



АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

ATTRACTIONS & ENTERTAINMENTS

№ 25 октябрь 2018

В НОМЕРЕ:

- Как продать впечатления
- Итоги Летней встречи РАППА в Уфе
- PR и контр-PR в индустрии развлечений
- Финансовая безопасность крытого парка

Информационно-рекламный журнал для профессионалов индустрии развлечений



Наталья Лиховецкая

Генеральный директор парка аттракционов
«Хэппилон», г. Сургут



ЛЕТНИЕ ВСТРЕЧИ РАППА

Ежегодное мероприятие

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



Летние встречи РАППА это:

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



Ждите нас в своем городе!

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

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

От редактора 3

ИНТЕРВЬЮ
Как продать впечатления
Н. Лиховецкая 4

ВЫСТАВКИ СЕМИНАРЫ КОНФЕРЕНЦИИ
Итоги РАППА ЭКСПО - 2018
А. Осипов 8

СОБЫТИЕ СЕЗОНА
Золотой Пони Москва - 2018 14

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС
Не «мимо кассы»
П. Тимец 16

ТЕНДЕНЦИИ ИНДУСТРИИ
Санкт-Петербург и РАППА
А. Осипов 20

ПРАВОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ
На каком этаже?
Т. Буряк 22

ЛЕТНИЕ ВСТРЕЧИ
Летняя встреча РАППА в Уфе
М. Горбачева 26



XXI Международная выставка

РАППА ЭКСПО 2019

13-15 марта 2019 г.

Москва, ВДНХ, павильон 75



АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



13 марта Церемония награждения «Золотой Пони Москва-2019» проводит журнал «Games & Parks Industry».

11-15 марта Деловой форум профессионалов индустрии развлечений

Организатор выставки:

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



Генеральный спонсор: **Мир**
Генеральный информационный партнер: **КИР**



«АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ»
Информационно-рекламный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:
Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА)

ИЗДАТЕЛЬ:
Автономная некоммерческая организация «Учебный Центр РАППА»

Адрес редакции:
Россия, 129223, г. Москва, пр-т Мира, 119, ВДНХ, стр. 537/3, оф. 37
АНО «Учебный Центр РАППА»
Тел/факс: (495) 234-52-33
E-mail: tec@raapa.ru; http://www.raapa.ru

РЕДАКЦИЯ:

Главный редактор
Игорь Родионов

Дизайн, верстка
Ксения Лисицина

Над номером работали:

- Марина Горбачева
- Марина Мазина
- Диана Лукина
- Марина Илмензеер
- Андрей Осипов
- Ольга Анхимок



РААРА EXPO 2019

March 13-15, 2019

Pavilion 75,
VDNH, Moscow



AMUSEMENT RIDES & ENTERTAINMENT EQUIPMENT



March 13 International Awarding Ceremony «Golden Pony Moscow-2019» promoted by «Games & Parks Industry» magazine.

March 11-15 Business Forum of amusement industry professionals

Expo Organizer:

Tel. +7(495) 234-5015, +7(495) 234-5268
E-mail: raara@raara.ru, website: www.raara.ru/en

General Sponsor:



General Media Partner:

КИР



RAAPA representatives in China: ACE Marketing Inc. Tel: 86-21-51082666*202; www.acemarketing.com.cn
Guangdong Grandeur International Exhibition Group Co., Ltd. Tel: 86-20-28967766; www.chinaamusement.com

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.

БЕЗОПАСНОСТЬ

Сертификация аттракционов

А. Белкин 32

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Прогрессивные форматы для РЦ

В. Тукаева 34

БЕЗОПАСНОСТЬ

Прыжки в высоту

В. Довженко 38

ПАРКИ

Реутов в «Восторге»

А. Жаворонкова 42

ПОЛЕЗНО ДЛЯ БИЗНЕСА

PR и контр-PR в индустрии развлечений

А. Тарасов 46

ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ

Архитектурный бетон

А. Земцов 50

СТАТИСТИКА И ФАКТЫ

Проектируемые и строящиеся ТРЦ в России (2018-2020 гг.) 58

ENGLISH VERSION 60

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

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77 – 26958.

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

Отпечатано в ООО ПО «Периодика». Тираж 5 000 экз.

Дорогие читатели!



Рад новой встрече с Вами на страницах журнала «Аттракционы и Развлечения»!

Позади остается летний парковый сезон, который для многих стал очень насыщенным и интересным. Этому спо-

В связи с этим, вполне логично, что тема безопасности стала одной из центральных в номере, причем не только техническая, но и правовая, и экономическая. Ведущие эксперты расскажут об изменениях в законодательстве в области эксплуатации аттракционов; юридических тонкостях размещения детских игровых зон в торгово-развлекательных центрах; о безопасности популярных сегодня батутных арен.

Всех волнует, как сделать бизнес развлечений максимально эффективным, поэтому мы продолжаем собирать мнения и опыт ведущих специалистов развлекательной отрасли. В этом номере Вы узнаете, какие тенденции и форматы досуга сегодня наиболее актуальны, а также как повысить выручку парка за счет сокращения злоупотреблений.

Наши авторы расскажут о том, как с помощью современных инструментов PR сделать свой парк популярным и как «бороться» с его «недоброжелателями»; о новых технологиях тематического оформления парков; о юбилее парка в Реутове.

