формами.

Для парка развлечений дополнительным аттракционом может стать пешеходный фонтан. Такой фонтан не только модный элемент дизайна и обустройства территории парка, но и замечательная альтернатива купанию. В жаркие летние дни пешеходный фонтан помогает спастись от зноя и освежиться.

Тип и стилистика фонтана разрабатывается и подбирается с учетом общей концепции парка.

Из-за особой скрытой системы монтажа такой фонтан может быть любой формы и размера, а в осенне-зимний период откры-

тая площадка пешеходного фонтана может стать местом народных гуляний или катком.

«Танцующие», или светомузыкальные фонтаны, сразу становятся центром культурной жизни любого города и предметом гордости его жителей. Это поистине сказочное зрелище. Гармоничное сочетание взмывающих в небо водных столбов, музыки и света завораживает зрителей. С технической точки зрения «танцующий» фонтан – сложная система компьютерного управления. Программное обеспечение и широкий набор спецэффектов открывает простор для фантазии. Очень часто феерию воды, музыки и света сочетают с выступлениями артистов, демонстрацией лазерных шоу, проекцией фильмов или фейерверком.





В больших городских парках дополнительной досуговой зоной может стать фонтан «водный экран» или «водное шоу». Такой фонтан представляет собой плоскую водную поверхность, или «водный экран», на котором проецируется визуальный ряд: лазерное шоу, видеоролики или слайд-шоу о городе, музыкальные клипы, мультипликационные или художественные фильмы. Сочетание «живой» водной поверхности и работы мощных современных видео- и лазерных проекторов, а так же акустическое сопровождение производит поистине потрясающее впечатление на зрителя. Такой фонтан может быть снабжен дополнительным освещением, которое в перерывах между показами композиций раскрашивает водную картину всеми цветами радуги.

Декоративные водоемы

В тенистом городском саду или в парке, декоративный водоем становится композиционным центром, а декоративные ручьи и водопады дополняют ощущение спокойствия и гармонии. Даже на небольшой территории замечательно смотрится декоративный прудик, особенно, если он декорирован яркой подсветкой, мини фонтаном или каскадом. «Живые» водоемы с водными растениями и декоративной рыбой хорошо смотрятся в небольших уютных парках. Тихое журчание фонтана в пруду и подсветка в вечернее время создают особенную, романтическую атмосферу.

На больших территориях парка помимо водоема возможно строительство искусственных водопадов и каскадов. Профессиональное оборудование и разные варианты облицовки позволяют имитировать естественные валуны, отвесные стены и скалы, с которых вода падает в водоем с желаемой высоты.

Водные каскады представляют собой ручей или небольшую горную реку с порогами и уступами. По своей сути это несколько небольших водоемов, расположенных на разных уровнях с водой, переливающейся из одного водоема в другой. Каскады – один из популярных приемов дизайна ландшафтов со склоном или оформления комплекса многоуровневых водоемов.

Водные игровые комплексы

Всем известно, что игра для детей является определяющим фактором их развития. Путем взаимодействия с окружающей средой игровая деятельность улучшает моторные функции и творческие навыки детей.

Невозможно представить себе современный городской парк без детской игровой площадки. Игровой комплекс должен нравиться детям, вызывать желание поиграть. Совсем маленькому ребенку



достаточно игр в песочнице и катания на качелях, а вот детям постарше это уже не интересно. В последнее время новым направлением в оснащении детских игровых зон стало строительство водных игровых комплексов. Игры с водой на свежем воздухе идеальны для развития ребенка любого возраста.

Естественно, первоочередным вопросом в создании детских игровых площадок, а в особенности с элементами водных игр, является безопасность. Важно заметить, что оборудование для водных игровых площадок должно не только обладать широким комплексом игровых возможностей, но и быть абсолютно безопасным для детей. Водные игровые комплексы должны быть выполнены из качественных материалов с учетом высоких стандартов безопасности.

В настоящее время на рынке существует достаточно широкий ассортимент готовых конструкций водных игровых комплексов, которые, в зависимости от задачи и бюджета, позволяют сделать индивидуальный проект или комплекс из набора базовых элементов (насосы, водное колесо, изливы, водные желоба, резервуары, заслонки, водные столики, паромы, башенки, скамейки и др.)

Сегодня уделяется большое внимание определению концепции парка – поиску уникального «лица» места отдыха, в котором все вокруг соответствует



единому стилю и характеру. Современные технологии позволяют в зависимости от концепции парка создавать новые архитектурные формы, стильные элементы ландшафтного дизайна, водные игровые комплексы или аттракционы. Вода же по-прежнему играет в городских парках важную роль, поскольку является не только декоративным элементом и средством развлечения, но и источником энергии для человека.

Андрей Осипов

Фото предоставлены компанией VODALUX

ДЛЯ ПАРКОВ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

« ФОНТАНЫ
« ВОДОЕМЫ
« ВОДНЫЕ ИГРОВЫЕ
КОМПЛЕКСЫ

WWW.VODALUX-FONTAN.RU
+7 (495) 269-71-11

VODALUX

Компания Vodalux
16 лет успеха, более 400
реализованных проектов в
150 городах России и СНГ.

На фото: фонтан в парке города Балаково, Саратовской области. Сдан в эксплуатацию 11 августа 2015.

- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ АВТОМАТЫ**
- АТТРАКЦИОНЫ**
- ИГРОВЫЕ ПЛОЩАДКИ**
- ЛАБИРИНТЫ**
- БАТУТЫ**
- ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПЕРСОНАЖИ**



Фурсова Дарина
отдел продаж

Компания **РОСИГРО** основана в феврале 2015 года, как самостоятельное подразделение ГК «Гейм Сити».

Основными направлениями нашей деятельности являются производство и продажа развлекательного оборудования, а также поставка оборудования сторонних производителей.

Наш интернет-магазин rosigro.ru является крупнейшей on-line площадкой, осуществляющей продажу развлекательного оборудования в России и СНГ.

Наличие собственного производства и 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 производство полного цикла, отдел продаж, службу доставки, широкий штат квалифицированных инженеров для ремонта и обслуживания оборудования, а также собственные склады в Белгороде и в Москве с постоянным наличием на них различного вида оборудования.

ПЛЮСЫ СОТРУДНИЧЕСТВА С НАМИ ОЧЕВИДНЫ:

ЦЕНА

Приобретая оборудование через интернет магазин rosigro.ru, Вы платите меньше. Ведь в стоимость заложены только основные затраты на производство и доставку. Больше нет высоких издержек. Все процессы максимально оптимизированы.

ПРОСТОТА

Процедура оформления заказа оборудования и последующая его поставка теперь простой и понятный любому процесс. Все стадии заказа отражаются в Вашем личном кабинете, а их изменение фиксируется отправкой личных сообщений на Вашу почту.

СРОКИ

Время, которое раньше приходилось тратить на запросы прайсов и предложений от поставщиков теперь Ваше. Все цены, условия, фото, видео и прочие подробности Вы можете посмотреть в открытом доступе на нашем сайте. Постоянно действующая бонусная программа автоматически рассчитывает Вашу скидку на текущий заказ.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ


Более низкая стоимость оборудования, по сравнению с аналогичными предложениями других компаний, повышает рентабельность Вашего развлекательного бизнеса. А именно рентабельность и ведет вперед все коммерческие проекты.


КАЧЕСТВО

Гарантия на все виды нашего развлекательного оборудования 1 год. В течение этого периода Вы можете обменять неисправную деталь на новую в нашем сервисном центре, а также провести диагностику своего оборудования.


ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Часть оборудования представленного в каталоге мы производим в России под своим брендом. В современных условиях, производство в пределах страны особенно актуально. Производя и приобретая Российские товары, все участники рынка работают на улучшение экономики страны, что не может не отразиться на ее развитии в целом.

 8-800-333-6919

 308002, Россия, г. Белгород, ул. Генерала Апанасенко 97, оф. 22

 rosigro.com

 sales1@rosigro.com
sales2@rosigro.com

АЭРОХОККЕИ ОТ \$ 1990

поставка от 7 дней



СПОРТИВНЫЕ АВТОМАТЫ ОТ \$ 1990

поставка от 7 дней

БРОСАЛКИ ПО ЭКРАНУ ОТ \$ 3490

поставка от 7 дней



КОЛОТУШКИ ОТ \$ 1690

поставка от 7 дней

ВИДЕОИГРЫ С ВОДОЙ ОТ \$ 5980

поставка от 7 дней





ПАРК: МЕЧТАЙ, ЛЮБИ, ... ЧИТАЙ!

Как известно, 2015 год объявлен в России «годом литературы». Цель этой программы – развитие интереса к русской и мировой литературе, пропаганда чтения и книжной культуры. Не только библиотеки и музеи, но и многие досуговые учреждения активно включились в реализацию этой важной миссии. Парки также не остались в стороне, в очередной раз, проявив свой креативный подход, отличились интересными акциями и мероприятиями. Мы отправились в Пензу, в Центральный парк культуры и отдыха им. В. Г. Белинского, где все лето работал Литературный привал – читальный зал под открытым небом.

Совместный проект ЦПКиО им. В. Г. Белинского и одноименной старейшей в городе библиотеки был принят горожанами и гостями города с неподдельным восторгом.

Книжные полки на деревьях, удобные садовые скамейки с мягкими подушками, уютные пледы, необычные шкафчики из бересты и березы – желающих почитать в «зеленой» библиотеке сразу нашлось достаточно.

Первые читатели посетили «библиотеку без стен» 12 июня, в День города. Новинка пензенцам понравилась – маленькие книголюбы с удовольствием изучали замысловатые дорожки зеленого зала, с радостью перелистывали страницы любимых книг и рассматривали иллюстрации, пока взрослые выбирали понравившуюся литературу и читали газеты. На привале рады каждому – здесь можно не только почитать, комфор-

тно расположившись в тихом зеленом местечке прямо в центре города, но и взять книгу домой. Насовсем.

Среди литературы, представленной в парке, самые разные жанры и направления: произведения классиков, исторические романы, фантастика, детективы, справочная литература, кулинарные книги, журналы. Для детей – большой выбор книг детских писателей, программная литература, энциклопедии, познавательная периодика.

Однако капризная поволжская погода приготовила организаторам проекта неприятный сюрприз – начало июля выдалось в Пензе довольно дождливым. И даже в солнечные дни кратковременные дожди были не редкостью.

Вскоре решение было найдено. Руководством парка культуры и отдыха им. В. Г. Белинского была приобретена стильная беседка-шатер, где сейчас, уже в

расширенном читальном зале под открытым небом, располагается выставка литературы для детей, проводятся интеллектуальные игры и викторины для маленьких читателей.

Со временем на площадке обозначились три зоны:

- непосредственно читальный зал, где можно удобно устроиться с книгой, газетой или журналом на пеньке, почитать любимое произведение или узнать свежие новости;

- зона фри-маркета и буккроссинга, где посетители «зеленой» библиотеки могут обменять книгу из дома на любую понравившуюся или безвозмездно взять издание домой. Так книги путешествуют из дома в дом, обретая все новых и новых друзей.

- детская, тут всегда весело – ребят развлекает аниматор, а библиотекари обязательно помогут с выбором литературы.

- Чтобы попасть в сказку, не обязательно отрывать лепесток цветика-семицветика или говорить заклинание, – делится впечатлениями после посещения Литературного привала Игорь Алексеев, – в парке

Белинского раз в неделю появляется островок, полный интересных книг, многие из которых уже не отыщешь в магазинах. Здесь же конкурсы для детей, аква-грим.

Повсюду царит атмосфера доброжелательности и веселья. Спасибо всем, кто это придумал!

«Зеленая» библиотека отлично вписалась не только в территориальную карту парка, но и дополнила концепцию семейного отдыха на открытых площадках.





В Книге отзывов Литературного привала новые записи появляются почти каждый день. Поделитесь впечатлениями после посещения необычного места спешат не только пензенцы, но и гости города. За лето «библиотеку без стен» в парке посетили читатели из Осло, Москвы, Питера, Саратова, Саранска, Самары и др.

А местные фотографы облюбовали Литературный привал как оригинальную площадку для фотосессий.

- Куда сходить летом всей семьей? Конечно, в городской парк, – рассказывает Елена Савельева, директор ЦПКиО им. В. Г. Белинского г. Пензы, – исторически сложилось, что наш парк – одно из самых популярных мест отдыха детей и родителей в Сурской столице. По выходным у нас постоянно проводятся театрализованные программы и представления, мы не пропускаем ни одного детского праздника, праздничных дат календаря, крупных городских событий. В парке детских аттракционов всегда должна царить атмосфера праздника – яркого, красочного, безудержного, в котором захочется принять участие не только детям, но и взрослым. В Год Литературы мы вместе с городской библиотекой попробовали запустить новый проект – интеллектуального семейного отдыха. И это получилось!

Несмотря на то, что летом школьники больше предпочитают активный отдых, путешествия, игры на природе, с книгами на Литературном привале им тоже было совсем не скучно. С юными читателями играли «ученые коты», «книжные феи», «волшебные кролики», сбежавшие из Зазеркалья и другие сказочные герои. Все викторины и конкурсы проводились для детей бесплатно. Победители игр были награждены журналом для детей и подростков «Чердобряк», редактор которого – Марина Танцырева также приняла участие в проекте.