Итоги премии Golden Pony Moscow-2018 и Летней встречи РАППА в Уфе, рекорды выставки РАППА ЭКСПО-2018, новости с Международного экономического форума в Санкт-Петербурге – обо всем этом и многом другом Вы сможете прочитать в свежем номере журнала «Аттракционы и Развлечения».

Надеемся, что каждый читатель найдет в этом выпуске интересную и полезную для себя информацию. Желаю Вам удачи и больших побед в индустрии развлечений!

Главный редактор
Игорь Родионов



КАК ПРОДАТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Наталья Лиховецкая

Генеральный директор парка аттракционов «Хэппилон», г. Сургут

Мы продолжаем обсуждать специфику ведения развлекательного бизнеса в России, который в этом году столкнулся с очередными трудностями и испытаниями. Насколько все-таки «торговлю впечатлениями» можно считать сегодня перспективной, и, главное, возможно ли этот бизнес сделать простым, понятным и стабильным. Как показывает практика, многие стандартные подходы рушатся об иррациональность индустрии развлечений. Вероятно, здесь нужен какой-то другой, «сумасшедший» метод, который позволит добиться успеха на этом поприще.

Своим уникальным опытом с нами поделилась Наталья Лиховецкая – генеральный директор парка аттракционов «Хэппилон» (г. Сургут), учредитель проектов: «Город развлечений «Игрополис» (г. Когалым); «КвикиПарк» (г. Нижневартовск, г. Когалым), а также автор нескольких концептуальных ресторанов.

Наталья, Вы неоднократно посещали парки развлечений США. Наверняка Вы согласитесь, что нам до них пока «как до Марса». И все же, какой опыт можно извлечь из работы западных парков, который пригодился бы в России?

С 2004 года я изучаю мировую практику: где я могла бы перенять опыт и внедрить его в свои проекты. Первая моя поездка в Америку перевернула мое сознание и помогла открыть мой первый концептуальный проект развлекательного комплекса в 2009 году. Самое главное, чему мы должны у них учиться – планированию и качеству управления! Во многих случаях, когда мы открываем парки или центры, у нас отсутствует четкая концепция развития, что приводит к неудаче. Замечу, что концепция должна предшествовать открытию бизнеса. В России она нередко создается «по ходу дела» и не может исправить изначально допущенных ошибок. Этот бизнес диктует нам жесткие требования к качеству управления. Целесообразно обращаться к профессиональным операторам. Впрочем, в России в нашем сегменте их крайне мало, а операторы крупных парков в стране вообще отсутствуют.

Можно с уверенностью сказать, что правильное планирование, разработка и реализация проекта тематического парка или центра обеспечат бизнесу существенную отдачу на вложенные деньги.

Все ваши центры имеют разную концепцию. Можете отметить преимущества каждого из них, и какой формат центра на Ваш взгляд сегодня наиболее востребован?

Развлекательный бизнес – это бизнес, который на 100% должен ориентироваться на запросы потребителя. Если в других нишах возможна маскировка (например, отвлек от содержания упаковкой. Или же просто умолчать о каких-то свойствах продукции/услуги), то в нашем бизнесе это невозможно. Да, современные потребительские тренды рожают новые форматы в индустрии развлечений. Но главное – концепция, функциональность и впечатления. Это три кита, на которых держится развлекательный бизнес. Основа успеха концепции – удовольствие и эмоции, которыми будут заряжаться гости вашего центра. А какой формат вы на них, на китах, будете строить – завит уже от вашей фантазии и размера инвестиций в бизнес.

Какой основной набор услуг должен присутствовать в семейном развлекательном центре?

Продуктом в индустрии развлечений в широком смысле являются впечатления и эмоции, получаемые посредством потребления услуг и товаров, достаточных для удовлетворения потребностей в процессе и в целях развлечения. Современные развлекательные центры и



парки редко останавливаются на одном направлении, и, как правило, в основе их предложений лежит продукт, содержащий комплекс развлечений и ряд сопутствующих услуг. Обязательно должно быть «ядро» (базовый продукт), якорный вид деятельности, основное направление работы объекта развлекательной инфраструктуры, генерирующее поток целевой аудитории. В качестве якоря, как правило, выступают: аттракционы, лабиринты, игровые автоматы, батуты и т.д. И «периферия» (дополнительный продукт) – комплекс сопутствующих услуг центра или парка развлечений. Это могут быть: организация Дней рождений, точки питания, продажа сувениров, аквагрим и т.д. Перечень дополнительных услуг, их разновидности и сочетание являются индивидуальными для каждого развлекательного объекта, и определяются линией позиционирования, тематизацией объекта, объемом капиталовложений, наличием свободных площадей, техническими требованиями, наличием объектов, расположенных вблизи развлекательного комплекса.

Как собрать хорошую команду парка? Что самое важное в управлении развлекательным центром?



Развлекательный бизнес – это бизнес, который на 100% должен ориентироваться на запросы потребителя.



Дам несколько советов:

1. Нанимайте лучших в мире.... И платите лучшую в мире зарплату. Это фундамент!
2. Вкладывайте инвестиции в своих сотрудников;
3. Учредите «Венчурный фонд», пусть не большой;
4. «Поперчите» программы обучения «ненормальными стандартами»;
5. Внедряйте (и исповедуйте!) философию «Вверх» или вон»;
6. Стимулируйте напряжение, а не консенсус;
7. Цените результаты, а не красивые презентации!

Какие тренды в продвижении развлекательного бизнеса Вы бы выделили?

Новая экономическая реальность создает основу для возникновения и развития новых трендов, «волн» на потребительских

рынках. Задача любого бизнеса поймать свою «волну» и оказаться на ее гребне. Все тренды выделены и сформулированы таким образом, чтобы дать бизнесу возможность уже сейчас сделать четкие шаги и выбрать практические инструменты, чтобы улучшить взаимосвязь со своими клиентами, понять их удовлетворенность, и как следствие, увеличить доходность своего бизнеса. Если вы понимаете, как меняются люди, их потребности и желания, можно максимально адаптировать услуги и продукты к будущему. В зависимости от того, как меняется потребитель, меняется и бизнес-модель. Если вы хорошо знаете своих потребителей, особенно, если смотрите в будущее, понимаете, что им будет интересно и почему, вам будет легче выбрать и выстроить информационную и маркетинговую концепцию Ваших проектов.

Для себя мы выделяем 6 основных трендов: «Поколения», «Безопасность потребления», «Мгновенная реакция», «Гендерное равенство», «Подключенное общество», «Кастомизация».



Насколько нам известно, Вы активно стали заниматься ресторанами, причем необычного формата. Расскажите подробнее об этом направлении, и чем Вы руководствовались, выбирая концепции заведений?

Работая в индустрии развлечений мы все время идем в ногу с индустрией гостеприимства. Так или иначе в каждом нашем проекте присутствует ресторанный элемент. И, по моему абсолютному убеждению, работая в этом направлении с «аутсерами», я не получаю нужного качества, потому что никто не хочет заморачиваться с детским меню... Поэтому мы решили сами! Меняется экономика, меняется потребитель. Размываются границы традиционных сегментов, появляются новые форматы и мы заняли нишу формата «Fast Casual», который быстрыми темпами вытесняет форматы «Fast Food» и «Casual Dining». Главные преимущества, которые отличают этот формат: качественные интересные интерьеры, возможность не только поесть но и провести время, вкусная и разнообразная еда (не просто гамбургеры, а первоклассные гамбургеры), фокус на ингредиентах, наличие многоцветной посуды, средний чек ниже, быстрое обслуживание, нет обслуживания официантами за столиками, небольшая площадь заведения. Новый формат – это микс двух, уже практически изживших себя форматов. И результат успешной трансформации наших ресторанов это еще раз подтверждает!

В начале года Вы очень успешно провели тренинг в Москве под броским названием «Развлекательный центр, который обречен на успех». Можете сейчас лаконично ответить на этот вопрос: что обрекает предприятие индустрии развлечений на успех?

На мой взгляд, компании, способные видеть настоящее и творить будущее, чувствовать особо остро потребности клиентов, предвосхищать и даже создавать новые тенденции, имеют наибольший потенциал развития и успеха!

Новая экономическая реальность создает основу для возникновения и развития новых трендов.

Считаете ли Вы развлекательный бизнес сложным? Какие главные риски, на Ваш взгляд, в нем присутствуют?

Многие считают и идут в этот бизнес, потому что он кажется слишком «привлекательным и простым». Но многолетняя практика доказывает, что это далеко не так! В чем же сложность на мой взгляд:

1. Большие и постоянные инвестиции в инфраструктуру;
2. На порядок выше требования гостей;
3. APL – больше в два раза;
4. Большой штат;
5. Повышенное внимание к безопасности;
6. Отсутствие законодательной базы.

Можете поделиться какими-то планами по развитию Вашего бизнеса? Новые проекты, мероприятия?

Я сумасшедший руководитель и собственник в плане идей. Мы не стоим на месте! Есть привлекательные свободные ниши в сегменте парков аттракционов среднего размера, а ниша крупных тематических парков не заполнена вообще. При этом спрос на развлекательные услуги не удовлетворен, а потребность общества в привлечении дополнительных потоков туристов очевидна. Моя мечта, и вся наша команда про это знает, в 2022 году открыть огромный тематический крытый парк аттракционов. Инвесторы, отзовитесь!

Какие советы Вы бы дали начинающим предпринимателям, чтобы преуспеть в развлекательном бизнесе?

Не бояться перемен. Научиться играть в совершенно новую игру. Игру под названием «Представить заново», в которой принцип «лучше» больше не действует. Мы живем в условиях сильной конкуренции и единственный способ конкуренции – это «гиперконкуренция», при которой устойчивое преимущество является недостижимым! Придумать идею и затем реализовать ее не так сложно. Сложно сделать так, чтобы продукт продавался, чтобы он «попал в рынок» и запустил раскручивающуюся спираль роста. «Выдели главное, убери лишнее и создай проект, который тебя вдохновляет» (Айше Берсел).

Ваши пожелания коллегам – читателям журнала.