- Классная идея, – делится впечатлениями десятиклассница Елена Горенко, – отличная возможность



провести время интересно и с пользой. Здесь очень уютно. Обстановка располагает к созиданию и созерцанию... Вдохновляет, даже стихи писать хочется. Ставлю организаторам большой «Лайк!»

Все лето на площадке работала художница Дарья Барышникова, которая за считанные минуты превращала всех желающих в их любимых книжных героев. Любой посетитель Литературного привала мог самостоятельно выбрать аквагрим и вернуться домой в эффектном образе литературного персонажа.

За время работы Литературный привал стал интереснейшим местом семейного отдыха для жителей города и области, сюда с удовольствием приходили те, для кого книга в доме – настоящий друг и помощник.

Как показала практика, «зеленая» библиотека отлично вписалась не только в территориальную карту парка, но и приятно дополнила концепцию семейного отдыха на открытых площадках.

Совместный проект ЦПКиО им. В. Г. Белинского и публичных городских библиотек привлек внимание муниципальных властей, был неоднократно отмечен региональными и федеральными СМИ.

Будет ли у него продолжение? Вне всяких сомнений. Городские парки культуры и отдыха уже давно стали центром сосредоточения разнообразных видов отдыха для детей и взрослых. Театрализованные программы, концертные площадки, аттракционы, кафе, конкурсы, зрелищные шоу-парады – теперь в этом «коктейле» появилась новая пикантная нотка – отдых интеллектуальный. Комфортный. Прекрасно сочетающийся с забавами на любой вкус. За рецептом этого праздника – в Пензу, в 2015 году здесь он удался на славу!

Елена Лобанкина

НОВЫЙ HIGHWAY66

ОПТИМАЛЬНАЯ ЦЕНА - БЫСТРЫЙ ДОХОД



МИНИБОУЛИНГ ОТ QUBICAAMF

- сохраняет все преимущества традиционного боулинга
- уникальный аттракцион для проведения мероприятий
- разнообразие ярких дизайн-концепций
- легкость в обслуживании и эксплуатации
- система редемпшен

Реклама

Московский офис
Москва, пер. Капранова, д.3, стр. 1
E-mail: info@qubicaamf.ru
Сайт: www.qubicaamf.ru

+7 (495) 637 9222
8 800 250 86 55
звонок бесплатный



Аттракционы из Волжского – наш ответ кризису

Ефименко Галина Алексеевна
Директор СП «АТТРАКЦИОНЫ
ИЗ ВОЛЖСКОГО»

Вот уже 16 лет мы продаём паровозики. Теперь их пять видов – два больших с двухосными и одноосными вагончиками – «Весёлая радуга» и «Малыш», два маленьких, совсем разных – «Кроха» на бензиновом двигателе и «Чих-Пых» на электрической тяге. (О пятом виде скажем ниже). С каждым из них связана часть нашей жизни, каждый дорог и нам, и нашим заказчикам, по-своему.

«Весёлая радуга» – самый «взрослый» и самый большой – бесшумный весёлый транспорт между санаторием и пляжем, проводник экскурсий по паркам-заповедникам, всегда загруженный туристами на красивейших набережных как юга страны, так и дальневосточных окраин.

Более изящный и «семейный» «Малыш» – во многих парках страны и ближнего зарубежья неумоимо катает мам-пап-бабушек-дедушек с детьми или просто одних детишек, если мамы-папы-бабушки-дедушки могут наблюдать за своими чадами с ближайших скамеек.

Уже более 8-ми лет такие же функции выполняет и наша «Кроха». Конечно, паровозик этот поменьше и подешевле, но ведь всё равно бежит к нему ребятишка, увидев эту весёлую глазастую мордочку. Около 3-х лет назад паровозик «Кроха» тоже обзавёлся вторым вагоном, 20 детских посадочных мест – это уже вполне приличный аттракцион. Да ещё и светиться стал, как новогодняя ёлка – мы украсили паровозик светодиодами. Да, ещё и детские песенки, раздающиеся из колонок, – ну как тут устоять, не прокатиться на таком чуде.

А самый молодой (хотя ему уже тоже около 5-ти лет!) паровозик «Чих-Пых» катает детей не только в парках и скверах, но и в помещениях, торгово-развлекательных



Чих-Пых

центрах. Паровозик-то на аккумуляторах, поэтому нет от него никаких выхлопов. Выпускается в двух комплектациях – «парковая» и «для ТРЦ». Отмечу, что обе они могут использоваться как на открытых площадках – в парках и скверах, так и в помещениях развлекательных центров, просто отличаются по цене из-за использования разных опций. В «парковой» комплектации крыши вагонов – тентовые, скамейки – деревянные. Главное отличие комплектации «для ТРЦ» – использование разноцветной мигающей светодиодной ленты, что очень выгодно смотрится в условиях ТРЦ. Также в этой комплектации крыши вагончиков – пластиковые, сиденья – мягкие. Правда, в настоящее время все больше заказчиков приобретают «Чих-Пых» комплектации «для ТРЦ» и используют на улице. В период январских каникул я с



Тир в палатке из банерной ткани

удовольствием наблюдала за двумя нашими паровозиками в Кисловодске – один катал детишек возле новогодней елки в центре на Курортном проспекте, другой неподалеку конкурировал с ним, катая детей на знаменитой Колоннаде буквально в 200-300 метров от первого. Во второй половине январского дня мигающие разноцветные светодиоды притягивали ребятишек к паровозу, как магнит, завораживая, не давали пройти мимо. Отмечу, что сейчас мы комплектуем все «Чих-Пыхи» (и производные от них «Солнышки», «Наррувозики», «Добровозики» и т.д.) дополнительными аккумуляторами, позволяющими аттракциону работать без зарядки 12 часов, автоматическими зарядными устройствами. Все они имеют аудиокolonки и музыкальные плееры с комплектом детских песенок на флэшке.

Пятый вид паровозиков родился по желанию наших заказчиков – тоже электрический, как «Чих-Пых», но вагончики побольше – они двухосные на 12 детей либо 9 взрослых. И тяговый агрегат помощнее, чем в «Чих-Пых». Мы назвали его «Любимый паровозик». В настоящее время этот паровозик и вагоны уже почти готовы и ждут своего заказчика.

Кстати, и наш «старичок» – «Веселая радуга» – тоже постепенно меняет свой облик. Сейчас уже готовы новые вагоны для данного аттракциона – в них 8 дверей против 2-х в выпускаемых в прошедшие 15 лет и увеличено количество посадочных мест – с 12-ти взрослых (16 детских) до 16 взрослых (20 детских). Наши южные заказчики очень обрадовались такому изменению конструкции вагонов, ведь надежность этого аттракциона подтверждена временем.



Авансцена для тира «Освобождение динозавров»

Для Развлекательных Центров и для парков мы изготавливаем также авансены для тиров – набор мишеней, объединённых единым сюжетом, выполненный по типу театральной сцены. Этот аттракцион давно завоевал симпатии наших заказчиков как самый кассовый и бесперебойный – места занимает немного, текущие затраты невелики, ломаться в нём просто нечему, а выручка даёт в несколько раз больше, чем дорогой и сложнообслуживаемый аттракцион.

Авансены для тира устанавливаются в помещении торгово-развлекательного центра, либо в специально построенном помещении на территории парка. В наших тирах народ стреляет по настоящему – никакой регулировки количества попаданий по желанию посадчика тира (как в электронном или в интерактивном тире) быть не может! Попадаете в маленький «пятячок», управляющий большой мишенью, и на сцене что-то происходит – открывается загородка или дверка, за которой сидит бандит-ковбой либо «яйцеголовый» в корабле пришельцев, потом бьете этого злодея... Весь сюжет авансены посетители тира узнают в первый же сеанс, а потом постоянно приходят стрелять, потому что... это очень интересно!

По отзывам заказчиков выручка в наших тирах превышает выручку во всех других тирах в 5-6 раз! То есть за относительно небольшие деньги Вы получаете суперкассовый аттракцион! Кстати, если у Вас нет готового помещения под тир, можем изготовить для Вас «Тир «Шапито» или же «Тир в палатке» из палаточной или банерной ткани с рисунком. В любом случае Вы получите аттракцион, который заставит Вас забыть об экономическом кризисе! По правде говоря, об этом кризисе нам и некогда особо задумываться, работать надо!

Желаем Вам заранее позаботиться об аттракционах к весенне-летнему сезону! Звоните, пишите, заказывайте!



Малыш



Веселая радуга



Кроха

Реклама

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



Кризис развлечениям не помеха

Виталий Котлов
Коммерческий директор
компании VIA BOWLING

Экономический кризис вынуждает бизнесменов уменьшать объемы инвестиций и замораживать проекты. Однако сегмент развлекательного бизнеса в этот сложный период, наоборот, может получить толчок для развития: освобождаются помещения, снижается стоимость аренды, а владельцы площадей идут навстречу клиентам и начинают предлагать новые схемы взимания арендной платы. Об этом мы поговорили с коммерческим директором компании VIA BOWLING Виталием Котловым.

Рентабельность бизнеса – 30-40%

Ваша компания работает практически по всем направлениям развлекательного бизнеса, оснащая боулинги, картинги, семейные развлекательные центры (FEC), а также является владельцем собственной сети «7 Милля». Какие сегменты самые доходные?

Современные развлекательные центры являются многопрофильными объектами – это позволяет удерживать клиентов и получать дополнительный доход. Однако при проектировании надо четко определить, на какую аудиторию он будет рассчитан. Мы используем многофакторную сегментацию, в которой учитываем и габариты населенного пункта, и место расположения, и публику, и режим работы. От этого зависит и оснащение, и уровень сервиса и сама маркетинговая модель.

Например, «7 Милля» – это заведение для взрослых. Самый доходный сегмент здесь – компании экономически активных людей в возрасте 25-35 лет. Вторая по важности группа – учащаяся и работающая молодежь от 15 до 25 лет.

Если говорить о FEC, то основную прибыль дает детская и подростковая аудитория: на группу 2-12 лет приходится 40% дохода, примерно столько же приносят подростки. Взрослые приводят детей, и пока они резвятся, сидят в кафе, общаются, играют в видеоигры, на редемпш и квиккоин-аппаратах. У регионального FEC площадью более 2500 кв.м. годовая выручка составляет около 90 млн. руб.

Во многом людей привлекает приятная аура и разнообразие. Если центр грамотно спроектирован, много интересных развлечений, хорошая кухня, уютный бар, то он пользуется спросом. И чем шире выбор – аркад-

ные автоматы в барах, боулинг, картинг, 5D кинотеатр и т.п., тем выше отдача – синергетический эффект дает +20% выручки по каждому направлению. Посетитель погружается в праздничную атмосферу, получает позитивные эмоции и ждет еще больше новых ощущений.

Каких инвестиций требует открытие таких объектов и за какой срок они окупаются?

Это зависит от выбранной модели. В проходных зонах торговых центров, вокзалов и т. п. зачастую ставят аркадные автоматы – человек проходил мимо, заинтересовался и решил тряхнуть стариной. Инвестиции составляют порядка 2 тысяч долларов на кв.м. Обычно размещают не менее 5-10 устройств на площади до 50 кв.м.: соответственно, бизнесмен должен вложить около 100 тыс долларов. Окупаются они за 1-2 года.

Себестоимость оснащения развлекательных центров, как семейных, так и взрослых, колеблется в диапазоне 1200-1400 долларов за кв.м. Полет фантазии тут может быть самый разнообразный, от обычных детских лабиринтов до автодромов, видеосимуляторов, танцполов, лазерных шоу. Объем капиталовложений обусловлен площадью – серьезный бизнес требует масштаба и как минимум 2-х тысяч квадратных метров. Чисто детские объекты, с более простым оборудованием «отбиваются» примерно за 2-3 года. Рассчитанные на семейный отдых и взрослые компании амортизируются за более длительное время – 3-4 года.

Средний чек не изменился

Этот бизнес относится к числу высокорентабельных. Однако сейчас в стране не самая лучшая экономическая ситуация. Как это отразилось на потоке

посетителей, их средних расходах, а также на сроках окупаемости проектов?

Одна из особенностей нашего бизнеса – это сезонность. Летом люди предпочитают отдыхать на свежем воздухе в парках, играть в волейбол на пляже, расслабляться на даче. Наше золотое время – с октября по май. Так что оценивать ситуацию в отрасли по летним месяцам было бы некорректно. Весна прошла хорошо, средний чек не изменился и составил 550 рублей на человека.

Срок окупаемости новых центров сейчас увеличился из-за роста инвестиционных издержек: основное оборудование импортное и на его стоимость влияют

валютные колебания и риски. Так что из категории высокорентабельных мы перешли в разряд умеренно рентабельных. Бизнесмену надо ориентироваться на то, что на возврат инвестиций может уйти до 4

лет. На уже построенных центрах экономические метафорозы не отражаются.

Стоимость оборудования напрямую привязана к валютным курсам. Учитывая непрогнозируемую ситуацию на финансовых рынках, каким образом инвесторы могут обезопасить себя от потерь?

В нашем каталоге 10% оборудования российского производства. И его доля будет расти. Лабринты на 100%

уже российские. Аппараты есть с оригинальными идеями и своим софтом. Так что местные разработчики будут развивать это направление – для них кризис открывает золотую жилу. Кроме того, Китай предлагает скидки и относительно невысокую стоимость оснащения.

Плата за аренду – процент от выручки

Сейчас освобождается много помещений. Владельцам каких площадей целесообразно задуматься о создании развлекательного центра?

К нам часто обращаются владельцы торгово-развлекательных центров (ТРЦ), которые не находят арендатора на развлекательную часть: им необходимо закончить полноценную концепцию, иначе пострадает торговля – не будет потока посетителей, который был заложен в бизнес-плане.

Еще один сегмент – владельцы торговых комплексов первой волны, которые подошли к необходимости реновации и изменения структуры. Эти бизнесмены уже готовы инвестировать в оснащение развлекательных центров собственные средства и затем передавать объекты профессиональным менеджерам в управление.

Есть какие-то отработанные схемы трастового управления и компании, специализирующиеся на этом?

Рабочих трастовых схем нет, все запутано. В основном работают по обычному договору: я прихожу и арендную у тебя оснащенный объект.

И где искать этих арендаторов или команду эффективных менеджеров? Можно ли обратиться в какую-то сеть развлекательных центров и предложить им еще один объект?

Чем шире выбор – аркадные автоматы, боулинг, картинг, 5D кинотеатр и т.п., тем выше отдача по каждому направлению.



У нас сетей раз-два и обчелся, и они выбирают лучшее место и за минимальные арендные деньги. Им выгоднее самим прийти и построить. Поэтому флагманом в новом подходе к взаимодействию между собственником и управляющим являются регионы.

Как пишет Росбизнесконсалтинг, чтобы удержать арендаторов, владельцы помещений на торговых улицах Москвы стали соглашаться на непривычную для них схему работы – брать не фиксированную ставку, а процент с оборота магазинов. Начали ли ее внедрять хозяева площадок, пригодных для размещения боулингов и FEC?

Да, такие примеры есть. И я рекомендую тем, кто рассматривается к развлекательному бизнесу, договариваться с владельцами ТРЦ об условиях долгосрочной аренды (от 5-ти лет) по формуле (18-22)% от выручки. Это наиболее устойчивая модель развлекательного бизнеса.

Насколько, по Вашим прогнозам, такая система расчетов станет популярной в России и как это отразится на развитии развлекательного сегмента?

Для российской индустрии развлечений это очень важный момент – ведь у нас 70% развлекательных центров открывают в торговых комплексах. В США, же например – только 3%. Поэтому такая система взаиморасчетов будет способствовать росту нашего бизнеса. Надеюсь, что для якорных развлекательных центров такая практика войдет в стандарт.

Директору надо работать «в зале»

Как в непростой экономической ситуации сохранить высокий уровень дохода?

В период кризиса, когда выручка снижается, особое внимание надо уделить расходной части, учитывая не только сезонность, но и изменение потока посетителей в разные дни недели.

Основная задача – минимизировать расходы. Львиная доля издержек – до 15-20% – приходится на аренду. И надо по-возможности договориться с владельцем помещения о гибком графике, объяснив специфику нашего бизнеса. Оптимальное решение – оплачивать аренду в процентах от выручки предприятия. В Европе это нормальная практика.

Необходим постоянный контроль и оптимизация фонда оплаты труда. Наши американские коллеги, например, платят зарплату только управляющему и, максимум, заместителям. Труд остальных сотрудников развлекательного центра, включая шеф-повара, главного механика и т.д. оплачивают по часам. Требуется грамотно составить и ввести почасовые графики работы персонала.



Успех нашего бизнеса во многом зависит от человеческого фактора. Можно создать уютный интерьер, предложить отменную кухню, но если клиента будет обслуживать недоброжелательный персонал – он вряд ли захочет вернуться. Поэтому мотивация и обучение персонала – это важная составляющая успеха.

В период бурного роста российского рынка развлечений мало кто из руководителей уделял достойное внимание маркетингу. Часто работа по привлечению гостей заканчивалась «игрой цен» и бонусом за «страйк». Низкая маркетинговая активность – одна из причин проблем у предприятий сегодня. Наши гости уже не готовы покупать услугу по стандартным ценам и в прежних объемах. Мы должны стимулировать спрос на следующую покупку и увеличивать средний чек. Если мы просто снизим цены – мы проиграем. Следует продавать наши услуги с новым наполнением, формируя пакетные предложения конкретному потребителю.

И последнее. Я рекомендую каждому управляющему, директору развлекательного центра и его заместителям изменить свое личное отношение к работе «в зале». Наши западные коллеги находятся вместе с гостями в пятницу, субботу и воскресенье, когда предприятие приносит наибольшую прибыль. Это самые важные дни для предприятия, во время которых непосредственное руководство профессионального управляющего просто необходимо. Многие же российские директора развлекательных и боулинг центров считают работу «в зале» не достойным для себя занятием.

Беседовала Наталья Васильева

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 Пожнадзор
- 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

Реклама

ПАВИЛЬОН №55 на ВДНХ

Пожалуй, лучшая площадка для открытия РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА

АРЕНДА
от 500 кв.м
до 6 000 кв.м



САМЫЙ ЦЕНТР ВДНХ

В непосредственной близости комплекс развлекательно-образовательных площадок: океанариум «МОСКВАРИУМ», музей «ПОЛИТЕХ», «ИНТЕРАКТИВНЫЙ МУЗЕЙ КОСМОНАВТИКИ», музей «РЮРИКОВИЧИ. РОМАНОВЫ. ИСТОРИЯ 20-го века», ИППОДРОМ

СОВРЕМЕННЫЙ

Реконструирован в 2007 г. Оснащен новейшими системами кондиционирования и вентиляции. Внедрены системы видеонаблюдения, охранной сигнализации и пожаротушения

КАЧЕСТВО ИНТЕРЬЕРНОГО ДИЗАЙНА

Геометричность, простота и функциональность

ПОСЕЩАЕМОСТЬ 24,4 млн. человек в год

Посещаемость ВДНХ планируется увеличить до 41,3 млн.



ЛЕТНЯЯ ВСТРЕЧА РАППА в Нижнем Новгороде

До последнего момента для профессионалов развлекательной сферы настоящей интригой было, где же пройдет Летняя встреча РАППА в 2015 году. Ставшее одним из самых популярных мероприятий индустрии развлечений, ждали с нетерпением и постоянные участники этого престижного форума, и «новички» летних встреч. Для организаторов же с каждым годом становится все сложнее выбор места проведения, поскольку, если раньше это зависело исключительно от них самих, то теперь к себе зовут очень многие города. В итоге местом проведения Летней встречи 2015 стал Нижний Новгород.

Летняя международная встреча специалистов культурно-досуговой сферы «Индустрия досуга и развлечений в регионах России» прошла с 15 по 17 июля 2015 года в Нижнем Новгороде при поддержке Администрации Нижнего Новгорода и Министерства культуры Нижегородской области. Организатор мероприятия – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). Генеральный спонсор – группа компаний «Мир». Информационные партнеры: журналы «КИР», SportB2B, «Аттракционы и развлечения», СпортАкадемРеклама, Технология праздника; порталы vtorio.com, banbas.ru, eventnn.ru.

В форуме приняли участие более 120 специалистов различных направлений сферы досуга из 50 городов России (Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Ижевска, Саранска, Екатеринбурга, Чебоксар, Томска, Иркутска, Краснодара, Белгорода, Красноярска, Курска, Орла, Новокузнецка, Омска, Ростова-на-Дону, Тулы, Таганрога и др.), а также зарубежных стран – Италии, Испании, Германии и Казахстана. Среди них: руководители парков культуры, развлекательных центров, санаторно-курортных ком-

плексов, представители администраций, производители аттракционной техники и другие заинтересованные лица.

Из числа участников стоит выделить представительную делегацию города Бузулук Оренбургской области, которую возглавил мэр города Валерий Анатольевич Рогожкин. Как заметил на открытии форума глава города, в Бузулуке сейчас активно благоустраиваются парки и зоны отдыха, что и обусловило их участие в Летней встрече РАППА.

В этом году, естественно, на форуме было много представителей Нижнего Новгорода. Участие приняли все крупные парки города, а также представители развлекательных комплексов. Некоторым из них только предстоит открыться, как, например, крупному аквапарку в Автозаводском районе. Директор компании-застройщика Андрей Дудкин рассказал, что «это будет уникальный аквапарк, который не только подарит развлечения для посетителей всех возрастов, но и учтет потребности людей с ограниченными возможностями, для которых будет разработана специальная программа реабилитации».

На открытии Летней встречи РАППА участников приветствовала директор Департамента культуры Нижнего



Новгорода – Моторина Лариса Юрьевна. Она отметила важность проведения форума именно в Нижнем Новгороде, где много парков и других объектов развлечений. «Летняя встреча даст импульс развитию индустрии развлечений в регионе, поможет привлечь инвесторов и специалистов для реализации важных социально-культурных проектов».

В первый день на конференции выступили руководители парков и развлекательных центров Нижнего Новгорода, которые рассмотрели такие вопросы, как создание

Формат Летних встреч РАППА принципиально отличается от других мероприятий индустрии развлечений, проходящих в России.

современных общественных пространств и зон отдыха; внедрение новых форматов развлечений; современный подход edutainment – совмещение обучения и развлечений; проблемы ведения развлекательного бизнеса в условиях кризиса; выбор оптимального набора услуг для парков и центров семейного отдыха; специфику работы муниципальных предприятий и др.

В этом году на Летней встрече РАППА появились новые традиции. Дипломами Министра культуры Нижегородской области были награждены руководители аттракционного комплекса парка «Швейцария» – Михалко Наталья Сергеевна и Михалко Виктор Николаевич. Другой хорошей традицией, надеемся, станет презентация на Летних встречах крупных проектов. В этот раз таковым стал тематический парк «Дружба Народов» (г. Иркутск).

Российские и зарубежные производители аттракционов и оборудования для сферы досуга в рамках Летней встречи провели презентации своей продукции и услуг. Среди выступающих были как известные бренды, так и новички развлекательной индустрии: РИФ, PlaySpace, ЮСИЭС, Wiegand Maelzer (Германия), Qubica AMF (США), БОЛИД, Antonio Zamperla (Италия), PRO-mix



company, ZEBEC (Испания), Карусель, ПО ГРОС, Воздушный замок, ДатаКрат, Game City, ROMANA, Центр по безопасности аттракционов, Avroga Games, ДИАМЕТ, СПАРТА, Италпарк, ЦИЭС «Безопасность» и другие. Компании представили разнообразные возможности для организации досуга. Уже в скором времени развлекательные новинки появятся в парках, музеях и торговых центрах Нижнего Новгорода и других городов России.

Второй день Летней встречи открылся мастер-классом «Новые стратегии повышения эффективности предприятий индустрии развлечений», который провела Людмила Киселева – известный эксперт по управлению развлекательными комплексами. В ходе мастер-класса участники совместно обсудили опыт работы различных объектов развлечений и те проблемы, которые сегодня стоят перед бизнесом.

Еще один аспект, который делает Летние встречи РАППА привлекательными для специалистов, – это возможность в разгар сезона посетить парки и развлекательные центры, а также познакомиться с их руководителями.

Среди увиденных объектов в этом году были:

Сормовский парк – один из самых крупных парков Нижнего Новгорода с большим выбором развлечений: от детских площадок и аттракционов, до зоопарка и аквапарка.

Музей занимательных наук «Кварки» – научно-познавательный центр, где расположено более ста интерактив-





ных экспонатов, которые демонстрируют законы физики и объясняют различные природные явления.

ТРЦ «Ривьера» – один из лучших крытых развлекательных комплексов Нижнего Новгорода, ориентированный на широкий круг посетителей всех возрастов. Участники не только смогли увидеть комплекс, но и оценить местную кухню во время обеда.

Пожалуй, одним из самых ярких моментов Летней встречи РАППА стало событие, напрямую даже не связанное с индустрией развлечений. В рамках форума участники посетили легендарный Горьковский автомобильный завод (ГАЗ), где смогли познакомиться с его историей, а также посетить сборочный конвейер и собственными глазами увидеть, как создаются знаменитые автомобили марки «ГАЗ».

Завершилась деловая часть форума посещением Автозаводского парка культуры и отдыха – центрального парка крупнейшего района города. Здесь же состоялось торжественное вручение дипломов участникам Летней встречи РАППА в Нижнем Новгороде.

Третий день по традиции был посвящен экскурсионной программе.

В ходе экскурсии участники насладились водной прогулкой по Волге, посетили все ключевые достопримечательности Нижнего Новгорода: Рождественскую улицу, Собор Александра Невского, Рождественскую церковь, Нижегородский Кремль, ул. Большую Покровскую, галерею Юркова и др. Также участники совершили увлекательную поездку через Волгу по канатной дороге. Все были



в полном восторге от города, чему также способствовала прекрасная солнечная погода, установившаяся в эти дни.

По отзывам большинства участников, Летняя встреча РАППА в Нижнем Новгороде прошла очень успешно и результативно, превзойдя все ожидания. Участники единодушно отметили высококлассную организацию, актуальность программы, а также деловую доброжелательную атмосферу, которая царила на мероприятии. Специалисты отрасли выразили мнение, что проведение подобных форумов на таком высоком уровне способствует развитию и популяризации индустрии развлечений в регионах России, а также является уникальной возможностью для общения и знакомства с коллегами из разных уголков страны.