Скажу словами Тома Питерса: «Неудачи», вкупе с невероятно смелыми гипотезами и невероятно упорным трудом – это то, к чему компании и отдельные люди должны стремиться. Любой ценой! Без напряжения... дикого! Вам не удастся выиграть главный приз, который называется... Гиперуспех в драке-без-правил. Все происходит так быстро, что латание дыр не приносит успеха. Только настоящие игроки, хватающиеся за каждую идею, что приходит в голову, если она достаточно сумасшедшая, чтобы в случае успеха изменить мир, имеют шансы на выживание.

Беседовал Игорь Родионов



САМАЯ ПОПУЛЯРНАЯ СИСТЕМА АВТОМАТИЗАЦИИ ПАРКОВ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ



14 лет

Большой и успешный опыт в индустрии развлечений



Лидирующее положение на рынке автоматизации предприятий индустрии развлечений

900+ проектов

Более 900 успешно реализованных проектов



Уникальность, широкие возможности функционал системы

78 дилеров

Широкая сеть дилеров в 12 странах мира



Разработка и адаптация продукта под требования рынка индустрии развлечений

365 дней

Поддержка и сопровождение 365 дней в году



Типовые и индивидуальные решения

Итоги XX Юбилейной Международной выставки
«Аттракционы и развлекательное оборудование
РАППА ЭКСПО-2018»



ЮБИЛЕЙНАЯ ВЫСТАВКА

С 1 по 3 марта 2018 года в Москве в павильоне 75 на ВДНХ с успехом прошла 20-я Юбилейная международная выставка «Аттракционы и развлекательное оборудование РАППА ЭКСПО-2018».

Организатор выставки – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). Генеральный спонсор – группа компаний «Мир»; генеральный информационный партнер – журнал «КИР»; интернет-партнеры выставки: vtorio.com, rides.zone и др.

В выставке приняли участие около 200 компаний из более чем 20 стран мира (Италии, Канады, Беларуси, Мексики, Турции, Испании, Великобритании, Бельгии, Германии, Китая, Эстонии, Тайваня, Швейцарии, ОАЭ, Нидерландов и др.), которые представили все основные направления современной индустрии развлечений: аттракционы парковые, игровые автоматы и симуляторы, 5D-кинотеатры, аттракционы виртуальной реальности, оборудование для детских и спортивных площадок, тир, батуты, веревочные парки, тематический дизайн, устройства контроля доступа, системы автоматизации, бильярд, боулинг, аквапарки, вендинг-оборудование, торговые и призовые автоматы, услуги по проектированию парков, аквапарков и развлекательных центров, обучение персонала, организа-

ция праздничных мероприятий, ландшафтное оформление, услуги общественного питания и многое другое.

36 компаний приняли участие в выставке впервые, что является своеобразным рекордом по числу новых экспонентов, и в очередной раз доказывает, что рынок аттракционов в России продолжает развиваться.

Отметим самые заметные тенденции и новинки выставки в этом году.

Возвращение динозавров. Древние ящеры снова доказали, что являются одной из самых востребованных тем в индустрии развлечений. Аниматронику и роботов-динозавров самых различных размеров в этом году на РАППА ЭКСПО можно было встретить на каждом шагу. Почти все они были раскуплены посетителями.



Колесо чудес. Индустрия развлечений, как и все, меняется, но классика остается классикой. Самый классический парковый аттракцион – колесо обозрения, был представлен на выставке почти десятком компаний. Причем большинство из них не ограничились рекламными буклетами, а привезли большие макеты аттракционов и готовые пассажирские кабинки.

VR-технологии. Виртуальная реальность с каждым годом занимает на РАППА ЭКСПО все большее

место, что выражается в значительном числе компаний, предлагающих данный вид продукции. Фишка этого сезона – интерактивный видеомэппинг, позволяющий «оживлять» пространство и превращать его в площадку для игр и развлечений.

Также на выставке выделялись **детские игровые площадки** оригинального дизайна и развлекательные комплексы для самых маленьких. Многие компании предлагали готовые решения детских развлекательных комплексов или даже проекты по франшизе, как, например, известная сеть парков активного отдыха «Замания», впервые участвовавшая в выставке.

Креативные решения. К данной категории можно было отнести широкую линейку продукции на выставке: мобильные караоке-кабины из Испании, инновационную надувную горку из Германии, уличные музыкальные инструменты из Владивостока, огромную игру Angry Birds, по-настоящему страшную «комнату страха» и другие интересные новинки.

Значительное число компаний предложили услуги по проектированию и оснащению аквапарков и развлекательных центров, продемонстрировав их на выставке в виде макетов развлекательных комплексов.



Традиционно на выставке были широко представлены семейные и детские аттракционы, надувные и спортивные батуты, веревочные парки и мягкие игровые комнаты.

Участие в выставке приняли все основные поставщики быстрого питания, которые не только выставили свое оборудование и продукцию, но и провели мастер-классы по приготовлению блюд.

Лучшие экспозиции выставки были отмечены Золотыми медалями РАППА. Ими стали стенды компаний: Brunswick/KidsPlay, Polin Waterparks (Турция),

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



НИКОЛАЙ ДОЛЖАНСКИЙ
Компания «Болид»,
г. Санкт-Петербург

В этом году на РАППА ЭКСПО мы привезли комплект тировых аттракционов, выставились как поставщик мягкой игрушки для призовых аттракционов, а также представили несколько активных игр, в т.ч. нашу новинку – аттракцион «Бананод».