Летняя встреча РАППА 2015 в Нижнем Новгороде надолго останется в памяти всех участников. И дело не только в отличной организации и интересной программе, но и в том, что каждый человек почувствовал себя здесь неотъемлемой частью сообщества профессионалов индустрии развлечений, участником большого и значимого действия, которое, безусловно, внесет свою лепту в развитие культурно-досуговой сферы нашей страны.

**До новых Летних встреч РАППА!
Ждите нас в своем городе!**

Олеся Лебедева



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
- Технологическое сопровождение

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

**ГОЛЬФ СИМУЛЯТОРЫ
ABOUT GOLF
И МУЛЬТИСПОРТИВНЫЙ
VISUAL SPORTS**

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

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

FACTO EDIZIONI

FACTO EDIZIONI - Italy
 Tel. (+39) 049 8762 922
 Mail. info@factoedizioni.it
 Web. www.factoedizioni.it

NEWS MAGAZINES BOOKS

Our publications are the right choice for you



Материалы этой колонки представляют методы планирования и бизнес аспекты индустрии развлечений с международной точки зрения.

БОЛЬШЕ ДОХОДОВ, МЕНЬШЕ РИСКОВ в бизнес планировании развлекательных проектов

Марсель Хамт
Управляющий партнер компании
Maxmakers Ltd (Швейцария)

Мировой сектор досуга сегодня находится на подъеме: по сравнению с показателями туристической отрасли, где рост составил всего 6%, посещаемость парков развлечений увеличилась в среднем на 10%, в первую очередь за счет роста числа потребителей среднего класса. Несмотря на положительную динамику, запросы посетителей парков с каждым годом растут, как и требования инвесторов, на фоне ужесточающейся конкуренции – это приводит к необходимости повышать сложность проектов в развлекательной отрасли. В данной статье мы рассмотрим ключевые факторы успеха одного из мировых лидеров индустрии развлечений – немецкого Европа Парка и более подробно остановимся на одном из них, а именно – на системном планировании развлекательного бизнеса.

*«Только дурак работает без плана,
и только дурак не смыслит,
когда его изменить или закончить»*

Немецкая поговорка

Нет нужды говорить, что в России издавна существовала традиция предварительного планирования, как, например, в правительственных структурах или в службах развития городской инфраструктуры. В то же время, нельзя не отметить, что управление многими проектами часто выполняется в режиме текущего времени, проблемы решаются по мере поступления, нежели путем приоритетного подхода.

В настоящий момент можно выделить несколько факторов, определяющих значимость планирования в организации развлекательного бизнеса:

Финансовое и конкурентное давление. В период экономического расцвета из-за спонтанного оптимизма и несколько пренебрежительного отношения к бизнесу принцип планирования проектов часто игнорируется. В наши же дни, когда финансовые обороты снижаются, а конкуренция растет, тщательное бизнес планирование становится насущной необходимостью.

Глобализация и влияние интернета способствуют росту **потребительских ожиданий**. Введенный в эксплуатацию новый тематический парк посетители будут сравнивать не со старомодным луна-парком в центре своего города, а с ведущими или новыми парками, получившими мировую известность. Поэтому, в развлекательной отрасли, как в никакой другой, новые проекты **должны быть ориентированы на интерес клиентов к предлагаемому продукту и на их желание заплатить за него**. Этот подход идет вразрез с жесткой политикой «генерального планирования», до сих пор

часто применяющейся в России. Ориентироваться на предпочтения клиента нужно обязательно, несмотря на то, что предсказать человеческое поведение можно лишь частично. Детальное бизнес планирование позволит избежать многих неприятных сюрпризов.

Для достижения высокого качества продукта и более выгодного взаимодействия с инвесторами, сегодня наблюдается тенденция создания **мультифункциональных комплексов**, включающих в себя различные компоненты, такие как розничная торговля, развлечения, гостиницы, административные и жилые здания. Это позволяет достичь преимуществ в бизнесе, но вместе с тем **создает больше сложностей в управлении**. Узконаправленные проекты в развлекательной сфере становятся все менее распространенным явлением.

Потенциал понижения. В виду значительного числа неработающих или даже провальных развлекательных объектов в этом секторе бизнеса нельзя недооценивать. Недостаточно просто приобрести развлекательное оборудование или право на бренд.

Потенциал повышения. Использование грамотных апробированных бизнес-практик позволяет повысить уровень доходности развлекательного проекта и сделать его более привлекательным для инвестиций. Это относится к таким мерам как диверсификация денежных потоков, решения по увеличению посещаемости и уровня повторного посещения, определение правильных размеров парка и оформления, точное планирование наполняемости (включая утренние часы рабочих дней), партнерство со смежными структурами и т.д.

От мечты до планирования проекта

Рассмотрим аспекты планирования развлекательного объекта на примере Европа Парка (см. текст в рамке).

Уроки, извлеченные из опыта работы «Европа Парка»

Всемирно признанный лидер в развлекательной и рекреационной сфере Европа Парк из года в год регистрирует рекордное число посетителей, достигшее в 2014 году 5 млн. В разговоре с нами г-н Майкл Крефт ф. Бьерн (Michael Kreft v. Byern), член совета директоров, определил следующие факторы успеха парка:

1. Самое важное: Слушать и слышать гостей.

Необходимо учитывать предпочтения посетителей: от этапа проектирования до текущего управления парком. Чтобы достичь взаимопонимания с гостями, нужно вести постоянное изучение потребностей клиентов, и, что более важно, делать правильные выводы.

2. Создать концепцию захватывающих аттракционов.

Предлагаемый продукт должен постоянно удивлять и превосходить все ожидания. Выбранная тематика парка и аттракционов должна быть интересна сегодня и не терять актуальности в будущем; она должна быть аутентичной и локальной по характеру, понятной для восприятия гостями.

3. Природа как аттракцион.

Красивые пейзажи и ухоженные сады помогают повысить привлекательность парка. Концепция «зеленого» устойчивого развития Европа Парка признана повсеместно.

4. Соотношение цены и качества.

Необходимо создавать у гостей ощущение того, что они получили гораздо больше, чем ожидали, за что заплатили; не забывайте о чувствительности гостей к высокой стоимости.

5. Качество в деталях.

Одно из важнейших условий успеха парка развлечений – качество не может быть предметом компромисса. Это относится, во-первых, к оборудованию (качественное оборудование требует более высоких инвестиций на первоначальном этапе) и, второе, к качеству обслуживания, которое должно предоставляться ежедневно на всех участках работы парка; это требует правильного мотивационного подхода к менеджменту, профессиональному подбору персонала и кадровой политике.

6. И напоследок не менее важное: Системное планирование, строящееся на следующих принципах:

- Непрерывное, органичное развитие парка, основанное на изучении предпочтений гостей, работе в соответствии с планом и бизнес моделью.
- Комплексное планирование деятельности парка как на текущий период, так и на перспективу.
- Постоянные инновации по всем направлениям.

Ключевая задача: создать действительно доброжелательный клиенто-ориентированный сервис.

© Europa-Park, Rust



Суть развлекательной индустрии состоит в создании острых ощущений, приключений и волшебных моментов. По сути, этот бизнес рождается из мечты, но если эту мечту не адаптировать к бизнес подходу, она может перерасти в ночной кошмар, в первую очередь, для инвесторов, а также для сотрудников, партнеров и руководителей парка. **Цель должна быть подчинена некой исходной идее, но путь к ней нужно прокладывать в условиях реального рынка.**

Традиционно в индустрии досуга (намного реже в сфере недвижимости) проекты начинаются с разработки генерального плана, задача которого – отразить основную идею (можно сказать «мечту»). Затем следует разработка технико-экономического обоснования, и для обеспечения большей финансовой убедительности в этот процесс часто вовлекаются известные аудиторские компании.

У такого подхода имеется ряд недостатков. Как правило, ни дизайнеры-архитекторы, ни высокопрофессиональные аудиторские фирмы не являются экспертами в индустрии развлечений. Конечно, они вносят определенный вклад в данный сектор экономики, но зачастую при разработке проектов они не учитывают специфику развлекательного бизнеса. **Поэтому, нередко технико-экономическое обоснование развлекательных проектов нуждается в значительном усовершенствовании.**

В других отраслях, таких как финансы, производство, логистика, новые проекты вводятся в действие при тесном взаимодействии с ведущими консалтинговыми фирмами, **обеспечивающими подготовку бизнес-плана для представления его инвесторам и банкам**. Для них необходимо представить интересный концепт, но более значимым является то, что они должны получить исчерпывающие ответы на целый ряд вопросов. Так, в Силиконовой долине, подобно большинству стартап регионов, новый проект реализуется по принципу **системного планирования**, охватывающего все этапы, включая ситуационный и маркетинговый анализ, выбор стратегии и продукта, а также необходимых мощностей и ресурсов, определение бюджета, финансовый анализ, операционное планирование и т.д. Все эти мероприятия создают прочную основу для принятия решения ключевыми заинтересованными лицами.

В свете этого становится очевидно, что бизнес-план по существу имеет гораздо большее и ценное значение, чем просто оценка финансовой обоснованности проекта. По сравнению с традиционным подходом, оптимальное бизнес планирование не только оперативнее, дешевле и последовательнее, но и **обеспечивает более совершенное технико-экономическое обоснование проекта с высокой прибылью и меньшими рисками при его разработке.**

Об авторе: Марсель Ф. Хамт. Управляющий партнер швейцарской компании Maxmakers Ltd. (www.maxmakers.com), бизнес консалтинговой компании, специализирующейся на оптимизации разработок для предприятий досуга, развлечений и многофункциональных комплексов (тематические парки, аквапарки, предприятия розничной торговли, гостиницы и курорты, стадионы и т.д.). Компания ведет тесное долговременное сотрудничество с Европа Парком. У г-на Хамта более чем 20-летний опыт стратегического консультирования в области недвижимости и развлекательного бизнеса в разных странах мира, включая Россию.



МИЛЛИОН ЦВЕТОВ

С 25 июня по 5 июля 2015 года в Парке искусств МУЗЕОН прошел IV Московский Международный Фестиваль Садов и Цветов (Moscow Flower Show 2015). На самом престижном национальном событии в области ландшафтного дизайна и садово-паркового искусства было представлено 30 садов, цветочные инсталляции, арт-объекты и уникальные скульптурные композиции. Фестиваль посетило более 50 000 человек.

В этом году в Фестивале приняли участие специалисты и компании из девяти стран: России, Италии, Швейцарии, Англии, Франции, Германии, Белоруссии, Украины и Эквадора. Российская ассоциация парков и производителей аттракционов в очередной раз выступила официальным партнером мероприятия.

По традиции практически каждый фестивальный день был посвящен своей теме. Вот только некоторые из них:

В День Розы французский селекционный дом «Меан» представил два сорта роз: розу «МИР» и «Принцесса Монако Шарлин». В рамках проекта «Сады России» один из дней был посвящен городу Заречный Пензенской области и его программе «Заречный в цвету».

В честь года литературы в России на территории Фестиваля можно было увидеть не только литературные сады, но и послушать известных поэтов и писателей. Также в рамках Фестиваля был проведен благо-

творительный вечер памяти Самуила Маршак, целью которого стал сбор средств на создание первого памятника великому писателю.

Новым ярким событием на Фестивале стал «Свадебный сад», на территории которого каждый мог окунуться в атмосферу романтики и торжества, примерить на себя роль невесты, жениха или гостя, провести настоящую свадебную церемонию или фотосессию. Возле сада можно было примерить белоснежное платье «Million Flowers», названное в честь исполненной Полиной Гагариной на Евровидении песни «Million Voices», призывающих всех людей планеты к миру и дружбе.

В 2015 году на Moscow Flower Show был дан старт акции «Город в цвету». Цель проекта – создание эстетически привлекательного города с участием самих горожан. Первым проектом в рамках данной программы стал конкурс «Виват балкон!» на лучшее оформление балкона или террасы. Идея конкурса «Виват Балкон!» глобальна и амбициозна – превратить Москву в цветущий

город и показать, что балкон может иметь не только практическое применение, но и стать арт-объектом.

С самого создания Moscow Flower Show в основе его лежат благотворительные и социальные инициативы.

В этом году совместно с благотворительным фондом «Я есть!» Егора Бероева и Ксении Алферовой был создан терапевтический сад «Удивительный разум», ориентированный на детей с расстройствами аутистического спектра. На протяжении всего Фестиваля в саду проходили инклюзивные занятия с профессиональным психологом, ориентированные на социализацию детей и работу над их способностями к взаимодействию. Всего занятия посетило более 100 детей.

«Сад солнечных зайчиков», представленный ежегодным участником Фестиваля фондом помощи детям «Подсолнух», был создан для привлечения внимания и сбора средств для одной из подопечных фонда – Софи Андреасян, которой необходимо 6 млн рублей на сложную операцию.

Не осталась без внимания и проблема людей пенсионного возраста. Архитектурное бюро «АРХКОН» создало сад «Линия солнца» специально для общения пожилых людей и детей, как место, объединяющее их. По замыслу авторов проект может быть в дальнейшем использован в Домах престарелых.