Впечатления от выставки хорошие. В первый день было много посетителей; второй день можно назвать более целевым – каждый гость стенда желал пообщаться не меньше, чем полчаса. По сравнению с осенней выставкой, где люди были более осторожны к вложению денег, эта выставка показала, что предприниматели все же не упали духом, и готовы развивать центры, парки, строить новые объекты. В этом плане обстановка на выставке порадовала.

С каждым годом выставка становится все лучше, и я желаю организаторам держать заданную высокую планку.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



РЕГИНА ШАЙГАНОВА

Компания «Оранж СПб», г. Владивосток

Это дебютная для нас выставка. На ней мы представили новый для российского рынка продукт, который прекрасно подойдет для городских двори-ков, парков и скверов – это уличные музыкальные ин-струменты для детских площадок. Данное изделие будет интересно не только детям, но и взрослым.

Нашей продукцией заинтересовались владельцы парков, ТРЦ и начинающие предприниматели, от-крывающие базы отдыха. С ними были достигнуты определенные договоренности.

Мы рады были принять участие в выстав-ке РАППА ЭКСПО, планируем сюда приезжать в дальнейшем.

Италпарк, PlaySpace, RIF, Aqua Fun Park Products (Германия), SprintMix, Алтай Композит, Новые гори-зонты и RAZAR.

Два бизнес-тренинга провели специалисты ком-пании «Крытые парки аттракционов» Павел Тимец и Ксения Биушкина: «Маркетинговый календарь раз-влекательного центра – один раз и на весь год» и «Фи-нансовая безопасность: увеличение выручек за счет предотвращения злоупотреблений».

Впервые мастер-класс в рамках РАППА ЭКСПО провели специалисты компании «Моя команда» из Сургута на тему: «Развлекательный центр, который обречен на успех: актуальные инструменты увеличе-ния выручки и повышения эффективности работы».

Проблемы безопасности развлекательного обо-рудования рассматривались на семинарах: «Новые тре-бования обеспечения безопасности аттракционов и надувного игрового оборудования» и «Практика без-опасной эксплуатации детских игровых и спортивных площадок».

Для специалистов открытых парков прошла конфе-ренция «Современный парк, как многофункциональ-ный культурно-развлекательный комплекс» и мастер-класс «Независимая оценка работы парка культуры и отдыха. 100 параметров успешной работы».

Одной из самых востребованных стала конфе-ренция «Актуальные технологии повышения эффектив-ности работы аквапарков», собравшая значительное число российских и зарубежных экспертов.

Самым же массовым мероприятием деловой про-граммы стал круглый стол «Новые технологии и фран-

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



ПАВЕЛ ОСМОЛОВСКИЙ

Компания «KACHALKI.BY», г. Минск

Мы представляем производителей развлека-тельного оборудования из Польши. На выставку мы привезли различные качалки для детей от 2 до 7 лет. Наши аттракционы актуальны у детей всег-да, поскольку в раннем возрасте им еще не так нуж-на виртуальная реальность. Для детей постарше мы представили аттракцион Миеры, аэрохоккей, призовые автоматы.

Мы не первый год участвуем в выставке РАППА ЭКСПО, и нам нравится, как она улучшается. Юби-лейная выставка получилась масштабной, много зарубежных компаний. Очевидно, что индустрия развивается, и вместе с ней развивается РАППА, растет ее международный статус.

В деловой программе выставки приняли участие 400 специали-стов из России, стран СНГ и зарубежья.

администраций городов и регионов, девелоперы и инвесторы, владельцы и директора домов отдыха, го-стиниц, курортов, производители, поставщики и дис-трибьюторы развлекательного оборудования, инди-видуальные предприниматели, представители СМИ и другие заинтересованные лица.

Выставка сопровождалась насыщенной деловой программой. В различных мероприятиях приняли участие более 400 специалистов из России и зарубеж-ных стран. Тренинги и мастер-классы провели веду-щие российские и зарубежные эксперты индустрии развлечений.

Для крытых развлекательных центров были прове-дены: семинар «Мировые тренды общепита для парков и развлекательных центров», семинар «Перезагрузка развлекательного центра» (тренер Людмила Киселева).





шизы индустрии развлечений», где были рассмотрены актуальные форматы развлекательных центров, возможности мобильных приложений для парков, новейшие технологии дополненной реальности и др.

Помимо экспозиции и деловой программы выставка запомнилась вручением ежегодной международной премии «Golden Pony Moscow 2018» (учредитель издательский дом Facto Edizioni, Италия). Торжественная церемония состоялась 1 марта на приеме, посвященном открытию выставки. Лауреатами 2018 года стали: РЦ «ЧайЛэнд» (г. Сыктывкар), парк «Лукоморье» (г. Саратов), парк «Лакреевский лес» (г. Чебоксары), РЦ «Funky Town» (г. Костанай, Казахстан), аквапарк «Улет» (г. Ульяновск), РЦ «Веселые джунгли» (г. Красноярск), РЦ «Happyton Adventure» (Астана, Казахстан), парк «Панда Парк - Мещерский» (г. Москва), РЦ «Play Ventura» (г. Курск), парк «Zazaland» (г. Ереван, Армения).