Ежегодно в рамках Moscow Flower Show проходит насыщенная образовательная и культурная программа. Так, в 2015 году на Фестивале прошло около 100 лекций, мастер-классов, занятий и ворк-шопов для взрослых и детей, профессионалов и любителей. В качестве лекторов выступили известные специалисты в области ландшафтной архитектуры и дизайна.

1 июля состоялся II Московский Международный Парковый Форум, темой которого стала «Гуманизация города: три разговора о парках». В числе спикеров были ведущие специалисты в различных областях парковой деятельности, в том числе Игорь Родионов, вице-президент РАППА.

Много интересных занятий было и для юных посетителей Фестиваля. В шатре города мастеров «Мастерславль» дети смогли попробовать себя в академии художеств, службе озеленения, издательском деле и центре народных промыслов, на интерактивном мастер-классе от музея человека «Живые системы» узнать о ДНК человека, и даже снять настоящий мультфильм вместе со студией «Фант Элефант – Слон в Упаковке», и многое-многое другое.

В рамках конкурса авторских садов, жюри которого уже по традиции возглавил Джеймс-Александр Синклер, член Королевского общества садоводов Великобритании, ведущий BBC, ландшафтный дизайнер, были определены победители в нескольких номинациях: «Лучший сад Фестиваля», «Сады России», «Загородный сад», «Сад в городе», «Искусство в саду», «Шоу-гарден», «Трейд гарден» и «Литературный сад».

Елена Степанян

Visit us at IAAPA, USA Booth 4020

The Carousel Company

BERTAZZON
The Carousel Company

BERTAZZON 3B SRL, VIA TREVIGIANA,
178 - 31020 SERNAGLIA, ITALY
TEL: +39.0438.966291 FAX: +39.0438.966165
E-MAIL: BERTAZZON@BERTAZZON.COM

Реклама



Сочи Парк



Снежана Леценко
Руководитель проектов компании
«TAA Industries» (Испания)

ПО СЛЕДАМ УОЛТА ДИСНЕЯ, ИЛИ В ЧЕМ СЕКРЕТ УСПЕХА ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ

Тематические парки – сравнительно молодая, но при этом динамично развивающаяся сфера экономики, а при правильном планировании – еще и одна из самых высокодоходных.

История тематических парков берет свое начало с середины XX века, когда Уолт Дисней и его две дочери – Диана и Шарон – каждое воскресенье ходили в местный парк в Лос-Анджелесе, чтобы покататься на карусели. Дисней, как и все остальные отцы, садился на скамейку и наблюдал за тем, как дети весело и беззаботно развлекаются. В один такой день ему пришла мысль, что миру не хватает такого места, где и взрослым, и детям было бы одинаково интересно проводить время.

В поисках вдохновения Дисней целенаправленно начал посещать парки, в том числе «Тиволи» в Дании и «Эфтелинг» в Нидерландах, а по рекомендации консультанта Гаррисона Прайса приобрел 65 га земли вблизи города Анхайма для строительства своего будущего парка.

В 1955 году состоялось торжественное открытие первого тематического парка «Диснейленд». В строительство было вложено более 17 млн. долларов, и очень скоро все вложения окупились в десятикратном размере. «Диснейленд» сразу же попал в список самых посещаемых туристических объектов мира, с тех пор и по сей день его популярность только продолжает расти.

Тематизация как способ увеличения конверсии

В чём же секрет успеха Диснейленда? Что привлекает и заставляет посетителей возвращаться сюда снова и снова?

В Диснейленде человек попадает в особую обстановку, которой нет в обычной реальности – мир волшебства и фантазий, где оживают герои сказок и мультфильмов.

Каждый парк Диснея разбит на тематические зоны, концепция которых продумана до мелочей – от аттракционов до скамеек и урн. В результате, создается эффект «погружения» в этот сказочный мир, что в первую очередь достигается качественно реализованным тематическим оформлением.



Хайде Парк (Германия)

Тематизация аттракционов – важная составляющая, которая помогает «продавать» аттракцион, создавать имидж парка, завоевывать постоянных клиентов и привлекать новых. Она может быть основана либо на тематике одной из зон парка, в которой он располагается,

Тематизация помогает «продавать» аттракцион, создавать имидж парка, завоевывать постоянных клиентов и привлекать новых.

либо быть оригинальной, но вписываться в общую концепцию парка. При этом тематизация возможна не только в новых объектах, но и в уже существующем парке аттракционов, который стремится к увеличению продаж и переходу на новый этап развития.

С чего обычно начинается тематизация аттракциона?

Начинается все с идеи, на основе которой создается концепт-дизайн проекта. В основе концепт-дизайна лежит сюжетная линия, в которой, как в хорошем кино или литературном произведении, есть введение, содержание и финал. Сюжетная линия пишется от имени посетителя парка так, что читая ее, вы будто посещаете этот аттракцион. Заданная тема проходит по всем частям аттракциона: зона очереди, зона посадки/высадки, активная часть аттракциона и другие. Задача креативщика – продумать концепт так, чтобы посетитель получил незабываемые ощущения и эмоции, начиная с того момента, когда он увидел аттракцион и у него возникло желание на нём прокатиться до конца поездки, чтобы после завершения он долгое время хранил в своей памяти удовольствие от испытанного.



Парк «Vialand» (Турция)

Однако не стоит забывать, что тематизация – это определенное вложение, поэтому прежде чем начать реализовывать самые невероятные идеи, необходимо провести анализ экономической целесообразности проекта. Главными критериями здесь выступают: увеличение общего количества посетителей, повышение потребительской лояльности, укрепление маркетингового потенциала, что вместе ведет к увеличению прибыли в целом. Тематизация позволяет создать эмоциональную привязанность, продлить время нахождения в парке, а также стимулирует вторичные затраты посетителей на еду, сувениры и прочее.

Миллион терзаний...

Важным аспектом является правильный выбор темы парка или аттракциона.

В целом тематику можно разделить на несколько видов:

- 1) общая, понятная всем и всегда, вне зависимости от страны и национальности (например, искусственные водопады, дремучий лес или же оформление в стиле каменного века);
- 2) региональная, характерная для конкретного региона, где находится объект тематизации; как правило, основана на местных легендах и историях, а также на литературных произведениях.



Сочи Парк



Сочи Парк



Сочи Парк

3) тематизация «сегодняшнего дня», в основе которой лежат современные фильмы-блокбастеры, мультфильмы и их персонажи, известные повсеместно.

При выборе темы учитывается местоположение объекта, целевая аудитория, особенность развлечений. Чтобы не ошибиться с идеей, необходимо провести предварительные исследования.

На стадии реализации проекта важнейшим параметром выступают используемые технологии. Сочетание уникального дизайна и применение высококачественных материалов в производстве позволяет получить неповторимый результат и обеспечить надежность элементов тематического оформления на долгие годы.

Но, пожалуй, ключевым фактором в тематизации объектов индустрии досуга является талантливая и опытная команда со свежим видением. Создатели тематических образов должны любить своё дело и всегда быть в курсе последних тенденций и новинок развлекательной индустрии. Сегодня в этой сфере работает много профессионалов: дизайнеры, художники, архитекторы, менеджеры, инженеры.

Современные примеры успешно реализованных проектов тематизации аттракционов можно увидеть в самых посещаемых парках Европы. Например, «ныряющая» горка «Кракен» в немецком «Хайде-парке» была дополнена оригинальными тематическими элементами. По «сюжету» горки посетители поднимаются на значительную высоту, а потом стремительно падают вниз прямо в пасть легендарному морскому монстру, окутавшему щупальцами пиратский корабль.

После выхода в свет мультфильма «Артур и мини-путы», ставшего популярным во всем мире, в немецком «Европа-парк» (второй по посещаемости парк Европы, после парижского Диснейленда) в 2014 году открылся тематический аттракцион с одноименным названием, который дает возможность увидеть персонажей, созданных знаменитым Люком Бессоном.

Все в парк!

В России развлекательный бизнес также динамично развивается и с каждым годом становится все более привлекательной нишей в сфере услуг. Создание

парков развлечений и тематизация различных объектов отдыха – торговых центров, аквапарков, отелей и др., позволяет российской индустрии развлечений постепенно выйти на более высокий уровень. Это способствует формированию новых туристических кластеров, что влечет за собой повышение уровня жизни, создание рабочих мест, увеличение жизнеспособности и популярности регионов.

В то же время, пока тематизация относительно новое явление для России. Полноценно говорить о ней можно стало после открытия первого российского тематического парка – «Сочи Парк», построенного в рамках олимпийских проектов Сочи-2014.

Основная идея парка построена на русских сказках и былинах, а также на литературных произведениях. Большинство аттракционов тематизированы, а территория украшена оригинальными скульптурными композициями. Основная часть тематических объектов создана испанской компанией TAA Industries. Один из самых эффектных среди них – 12-метровая фигура Змея Горыныча, охраняющего вход на самую быструю в России катальную гору. Автор статьи лично принимала участие в реализации данного проекта и может с уверенностью сказать, что скульптура является уникальной и не имеет аналогов в Европе.

Другими оригинальными элементами оформления Сочи Парка являются знакомые с детства три богатыря, красочные входы в различные тематические зоны, улыбающиеся башни, дуб с сундуком, мельница с деревянным колесом и многое другое. Все это вместе позволяет посетителям перенестись в сказку, забыть на какое-то время о всех невзгодах и погрузиться в атмосферу волшебства.

Мировой опыт показывает, что в настоящее время тематизация аттракционов приобретает все более важную роль в индустрии развлечений, и становится конечным этапом в формировании общего впечатления у посетителей парков.



УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР РААПА

ОБУЧЕНИЕ И СЕРТИФИКАЦИЯ ПЕРСОНАЛА
ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

очередная учебная сессия
25-30 января 2016 г.



- Более 900 обученных специалистов из 200 городов России и стран СНГ

- С выдачей сертификата федерального уровня

- Подробности и заявка www.raara.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@raara.ru



ИНДУСТРИЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ – ГЛОБАЛЬНЫЙ РОСТ

Деннис Спигал
Президент International
Theme Park Services, Inc.

Мировая индустрия тематических парков сейчас переживает самый большой рост с 1970 года. На сегодняшний день в разных частях планеты проектируются, развиваются и строятся более 100 крупных парков развлечений. Большинство из них должны быть открыты на материковой части Китая, где планируют построить более 65 крупных тематических парков в ближайшие 5-10 лет.

Три крупнейших китайских оператора, реализовавшие такие парки мирового класса, как Overseas Chinese Town (Шенжен), Wanda Dalian Group (Шанхай), Chimelong Group (Гуанчжоу) и другие, управляют в общей сложности более чем 25 крупными развлекательными объектами. В следующем году откроются парки Disney в Шанхае и Universal Studios в Пекине. Учитывая, что Китай сейчас переживает экономический кризис, можно предположить, что в итоге будет реализовано менее половины анонсированных проектов. Однако, и те парки, которые будут построены, окажут огромное влияние на нашу индустрию.

На Ближнем Востоке, где запасы нефти и газа сокращаются, в таких странах как Дубай, Катар, Абу Даб и Бахрейн также планируется строительство крупных развлекательных комплексов с целью развития туризма. Лидирует среди них Дубай, где собираются открыть до 10 парков развлечений. Несмотря на то, что население этой страны чуть более 2 миллионов человек, ежегодно ее посещают до 11 миллионов туристов.

Мировая экономика и ее проблемы, безусловно, оказывают влияние на индустрию развлечений. Но в то же время, сфера тематических парков одна из самых стабильных. Как я люблю отмечать, пусть мы не устойчивы к спаду, но зато мы эластичны к спаду. После кризиса индустрия развлечений довольно быстро приходит в норму и возвращается в нормальное состояние легче, чем авиакомпании, отели или рестораны – те отрасли, которые мы считаем смежными.

Поэтому, несмотря на экономическую ситуацию, в последние годы мы наблюдаем глобальный рост в развитии тематических парков. Парки по-прежнему



востребованный вид развлечений, который приносит удовольствие огромному количеству людей по всему миру. Это всегда было так: начиная с открытия первого Диснейленда в Калифорнии, который фактически дал рождение индустрии развлечений, до сегодняшнего дня, когда она отмечает свое 60-летие.

По прогнозам в 2015 году тематические парки в Северной Америке посетят более 350 миллионов человек, из них 115 миллионов приходится на 20 основных парков. Первые по рейтингу 20 парков Европы посетит более 60 миллионов человек, а в Азии более 150 миллионов человек. Цифры действительно поразительные, и показывают, что люди все равно хотят развлекаться, вне зависимости от того, что происходит вокруг.

Хотя индустрия развлечения – это достаточно зрелое направление экономики, она по-прежнему переживает невероятный рост. Сегодня существует довольно много перспективных рынков, которые способны поддержать развитие крупных тематических парков.

Когда я был Президентом Международной ассоциации парков и аттракционов (ИААРА), мы пригласили группу российских специалистов в Америку посетить ежегодную выставку развлечений. В итоге приехала группа специалистов, чтобы посмотреть продукцию и установить дружеские отношения, которые длятся до сих пор.

С того момента я наблюдаю за российским рынком, и уверен, что Россия станет одной из стран, где будут развиваться тематические парки мирового класса. И Москва, с населением 12 миллионов человек, и Санкт-Петербург, с населением 5 миллионов человек, имеют большие перспективы для продвижения индустрии развлечений. Кроме того, ежегодно страну посещают более 30 миллионов туристов, что говорит о значительном количестве людей, ищущих возможности для проведения досуга.

Хотя индустрия развлечений достаточно зрелое направление экономики, она по-прежнему переживает невероятный рост.

Меня часто спрашивают, что нужно для создания тематического парка? Для разработки успешного проекта необходимо следовать 12 шагам. Подобный путь проделали все самые успешные операторы мировой индустрии развлечений. Шаги эти следующие:

1. Технично-экономическое обоснование
2. Планирование, мастер-план
3. Предварительный концепт-дизайн
4. Окончательная концепт-дизайн

5. Эскизный проект
6. Рабочий проект
7. Документы на производство и строительство
8. Производство и строительство
9. Установка и тестирование
10. Предварительное оперативное планирование перед открытием
11. Торжественное открытие
12. Восстановление / Расширение



5. Эскизный проект
6. Рабочий проект
7. Документы на производство и строительство
8. Производство и строительство
9. Установка и тестирование
10. Предварительное оперативное планирование перед открытием
11. Торжественное открытие
12. Восстановление / Расширение

Ключ к разработке успешного проекта тематического парка заключается в следовании этим 12 шагам. Первое и самое главное, это технико-экономическое обоснование – фактически карта всего проекта и процесса планирования. Провал терпят, как правило, те парки, в которых не было должным образом проработано технико-экономическое обоснование, и не проведен соответствующий анализ. Если же планирование парка выполнено корректно, то успех обеспечен. Этой формуле следовали, и по сей день ее используют лучшие парки мира.





ATRAX '15

atraxexpo.com

4. INTERNATIONAL
AMUSEMENT - ATTRACTION, PARK - RECREATION
INDUSTRY AND SERVICES EXHIBITION

3 - 5 DECEMBER 2015

ISTANBUL EXPO CENTER / ISTANBUL - TURKEY



"Attractions and Recreation
Industry Turning Into a Huge
Industry"



Bronze Sponsor



Conference Sponsors



Sevice Sponsors

Entry System Sponsor



Official Airline



Press & Media Sponsor



Supporters



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

TUREKS
ULUSLARARASI FUARCILIK

Gümüşpala Mah. Alsancak Sk. Gündüzler Plz.
No: 4/6 AVCILAR / ISTANBUL / TURKEY
Tel. : +90 (212) 570 63 05
Fax : +90 (212) 570 63 06
tureksfuar.com.tr
tureks@tureksfuar.com.tr

*profitable
meeting...*

Реклама

Лучший в Азии и покоривший весь мир.
亚洲之强，覆盖全球
Top in Asia, covering the world

Gaming & Amusement

GAME TIME
INTERNATIONAL
台灣電玩通國際雜誌 www.gtimagazine.com.tw



Наиболее достоверный азиатский игровой (художественный) Путеводитель
по игровым продуктам в мире - GTI (Game Time International)

浩基有限公司
Haw Ji Co., Ltd.

GAME TIME
INTERNATIONAL



台灣電玩 taiwanslot

Tel : +886-2-2760-7407 Fax : +886-2-2742-0522 E-mail: gametime@taiwanslot.com.tw
Website: www.gtiexpo.com.tw / www.gtimagazine.com.tw / www.gzexpo.com



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



CIAE 2016

2016 China (Guangzhou) International Game & Amusement Exhibition



March 9th - 11th, 2016

China Import and Export Fair Complex (Area A)

Official International Publication: **InterPark**
www.interpark.co.uk

Supported By:



Asia's Leading Exhibition Dedicated for The Amusement, Attractions, Park, and Recreation Industry!



Guangdong Grandeur International Exhibition Group Co., Ltd

E-mail: Sales@grandeurhk.com Http://www.chinaamusement.com

Реклама



Dubai Entertainment Amusement & Leisure Show **DEAL** 2016

19-21 апреля 2016
Zabeel Halls 4, 5 & 6
Всемирный Выставочный центр
Dubai World Trade Centre
Дубай, ОАЭ

ГЛАВНАЯ ВЫСТАВКА РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ДОСУГА НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ И В АФРИКЕ

Зачем участвовать в выставке
DEAL 2016

Инвестирование, управление,
эксплуатация и
франчайзинг парков развлечений

Брендинг, тематизация и
развитие досуговых
объектов

Взаимодействие с
профессионалами
индустрии развлечений

Революционные технологии и
дизайн досуговых объектов

НОВЫЙ
СЕКТОР

ВЫСТАВКА ОПЕРАТОРОВ И ФРАНШИЗ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ 2016

ЗАБРОНИРУЙТЕ
СВОЙ
СТЕНД СЕЙЧАС!

Организатор:



Член ассоциации:



При поддержке:



Оказываем поддержку:



P.O. Box 50006, Dubai, U.A.E. | Tel: +971 4 3435777 | Fax: +971 4 3436115
Some Subhra Lahiri - Project Manager, Mobile: +971 50 6452752, Email: some@ecdubai.com
Lilia Malance - Project Executive, Mobile: +971 50 4576422, Email: lilia@ecdubai.com

www.dealmiddleeastshow.com

Проектируемые и открытые торгово-развлекательные центры в России и СНГ (за период 2015-2016 гг.)

№ п/п	Город	Наименование объекта	Стоимость проекта/площадь объекта	Ввод в эксплуатацию/дата открытия	Торгово-развлекательная составляющая (представленные операторы)	Источник
2015 г.						
1	Балашиха	ТРЦ «Восточный ветер»	96 000 м ²	II квартал 2015	Детский развлекательный центр, фуд-корт	www.shopandmall.ru
2	Москва	ТРЦ «Тиара»	150 000 м ²	25 апреля 2015	Многозальный кинотеатр, развлекательный центр, фуд-корт	www.malls2b.ru
3	Владимир	ТРЦ «Меридиан»	7500 м ²	21 августа 2015	Детский развлекательный центр, фуд-корт	www.malls2b.ru
4	Смоленск	Семейный парк развлечений Galaxy Park	7500 м ²	Август 2015	Боулинг, бильярд, настольный теннис, автодром, Q-Zag, зона игровых симуляторов и зона детских аппаратов, детский лабиринт, карусель UFO, Vortex-туннель, зеркальный лабиринт, лазерный лабиринт, роллердром, аттракционы, компьютерный клуб, караоке-клуб, фуд-корт	www.malls2b.ru
5	Барнаул	ТРЦ «Праздничный»	18 700 м ²	III квартал 2015	Кинотеатр, детский развлекательный центр	www.all-malls.ru
6	Иркутск	ТРЦ «Аватар»	19 500 м ²	III квартал 2015	Кинотеатр, детская игровая зона, фуд-корт	www.all-malls.ru
7	Жуковский	ТРЦ «Торговый парк №1»	54 000 м ²	III квартал 2015	Детская игровая комната, детская площадка	www.n1park-zh.ru
8	Кемерово	ТРЦ «Гранд Сити»	40 700 м ²	III квартал 2015	Кинотеатр «Киноформат» (7 залов), детский развлекательный центр	www.all-malls.ru
9	Саранск	ТРЦ «Сити Парк»	86 000 м ²	III квартал 2015	Развлекательный центр «Мадагаскар», кинотеатр, фуд-корт	www.shopandmall.ru
10	Самара	Парк Чудес «Галилео»	1600 м ²	26 августа 2015	Экспонаты, конструкции и комнаты, демонстрирующие научные чудеса	www.smr.galileopark.ru
11	Чернигов (Украина)	ТРЦ «Hollywood mall»	134 000 м ²	4 сентября 2015	Парк активного отдыха, игровая зона, фуд-корт	www.malls.ru
12	Владикавказ	ТРЦ «Алания Молл»	28 000 м ²	Сентябрь 2015	Развлекательная зона, ресторан, фуд-корт	www.malls.ru
13	Тбилиси (Грузия)	ТРЦ East Point	90 млн. долл./65 000 м ²	Сентябрь 2015	10-зальный кинотеатр и IMAX, боулинг-центр, фуд-корт, рестораны	www.spb.arendator.ru
14	Тверь	ТРЦ «РИО»	62 000 м ²	IV квартал 2015	5-зальный кинотеатр, детский развлекательный центр, рестораны, фуд-корт	www.tashir.ru

15	Москва	ТРЦ «Вундеркинд»	44 000 м ²	IV квартал 2015	Горки с этажа на этаж, самый высокий в Москве веревочный лабиринт, батуты, скульптуры животных, аттракционы, мини-зоопарк с экзотическими животными, интерактивные игры	www.marinsgroup.ru
16	Москва	ТРЦ «Славянка»	137 000 м ²	IV квартал 2015	Кинотеатр, фуд-корт, игровая комната	www.tpsre.ru
17	Пермь	ТРЦ «Планета»	150 000 м ²	IV квартал 2015	Кинотеатр, детский развлекательный центр, фуд-корт	www.all-malls.ru
18	Псков	ТРЦ «Рига Гранд Молл»	52 000 м ²	IV квартал 2015	Многозальный кинотеатр, детская развлекательная зона	www.malls2b.ru
19	Улан-Удэ	ТРЦ «Forum»	58 500 м ²	IV квартал 2015	Многозальный кинотеатр, детский развлекательный центр, фуд-корт	www.realty.irk.ru
20	Москва	ТРЦ «BABY STORE»	14 600 м ²	IV квартал 2015	Зимний каток, игровая площадка для футбола, баскетбола, аттракционы, детский развивающий центр	www.rental-business.ru
21	Краснодар	ТРЦ «Империум»	14 800 м ²	25 сентября 2015	Ночной клуб, караоке клуб, боулинг, кинотеатр (2 зала), детские площадки	www.imperium24.ru
22	Минск (Беларусь)	ТРЦ «Dana Mall»	97 000 м ²	IV квартал 2015	Детский клуб, игровая площадка, кинотеатр, фуд-корт	www.dana-mall.com
23	Москва	ТРЦ «Олимпик Парк»	20 000 м ²	IV квартал 2015	Фуд-корт, 5D-кинотеатр, летняя детская игровая площадка, открытый каток	www.shopandmall.ru
24	Королев	ТРЦ «Болшево»	52 000 м ²	IV квартал 2015	Кинотеатр	www.malls2b.ru
2016 г.						
26	Барнаул	ТРЦ «Пионер»	80 000 м ²	I квартал 2016	9-зальный мультиплекс «Pioneer CINEMA», парк развлечений «Pioneer Park», фуд-корт, фитнес-клуб	www.all-malls.ru
27	Нефтеюганск	ТРЦ «15 микрорайон»	30 000 м ²	I квартал 2016	Кинотеатр, детская игровая зона	www.all-malls.ru
28	Набережные Челны	ТРЦ «Sunrise City»	20 000 м ²	II квартал 2016	Развлекательная зона, кафе, рестораны	www.malls.ru
29	Мытищи	ТРЦ «Ярославка Молл»	114 500 м ²	II квартал 2016	Кинотеатр, развлекательный центр, кафе, рестораны, фуд-корт	www.essence-development.ru
30	Москва	ТРЦ «Green Mall»	315 000 м ²	IV квартал 2016	Большая развлекательная зона, мультиплекс, кафе, рестораны, фуд-корт	www.all-malls.ru
31	Астрахань	ТРЦ «Парк Хаус»	74 800 м ²	IV квартал 2016	Детский развлекательный центр, мультиплекс, кафе, рестораны, фуд-корт	www.all-malls.ru

The 17th International Exhibition “Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2015”

The 17th International exhibition “Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2015” was successfully held on March 5-7, 2015, at Pavilion 75 of VDNH.

The exhibition was organized by Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA), with the support of International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA). The General Sponsor of the exhibition was PAX Group of companies, the General Information Partner – Amusement Industry Catalogue, magazine. Official web partner of the exhibition was internet portal VTORIO.COM.

About 200 companies from 23 countries of the world (Australia, China, the USA, Canada, Germany, Italy, the UK, Latvia, Ukraine, Turkey, Poland, Belarus, Belgium, the Netherlands, Spain etc.) participated in the exhibition. There were 24 first-time exhibitors, which speaks for the opportunities and development of the amusement market in Russia.

During three days of the exhibition it was visited by about 4,000 specialists: managers and top-managers of amusement parks, family entertainment centers, water parks, representatives of cities’ and regions’ administrations, developers and investors, owners and directors of leisure complexes, hotels, resorts, manufacturers, suppliers and distributors of amusement equipment, individual entrepreneurs, mass media representatives and other parties concerned.

The exhibition RAAPA EXPO-2015 demonstrated current trends of the international amusement market, modern technologies and forms of leisure which will make the visitors of parks, water parks and family entertainment centers happy before long. The guests duly appreciated the newest high tech solutions of the industry: amusement rides, amusement machines, 5D-cinemas and interactive simulators, video and interactive games, access control and operation devices of FECs, sports and play equipment, kiddie playgrounds, shooting galleries, laser tags, light and sound equipment, trampolines, animatronics, water park equipment, electro- and velomobiles, go-karts, bowling, billiards equipment, vending machines, prize machines, services on design of amusement parks, water parks and family entertainment centers, landscape design, F&B services for parks and FECs and many others.

Let’s emphasize some interesting trends and novelties which made the exhibition of 2015 distinguished.