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**АЛИНА
КЛАВИНА**

Компания
«SPI Global Play»,
Великобритания

Наша компания занимается дизайном развлекательных комплексов и производит такие аттракционы, как: минигольф, скалодромы, боулинг, лазертаг и другое оборудование.

Выставка РАППА ЭКСПО показалась нам очень интересной, было много российских посетителей. Это новый для нас рынок, на который мы вернулись спустя три года, и планируем участвовать в выставке в дальнейшем. Желаем РАППА ЭКСПО больше участников, чтобы создавать конкуренцию, т.к. это интересно и посетителям, и экспонентам.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ



**ОЛЕГ
МАРКОВ**

Компания «Лига-Парк»,
г. Минск

Мы производим детские мобильные аттракционы. В этом году на выставку мы привезли новинку – Мобиринт на шасси, который за два часа можно превратить в детский аттракцион с лабиринтом и батутами. Его можно привезти в любую точку, разложить и работать.

Выставка очень понравилась. В этом году она больше, много специалистов из регионов и других стран. Организаторам желаю и дальше так же работать и совершенствоваться.

Не прошел без внимания и 20-летний юбилей выставки РАППА ЭКСПО. На торжественном вечере 2 марта организаторы наградили памятными наградами многолетних партнеров и участников выставки.

Результаты выставки РАППА ЭКСПО-2018 показали, что индустрия развлечений в России продолжает развиваться. Выставка продемонстрировала актуальные тренды мирового рынка развлечений, современные технологии и форматы досуга, которые будут в ближайшее время радовать посетителей парков, аквапарков и развлекательных центров.

За годы своего существования выставка РАППА ЭКСПО стала не просто мероприятием, где два раза в год отечественные и зарубежные производители презентуют свою продукцию и услуги. Выставка превратилась в уникальную деловую площадку, где происходит обмен опытом между профессионалами отрасли, рождаются новые идеи и проекты, способствующие развитию и совершенствованию сферы досуга в нашей стране.

Андрей Осипов

Ждем Вас на следующих выставках РАППА ЭКСПО!

XXI Международная выставка
«Аттракционы и развлекательное оборудование
РАППА ЭКСПО-2019»

13 - 15 марта 2019 года, Москва, ВДНХ, пав. 75

С НАМИ В МИР РАЗВЛЕЧЕНИЙ!

МЫ ОБШАРИЛИ ВСЕШ МИР

А ТЕПЕРЬ ЕЩЕ ШАРЫ, КОТОРЫЕ СВЕТАТСЯ В УЛЬТРАФИОЛЕТЕ

Специальная цена на шары для участников выставки по слову «РАППА»
8 800 70 74 680
(звонок бесплатный)

MANAGER@TDF AUS.RU
WWW.TDF AUS.RU
8 922 134 76 53

ФАБРИКА УСПЕХА
СОЛОМОН ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

НОВЫЕ ИДЕИ ПАРКОВ 2018

Россия, Алтайский край, г. Барнаул, поселок Центральный, ул. Мира, 42
Офис: 8 (385-2) 677-151
Мобильный: 8-960-936-8924
www.acompozit.ru / info@acompozit.ru

АК Алтай композит

Лауреаты «Золотого



ДРЦ
«Funky Town»
г. Костанай,
Казахстан



Парк
аттракционов
«Play Ventura»
г. Курск



Парк
«Happyton
Adventure»
г. Астана,
Казахстан



Парк
аттракционов
«ZazaLand»
г. Ереван,
Армения



Аквапарк
«Улет»
г. Ульяновск



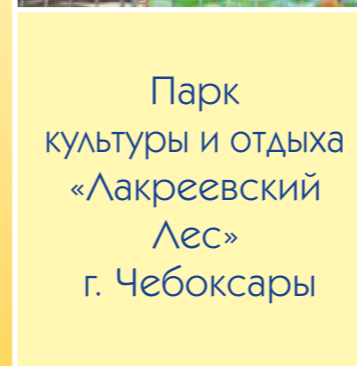
Пони Москва – 2018»



Парк
приключений
«Веселые Джунгли»
г. Красногорск



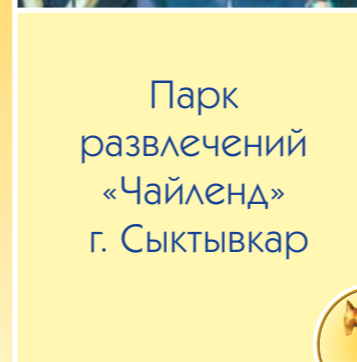
Городской парк
«Лукоморье»
г. Саратов



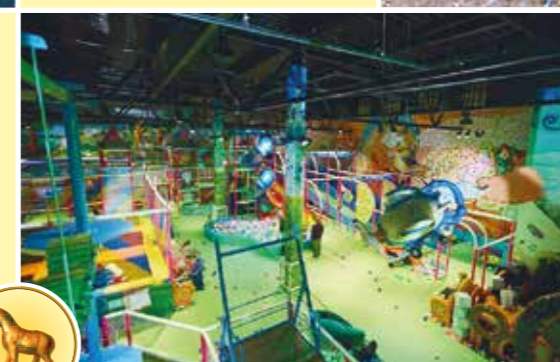
Парк
культуры и отдыха
«Лакреевский
Лес»
г. Чебоксары



«Панда Парк
Мещерский»
г. Москва



Парк
развлечений
«Чайленд»
г. Сыктывкар





НЕ «МИМО КАССЫ»

Увеличение выручек за счет предотвращения злоупотреблений

Павел Тимец
Эксперт в сфере строительства
и управления развлекательными центрами

В начале «нулевых» был разрешен игорный бизнес, в котором по причине высоких оборотов и сверхдоходов, особенно тщательно относятся к деньгам. В наших развлекательных центрах стояли электронные рулетки и платные игровые автоматы, что из-за обилия денег становилось дополнительным толчком для хищений.

Ловкие крупные воровали фишки, кассиры не пробивали чеки, забирая деньги себе, а бармены не доливали алкоголь и продавали напитки «мимо кассы». Мы оказались более проворными. Мало того, что всё подметили, так еще на каждого хитреца нашли управу и способ контроля.

Наши парки могут «похвастаться» колоссальным опытом пресечения злоупотреблений со стороны персонала, который подходит для любого формата сферы развлечений: небольшого детского центра, бара, ночного клуба, боулинг-клуба, бильярдной, крупного парка развлечений.

Почему важно бороться со злоупотреблениями

Отсутствие системы финансовой безопасности и отслеживания злоупотреблений несёт риски, которые порой достигают 10-30% потерь от оборота компании. Если вы хотите увеличить прибыль, зачастую вопрос стоит не только в росте продаж, но и в снижении злоупотреблений.

При желании, обнаружить нарушения можно практически во всех направлениях работы развлекательного центра. Самые крупные потери прибыли несут продажи, складская и закупочная деятельность, приписывание рабочих часов.

Как-то я консультировал ночной клуб по вопросу увеличения продаж. Оказавшись в заведении, я подметил нацеленность на увеличение продаж, но при этом полное игнорирование системы контроля. Бармены уносили по 20 тыс. рублей со смены, воруя деньги из кассы и придумывая варианты обмана на баре.

Одна из схем выглядела следующим образом: приходит подставной Гость, например, друг бармена, и

заказывает коктейль за 500 рублей. Передаёт бармену купюру в 1000 рублей. Через пару минут Гость получает напиток и сдачу 4500 р. Так повторяется несколько раз. После смены друзья встречаются, чтобы передать деньги.

Предотвратить подобные махинации несложно, достаточно соблюсти базовые условия минимизации злоупотреблений.

Условия сокращения злоупотреблений

Базовые меры введения системы контроля на территории развлекательного центра влияют не только на безопасность, но и на смежные процессы операционной деятельности парка (качество сервиса; анализ продаж, работа сотрудников, посещаемости; лояльность полиции за предоставление информации и т.д.).

Минимизировать злоупотребления вам помогут:

- введение системы электронного контроля продаж (iiko, r-keeper, tillupad и др.),
- установка системы видеонаблюдения и видеоконтроля,
- система учета рабочего времени персонала.

Остальное – выстраивание процессов, направленных на контроль за безопасностью и дальнейшие рекомендации – я даю с учетом того, что базовые условия в развлекательном центре уже обеспечены.



Нарушения в точках продаж

В развлекательном центре существует ряд зон, где чаще всего персонал попадает на кражах и других нарушениях, это:

- кассы входа в парк развлечений или продажи карт,
- зона досмотра (турникет входа) для заведений с платным входом,
- бары,
- кафе и рестораны (официанты, кухня, касса кафе),
- аркады и платные аттракционы.

Чтобы осознать масштабы бедствия, скажу, что у нас есть отдельный восьмичасовой тренинг по увеличению выручек и прибыли за счет предотвращения злоупотреблений в точках продаж. Охватить весь пласт информации в одной публикации вряд ли удастся, поэтому ограничусь лишь частью рекомендаций, которые помогут вам выстроить систему контроля.

«Слепые инкассации»

Для всех кассовых узлов советую ввести систему «слепых инкассаций», которая снижает возможность махинаций с наличными средствами. Эту практику мы переняли из опыта работы в казино.

Кассирам и барменам важны учёт и правильное сведение – проверка результатов соответствия чеков и оставшейся продукции. Например, на смену выделили 100 порций чая, продали 60. Должно остаться 40 порций и деньги за 60 порций чая. Дальше мы смотрим, совпадают ли цифры. Учёт можно вести каждый день, раз в неделю или раз в месяц. Чем чаще – тем выше эффективность, но и больше затраты.

«Слепая инкассация» – следующий уровень, и она не имеет смысла, если не выстроен учёт. Её вводят для случаев, когда бармен не доливал алкоголь и делает из двух порций три. С Гостя он берёт деньги за три коктейля, а в кассу кладёт за две, оставляя остаток себе.