One of the obvious trends of the past exhibition is the reversion to virtual reality attractions. The XD-technologies having been in shade for the past few years are getting more popular at present. Firstly it was expressed in strengthening the dynamics of the amusement rides – the new cyber platforms rotating on all directions. The plot of computer games has become more interactive, there is now an opportunity to play in a team.

Outdoor and indoor kiddie playgrounds were represented significantly more noticeable this year. Dvorik.ru company represented the fragment of a playground of original ship-shaped design, and Playmake company built a whole edutainment complex at the exhibition for the smallest ones.

The segment of water parks was represented by the key players of the international market of this area – Polin Waterparks (Turkey), Wiegand.Maelzer (Germany), WhiteWater (Canada) and others. O.D.A., Brunswick-Kidsplay, Sports Attractions, RAZAP, Game City and other companies demonstrated the novelties and the updated versions of the amusement machines. As the classics is always in trend, family and kiddie amusement rides were traditionally widely represented at RAAPA EXPO. Itaipark, PlaySpace, Antonio Zamperla SPA, Attraktion factory, Carrousel and Pax Group of companies, as well as other brands, demonstrated a wide range of equipment. Key suppliers of fast food for parks and family entertainment centers, Business Russia, Technika Plus, Food Service companies and others, participated at RAAPA EXPO-2015.

The new separately standing section of the exhibition is “Event-services”, where the leading events organizing agencies, subcontractors and suppliers of related services (stage equipment, decorations etc.) represented themselves.

The best expositions of the exhibition were awarded with RAAPA golden medals. The companies awarded for the best booth expositions are: Brunswick-KidsPlay, Polin Waterparks and Pool Systems (Turkey), Itaipark, Eastern-European Company (Belarus), O.D.A., Playmake, BOLID, Business Russia, Technika Plus and Yotto Technologies.

The program of the Business Forum of RAAPA EXPO-2015 was especially highly topical. 400 specialists from all parts of Russia, as well as from the CIS countries, Spain, Finland, Germany, Canada and Turkey participated at the events of the Business Forum. Most of the participants reported, the Business Forum 2015 was more than usually outstanding for its strong panel of speakers.

The leading masters of the amusement industry held several relevant business trainings and seminars for the professionals of family entertainment centers. One of the most original seminars was the practical seminar “How to turn a kitchen into a profit center of your entertainment complex” held on the premises of a specialized training center of the German company RATIONAL. This year, after a little break, in the framework of the exhibition a massive conference on water parks operation took place. The managers of the biggest water parks of the country as well as the specialists in the sphere of safety, design, automation and theming of water parks made their reports at the conference. The conference on trends of development of leisure parks was even of a bigger scale, covering the following topics: analysis of the market of amusement parks in Russia, difficulties

of municipal parks operation, kiddie edutainment programs in parks, modern technologies of landscape lighting and theming, kiddie playgrounds and show programs rollout and other.

During the days of the exhibition several free events open to all persons concerned were held. Exhibiting companies participating at the exhibition RAAPA EXPO-2015 for the first time demonstrated their current offers in the frames of the round table “First-time exhibitor”. The leading Russian event specialists made their reports at the round table “Events in parks”.

Apart from the expositions and the Business Forum, the exhibition is remembered for other exciting events.

The grand awarding of the international amusement industry prize “Golden Pony Awards Moscow 2015” took place on March, 5 at the gala dinner devoted to the opening of the exhibition – the joint event held by RAAPA and Facto Edizioni publishing house (Italy). The awardees of 2015 are: Tulsykie parki, GRINN Megacomplex (Belgorod), Poteshny dvor amusement park (Arkhangelsk), Zolotaya Bukhta water park (Gelendzhik), Stolichny park (Dushanbe, Tadjikistan), Chicken Land entertainment center (Tver), Druzhba amusement center (Makhachkala), World of Attractions amusement park (Petropavlovsk, Kazakhstan), Mir Razvlecheniy entertainment network (Khabarovsk), Sochi-park, Viking land amusement center (Pavlodar, Kazakhstan).

The anniversary of RAAPA couldn’t stay unnoticed, this year the Association is celebrating its 20th birthday. To celebrate this event the organizers gathered all guests and partners for a friendly ceremony on the second day of the exhibition.

The exhibition, being the platform for communication of the industry key players, has vividly expressed the state of the amusement industry. The main point reflected by RAAPA EXPO-2015 is that the amusement industry in our country is alive and continues to develop. It is obvious to face certain kinds of problems though, and the crisis effects negatively, but the amusement business in Russia is still functioning, and RAAPA EXPO-2015 has given a good impulse to the specialists of the attractions and parks industry to “wake up” from the crisis stagnation and continue searching for the new solutions to move forward.

We are looking forward to welcoming you at the forthcoming 18th International exhibition “Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO-2016”. March, 3– 5, 2016, Moscow, VDNH, pav. 75.

Andrey Osipov



Higher Profits, lower Risks with Business Planning of Entertainment Projects



Marcel Hatt,
Managing Partner of
Maxmakers Ltd, Switzerland

The global leisure sector is on the rise: with tourism growing by 6%, theme park attendance increasing by 10% and with a growing middle classes in many markets. At the same time increasing customer and investor expectations as well as competitive pressure lead to increased complexity of entertainment projects. This article summarizes key success factors of the Europa-Park in Germany, a global industry leader, and reflects on one of these factors: the increased need for systematic business planning.

“A fool who works without a plan, and a fool who doesn’t know when to adjust or abandon it” (German saying)

Needless to say that in Russia there is a long planning tradition, for example in government and urban infrastructure development. At the same time we can observe that many projects are run in a day-to-day management style, driven rather by urgency than priority.

There are several recent developments, which lead to a higher importance of smart project and business planning:

- Financial and competitive pressures: in times of economic prosperity project planning is often overruled by spontaneous optimism and negligence. In times such as today, when financial means are tight and competitive pressure increases, the need to carefully optimize project planning is evident.

- At the same time globalization and the internet lead to further increased consumer expectations. A new theme park will not be compared against the previous old-style luna park in the city center, but against leading or new parks around the world.

- Therefore, more than most industries, leisure and entertainment projects must be guided by what consumers will enjoy and pay money for. This is usually not in line with the rigid industrial-age driven urban masterplanning approach still applied in many Russian locations. Focusing on consumers is demanding, as human behavior can only partially be anticipated. Planning in scenarios is instrumental to avoid negative surprises.

- In order to achieve i) higher experience quality for the consumer, and ii) synergies for the investors, the trend goes towards mixed-use developments - combining various elements, such as retail, entertainment, hospitality, offices or residential. This leads to higher business benefits but comes with higher complexity. Single-use entertainment projects are becoming less common.

- Downside potential: In view of a substantial number of non-performing or even failed entertainment projects around the globe, it is obvious that projects in this domain should not be underestimated – as still is often the case. Simply buying entertainment installations or licensing a foreign brand/IP is just not enough.

- Upside potential: At the same time, smart business practices can upgrade entertainment projects by several IRR

points and allow to present attractive investment cases. This includes measures like cash-flow diversification, solutions to increase visitor frequencies and repeat visitor ratios, deliberate right-sizing and staging, refined venue occupancy planning (also on weekday mornings), systematic synergy planning, targeted partnering, etc.

From Dream- to Business-Driven Project Planning

In reference also to the success factors mentioned by the Europa Park (see text box), we shall take a look at modern business planning:

The entertainment industry is about creating thrills, adventures, magic moments and dreams. This also reflects in many project initiatives which are dream-driven. However, if this mode is not corrected to a more business-driven approach, such dreams can become nightmares. In particular for investors, but also for other stakeholders, such as employees, partners or governments. The goal must be to honor the original vision while paving the way to fruition in the market reality.

Traditionally in the leisure industry (and at times also in real estate), projects are launched by designing a masterplan to capture the initiator's vision (the dream). Sooner or later, it is followed by a feasibility study, assessing the financials for that given vision. In order to add credibility in the financing process, big brand names of international audit firms are often involved in this process. However, this approach has several shortcomings.

Generally, neither the architecture-trained designers nor the accounting savvy audit firms are entertainment industry business experts. While they certainly make valuable contributions in their respective domains, neither the essence of the initial vision is challenged, nor is it sufficiently further developed with an entertainment business focus. Therefore it is safe to claim, that the business case of most entertainment projects can, or actually should be substantially improved.

In other industries, from finance to manufacturing to logistics, new ventures are developed in close cooperation with some of the leading edge strategy consulting firms, ensuring that there is a solid business plan to be presented to investors and banks. They need to see an interesting concept (and maybe also a masterplan), but more importantly they need answers to a whole range of business questions. Therefore, like in the most famous start-up region, the Silicon Valley, a new project must be launched with a systematic and comprehensive business planning process, which covers all relevant project dimensions – including situation and market analysis, derived strategy and product definition and needed capacities and resources, staging & budgeting, financial analysis and planning, marketing, operations planning, etc. This provides a solid base for decision making by the key stakeholders.

In this light it becomes obvious that a business plan is substantially more – and more valuable – than a financial feasibility assessment. By comparison to the traditional, design-driven planning approach a well-executed business planning approach is not only faster, cheaper, more consistent (plans and numbers actually matching), but also provides for a substantially improved business case with higher profits and lower development risks.

Lessons Learned at the Europa-Park

Widely acknowledged as a global leader in the entertainment resorts industry, Europa-Park is boasting record attendance numbers year after year with more than 5 Mio guests in 2014. Discussing with Michael Kreft v. Byern, Representative of the Board, the following points have been condensed as their main factors of success:

1. Most importantly: Listening to our Guests

Focus on visitors in every aspect of park management; from designing the experience to listening to their opinions. To achieve this, constant consumer research is essential, and making good use of the findings is even more crucial.

2. Create a Compelling Attraction Concept

The product needs to be designed to constantly surprise and exceed expectations. This includes an enduring theme which is relevant now and in the future, featuring authentic and localized content to which the guest can relate.

3. Nature as Attraction

Our beautiful landscape and gardens help setting our park apart; and our introduced 'green' sustainability concepts are widely acknowledged.

4. Value for Money

Making sure guests feel they get more than they expected and paid for - always assuming a high price sensitivity.

5. Quality in Details

Not compromising on quality is one of the main success factors. This relates to i) the product (quality usually requires higher initial investment), and ii) to service quality, which is to be performed every day and in every way, requiring very persistent and motivating management as well as professional recruiting and HR practices.

6. Last but not Least: Systematic Planning, based on the following principles:

▽ Constant, organic expansion based on guest research, following the masterplan, and driven by the business model.

▽ Masterplanning for now and for the future – combined with honest and solid business planning.

▽ Continuous innovations in all departments.

© Europa-Park, Rust

Key: establishing a truly customer-friendly service attitude

The Author: Marcel F. Hatt is Managing Partner of Switzerland-based Maxmakers Ltd. (www.maxmakers.com), a business consulting firm with a focus on optimizing leisure, entertainment and mixed-use developments and has a long standing cooperation with the Europa-Park.

THEME PARK INDUSTRY – A GLOBAL EXPLOSION



Dennis Spiegel,
President International
Theme Park Services, Inc.

The global theme park industry is currently experiencing its largest growth since the 1970s. Today, there are over 100 major theme parks being planned, developed, and constructed around the world.

The majority of these announced parks are being planned in Mainland China. China has announced over 65 major theme parks to be built over the next 5 to 10 years. There are three (3) operators in China who have developed world class theme parks. These are OCT (Overseas Chinese Town) based in Shenzhen, China; Wanda Dalian Group based in Beijing, China but relocating to Shanghai, China; and, Chimelong Group based in Guangzhou, China. These companies own and operate all together over 25 amusement facilities. Next year, Disney will open in Shanghai, and Universal Studios will open in Beijing. As all of this is taking place, China is now experiencing an economic meltdown, and I believe that less than half of the parks that have been announced will actually be built. However, those that will be built should have major impact on our industry and on the country.

In the Middle East, where oil and gas reserves are shrinking, countries such as Dubai, Qatar, Abu Dhabi, and Bahrain are all planning serious and major theme parks to create tourism on a large scale for their respective countries. Dubai is leading the way with up to 10 parks currently being planned in a country with a population of just over 2 million people and annual tourists numbering 11 million.

The global economy has certainly had its impact on our industry. But, as I like to remind people, our theme park industry is very strong. We are not recession proof, but we are recession resilient. We bounce back quite quickly after economic downturns. We return to normal much faster than airlines, hotels, or restaurants – all of whom we consider related industries.

So, despite the economy's impact in recent years, what we are seeing today is a global explosion of theme park development. Why? Because theme parks are a wholesome form of entertainment that is enjoyed by the masses of people all across the globe. It has always been this way. While our roots date back to the early 1900s, it was the opening of Disneyland in California that truly birthed the theme park industry. That means the theme park industry is currently celebrating its 60th year. In 2015, over 350 million people will visit theme parks in North America, with over 115 million of those attending the top 20 parks. In Europe, over 60 million million will visit that continent's top 20 parks, while Asia's top 20 parks will generate over 150 million in attendance. The numbers are truly astonishing, but show that people still want to have fun regardless of what is going on around them.

I want to stress that although we are a mature industry, we are still experiencing phenomenal global growth as indicated. There are, however, quite a few markets remaining – emerging countries which can and will successfully support major theme park development.

When I was President of the International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA), our industry's global association, I invited a contingent of Russian leisure operators to come to America to visit our annual Exhibit and Trade show. Five (5) individuals came and experienced the IAAPA Show, seeing all of the exhibits and making friendships that still endure today.

Since that time, we have watched and studied the Russian marketplace, and I believe that Russia will be one of the next big emerging countries to develop serious, world-class theme parks. Both Moscow, with its population of over 12 million,

and St. Petersburg, with its population of over 5 million, have the natural characteristics to support substantial theme park developments. Plus, the country receives over 30 million tourists annually, which is a significant number of people looking for leisure opportunities.

I am often asked what it takes to develop a theme park. My answer is simple – follow the 12 steps in order. These 12 steps are absolutely necessary for developing a successful themed attraction from start to finish. These steps have been followed by the world's most successful themed attraction operators. These steps are:

1. Feasibility Analysis
2. Masterplan Programming
3. Preliminary Concept Design
4. Final Concept Design
5. Schematic Design
6. Design Development
7. Production and Construction Documents
8. Production and Construction
9. Installation and Testing
10. Pre-Opening Operations Planning
11. Grand Opening
12. Rehabilitation / Expansion

I will say it again – the key to developing theme park projects successfully is to follow these 12 steps. First and foremost is the Feasibility Study. It truly is the roadmap for the entire project and the overall planning process. The parks that fail are the parks that do not properly follow the feasibility study outline and resultant analysis. I cannot stress enough how important this study is and that is it a must to follow for a successful development. For 60 years, our industry has been following a successful formula for feasibility studies. This formula was utilized by Disney in the 1950s and is still being utilized today by theme parks around the world.

If theme park planning is correctly done, success will follow. Theme parks are profitable businesses which have endured and will continue to endure for years. As I said, we are celebrating 60 years and here's to at least 60 more!

About ITPS. Dennis Spiegel, past President of the International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) is President of International Theme Park Services, Inc. (ITPS), where "FUN IS A SERIOUS BUSINESS." ITPS is globally the leisure industry's leading independent, full-service consulting firm. Located in Cincinnati, Ohio, USA, ITPS is uniquely qualified to assist in all aspects of entertainment project development, and has worked on over 500 projects and in 50 countries since its inception in 1983. The corporate website is <http://www.interthemepark.com> and they can be reached by email at itps@interthemepark.com.

The 4th International Summer Forum of amusement industry specialists in Nizhny Novgorod

On July 15-17, 2015 the 4th International Summer Forum of experts of cultural and leisure sphere "Amusement industry in the regions of Russia" took place in Nizhny Novgorod.

The Organizer – Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA), with the support of the

Administration of Nizhny Novgorod and the Ministry of Culture of Nizhegorodsky region.

More than 120 specialists of various directions of leisure sphere from 50 cities of Russia (Moscow, Saint Petersburg, Kazan, Izhevsk, Saransk, Yekaterinburg, Tomsk, Irkutsk, Krasnodar, Belgorod, Krasnoyarsk, Kursk, Orel, Omsk, Rostov-on-Don and others), as well as from foreign countries – Italy, Spain, Germany and Kazakhstan participated in the Forum. Among them: directors and top managers of parks, entertainment centers, resorts, cultural institutions, leisure complexes, representatives of cities' administrations, manufacturers of entertainment equipment and other parties of concern.

Of course, this year at the Forum there were many specialists from Nizhny Novgorod. All big city parks and representatives from entertainment complexes participated in the event. Some of them should open soon, e.g. a big waterpark located in Avtozavodsky area. The director of constructing company, Andrey Dudkin, noted that it would be a unique waterpark that would not only bring entertainment to visitors of all age groups, but also would take into account the needs of people with disabilities for whom a special rehabilitation program will be worked out.

The opening of RAAPA Summer Forum took place in Marins-Park Hotel. Director of the Department of Culture of Nizhny Novgorod, Larisa Y. Motorina, welcomed the participants. She underlined the importance of holding the Forum in Nizhny Novgorod with many parks and other entertainment facilities. The Summer Forum should give the impulse to the development of amusement industry in the region, help to attract investors and experts to the implementation of important social and cultural projects.

On the first day of the event directors of parks and entertainment centers of Nizhny Novgorod made their speech and discussed the following issues: creation of modern public and recreation areas, implementation of new entertainment formats, edutainment as a modern approach to combine education and entertainment, problems of making business in terms of crisis, choosing the best service range for parks and FECs, the specifics of municipal enterprises operation, etc.

Russian and foreign manufacturers of amusement rides and entertainment equipment made presentations of their products and services within the frameworks of RAAPA Summer Forum. Among the speakers were presented well-known brands as well as newcomers in amusement industry: RIF, PlaySpace, UCS, Wiegand.Maelzer (Germany), Qubica AMF (USA), Bolid, Antonio Zamperla (Italy), PRO-mix company, ZEBEC (Spain), Carousel, Air Palace, DataKrat, Game City, Avrova Games, Italpark and others. Companies presented various opportunities for the organization of leisure. Very soon the entertainment novelties will appear in parks, museums and FECs of Nizhny Novgorod and other cities.

The second day of the Summer Forum started with a master-class "New strategies of efficiency improvement of amusement industry facilities" moderated by Lyudmila Kiselyova – a well-known expert on the management of entertainment complexes. During the master-class participants discussed the operation

experience of some entertainment facilities and the problems that face the industry business today.

Another aspect that makes RAAPA Summer Forums attractive for professionals is the opportunity to visit parks and FECs in the high peak of the season and meet personally with the directors.

The visited objects this year were:

Sormovsky Park is one of the biggest parks of Nizhny Novgorod with a wide range of entertainment: from kiddie playgrounds and rides to a zoo and a waterpark. Edutainment museum "Quarki" – is an interactive science and entertainment center with over 100 interactive exhibits which demonstrate the laws of physics and explain various natural phenomena. FEC Riviera – is one of the best entertainment complexes of Nizhny Novgorod aimed at a wide range of visitors of all age groups.

Probably, one of the most exciting moments during RAAPA Summer Forum was not connected with amusement industry at all. During the event participants visited the legendary Gorky Automobile Plant (GAZ) where they could get acquainted with its history, visit the assembly line and see with their own eyes how cars of the famous brand "GAZ" are created.

The last part of the business program was a visit to Avtozavodsky Park of culture and leisure – the central park of the biggest area of the city. Here the participants of RAAPA Summer Forum in Nizhny Novgorod were awarded with diplomas.

The third day was traditionally devoted to an excursion program. During the sightseeing tour participants enjoyed a boat trip on the Volga River, visited the key places of interest of Nizhny Novgorod: Rozhdesvenskaya Street, Alexander Nevsky Cathedral, Rozhdesvenskaya Church, Nizhegorodsky Kremlin, Bolshaya Pokrovskaya Street, Yurkov Gallery, etc. Participants also enjoyed a unique ride by an aerial tramway across the Volga.

According to the feedback of the majority of participants, RAAPA Summer Forum in Nizhny Novgorod was held successfully and productively surpassing all expectations. Everybody noted the high-class organization, the relevance of the program, as well as a business friendly atmosphere that prevailed at the event. Industry experts expressed the opinion that holding of such forums at so high level contributes to the development and popularity of amusement industry in the regions of Russia and provides a unique opportunity to communicate with colleagues from all over the country.

See you at our next RAAPA Summer Forum!

Wait for us in your city!

Olesia Lebedeva



Family entertainment centers being designed and put into operation in Russia and the CIS countries (during 2015-2016)

№	City/Location	Name of the facility	Project cost/ object area	Putting into operation/opening date	Entertainment component (operators presented)	Source
2015						
1	Balashikha	FEC «Vostochny Veter»	96 000 m ²	2 nd quarter of 2015	Kiddie entertainment center, food court	www.shopandmall.ru
2	Moscow	FEC «Tiara»	150 000 m ²	April 25, 2015	Multiplex, entertainment center, food court	www.malls2b.ru
3	Vladimir	FEC «Meridian»	7500 m ²	August 21, 2015	Kiddie entertainment center, food court	www.malls2b.ru
4	Smolensk	Family amusement park «Galaxy Park»	7500 m ²	August 2015	Bowling, billiards, table tennis, dodgem field, Q-Zar, simulation games and kiddie rides zones, kiddie maze, UFO carousel, Vortex-tunnel, mirror maze, lazer maze, roller drome, attractions, computer club, karaoke-club, food court	www.malls2b.ru
5	Barnaul	FEC «Prazdnichny»	18 700 m ²	3 rd quarter of 2015	Cinema, kiddie entertainment center	www.all-malls.ru
6	Irkutsk	FEC «Avatar»	19 500 m ²	3 rd quarter of 2015	Cinema, kiddie play zone, food court	www.all-malls.ru
7	Zhukovsky	FEC «Torgovy Park №1»	54 000 m ²	3 rd quarter of 2015	Kiddie playroom, kiddie playground	www.n1park-zh.ru
8	Kemerovo	FEC «Grand City»	40 700 m ²	3 rd quarter of 2015	7-hall multiplex «Kinoformat», kiddie entertainment center	www.all-malls.ru
9	Saransk	FEC «City Park»	86 000 m ²	3 rd quarter of 2015	Entertainment center «Madagascar», cinema, food court	www.shopandmall.ru
10	Samara	Wonder Park «Galileo»	1600 m ²	August 26, 2015	Exhibition items, constructions and rooms demonstrating scientific wonders	www.smr.galileopark.ru
11	Chernigov (Ukraine)	FEC «Hollywood mall»	134 000 m ²	September 4, 2015	Indoor amusement park, kiddie play zone, food court	www.malls.ru
12	Vladikavkaz	FEC «Alaniya Mall»	28 000 m ²	September 2015	Entertainment zone, restaurant, food court	www.malls.ru
13	Tbilisi (Georgia)	FEC East Point	\$ 90 million/ 65 000 m ²	September 2015	10-hall multiplex and IMAX, bowling center, food court, restaurants	www.spb.arendator.ru
14	Tver	FEC «RIO»	62 000 m ²	4 th quarter of 2015	5-hall multiplex, kiddie entertainment center, restaurants, food court	www.tashir.ru

№	City/ Location	Name of the facility	Project cost/ object area	Putting into operation/ opening date	Entertainment component (operators presented)	Source
15	Moscow	FEC «Wunderkind»	44 000 m ²	4 rd quarter of 2015	Slides from one floor to another, the highest rope maze in Moscow, trampolines, animal sculptures, amusement rides, mini-zoo with exotic animals, interactive games	www.marinsgroup.ru
16	Moscow	FEC «Slavyanka»	137 000 m ²	4 rd quarter of 2015	Cinema, food court, play-room	www.tpsre.ru
17	Perm	FEC «Planeta»	150 000 m ²	4 rd quarter of 2015	Cinema, kiddie entertainment center, food court	www.all-malls.ru
18	Pskov	FEC «Riga Grand Mall»	52 000 m ²	4 rd quarter of 2015	Multiplex, kiddie entertainment zone	www.malls2b.ru
19	Ulan-Ude	FEC «Forum»	58 500 m ²	4 rd quarter of 2015	Multiplex, kiddie entertainment center, food court	www.realty.irk.ru
20	Moscow	FEC «BABY STORE»	14 600 m ²	4 rd quarter of 2015	Winter icerink, football and basketball court, amusement rides, kiddie edutainment center	www.rental-business.ru
21	Krasnodar	FEC «Imperium»	14 800 m ²	September 25, 2015	Night club, karaoke club, bowling, 2-hall cinema, kiddie play grounds	www.imperium24.ru
22	Minsk (Belarus)	FEC «Dana Mall»	97 000 m ²	4 rd quarter of 2015	Kiddie club, playground, cinema, food court	www.dana-mall.com
23	Moscow	FEC «Olympic Park»	20 000 m ²	4 rd quarter of 2015	Food court, 5D-cinema, summer kiddie playground, open icerink	www.shopandmall.ru
24	Korolev	FEC «Bolshevo»	52 000 m ²	4 rd quarter of 2015	Cinema	www.malls2b.ru
2016						
25	Barnaul	FEC «Pioneer»	80 000 m ²	1 st quarter of 2016	9-hall multiplex «Pioneer CINEMA», amusement park «Pioneer Park», food court, fitness club	www.all-malls.ru
26	Nefteyugansk	FEC «15 microrayon»	30 000 m ²	1 st quarter of 2016	Cinema, kiddie play zone	www.all-malls.ru
27	Naberezhnye Chelny	FEC «Sunrise City»	20 000 m ²	2 nd quarter of 2016	Entertainment zone, cafes, restaurants	www.malls.ru
28	Mytishchi	FEC «Yaroslavka Mall»	114 500 m ²	2 nd quarter of 2016	Cinema, entertainment center, cafes, restaurants, food court	www.essence- development.ru
29	Moscow	FEC «Green Mall»	315 000 m ²	4 rd quarter of 2016	Big entertainment zone, multiplex, cafes, restaurants, food court	www.all-malls.ru
30	Astrakhan	FEC «Park House»	74 800 m ²	4 rd quarter of 2016	Kiddie entertainment center, multiplex, cafes, restaurants, food court	www.all-malls.ru