Контроль за подобными схемами регулируется «слепыми инкассациями». Что это такое? В любой момент инкассатор может пройти по точкам продаж и, не пересчитывая, изъять всю выручку (кроме размена). Деньги запечатывают в конверт, на склейке которого ставят дату, время, название кассы, подразделения, подписи, фамилию сотрудника, сдавшего выручку, и сотрудника, принявшего её. Всё делается так, чтобы конверт нельзя было вскрыть без нарушения целостности. Процедуру можно повторять несколько раз в день, в зависимости от объёма продаж.

Конверты, с изъятными в течение смены денежными средствами, передают кассиру-инкассатору. После окончания смены бармен вместе с кассиром-инкассатором вскрывают все конверты с выручкой за смену и считают выручку бармена за отработанное время. Если сотрудники работают честно, конечное сведение не вызовет дополнительных вопросов. В случае, когда кассовая дисциплина нарушена, я советую подключать видеонаблюдение и искать слабые места.

Система контроля бара

Если в заведении в большом количестве продают алкоголь, имеет смысл ввести систему контроля бара, которая встраивается в систему операционного учета в iiko и r-keeper.

Бутылки с алкоголем и другими напитками оснащают специальными гейзерами с электронными микрочипами. Налить из такой бутылки можно только после пробития чека или заведения заказа в систему автоматизации. Проще говоря, не пробив напиток, бармен не сможет налить порцию. Это дорого обходится, но вполне оправдано при продаже больших объёмов ал-

коголя. Если ежемесячная выручка в среднем по году свыше 300 тыс. руб. для одной точки продаж, то вам просто необходима установка системы контроля бара.

Скидки «мимо кассы»

Частенько кассиров ловят на том, что они пробивают тариф со скидкой или по акции, а с Гостя берут стоимость билета по полному тарифу, оставляя разницу себе. Либо проводят через кассу тариф со скидкой для друзей и знакомых.

Существует несколько вариантов предотвращения подобных злоупотреблений:

- Установка видеонаблюдения. Контролёр выборочно отслеживает, предъявил ли Гость требуемые правилами документы на скидку или акцию.

- Тайные Гости проверяют соответствие суммы в чеке действующему тарифу.

- Для всех бонусных акций, скидок и карт обязательны учет и сверка отчетов iiko по продажам.

Досмотр сотрудников на входе

Организовав отдельный вход для персонала, можно избежать значительной части нарушений на рабочих местах. Чтобы предотвратить злоупотребления, мы составили список продуктов, которые сотрудники не должны приносить в парк:

- Вся продукция, которая продаётся на территории развлекательного центра.
- Алкоголь.
- Кисломолочные продукты, так как для них нужен отдельный холодильник*.
- Яблоки, апельсины и другие фрукты, которые выступают ингредиентами в напитках или входят в состав блюд.
- Бутылки с водой и напитками разрешены только в закрытой заводской упаковке, чтобы персонал не приносил алкоголь. Употреблять их можно только в комнате приёма пищи, чтобы напитки, не входящие в наши маркетинговые контракты, не присутствовали в развлекательном центре.
- Домашняя еда не приветствуется, так как требует специальных условий хранения*. Питание сотрудников с существенной скидкой организовано на территории парка.

*Если условия хранения обеспечены, пронос продукции можно разрешить.



Мёртвые души и часы

Нарушения, связанные с приписыванием рабочих часов, выявить несложно. Затраты на фонд оплаты труда в идеале должны составлять не более 30% оборота компании. Когда вы видите, что цифра растёт, ищите, что не учли, и где у вас крадут.

Если руководство не следит за количеством отработанных часов, и в заведении отсутствует электронная система учёта рабочего времени, рано или поздно сотрудники начнут прибавлять часы. Пошёл покурить, пообедал, поболтал,

вообще не вышел на работу, договорился с начальником смены и время учли.

Не платите лишние деньги за прибавленные часы сотрудников. Избежать нарушений позволит установка электронной системы учёта работы персонала. В наших парках это персональные карты электронной аккредитации. Пришел на работу, приложил карту – время пошло. Стоит учесть, что при таком режиме необходим внешний контроль со стороны видеонаблюдателя или охранника. У вас не получится управлять заведением, оставив его без контроля.

Я рассказал лишь о малой части способов предотвращения злоупотреблений. Самое важное, что проблема решаема. Выбирая систему безопасности, следует учесть – одной охраной проблему не решить. Правильный путь – смешанная система, которая совмещает в себе видеонаблюдение, системы электронного учёта продаж, контроль разлива алкоголя и другие, в зависимости от направления работы вашего заведения.

В развлекательном центре существует ряд зон, где чаще всего персонал попадает на кражах.



COMPACT SPINNING COASTER

MAXI DANCE PARTY 360



Реклама



Тел: +7 (495) 545 43 21
www.italpark.ru, info@italpark.ru
127238, Москва, Дмитровское шоссе, 71Б
Офис 210. БЦ 7 ONE





САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И РАППА ПОДПИСАЛИ СОГЛАШЕНИЕ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ

С 24 по 26 мая 2018 года в Санкт-Петербурге прошел Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ), который по своему масштабу и результатам определенно вышел на новый уровень, и его справедливо можно назвать прорывным, новаторским и технологическим.

Как заявил на итоговой пресс-конференции советник Президента Российской Федерации, ответственный секретарь Оргкомитета ПМЭФ Антон Кобяков: «Несмотря на санкционное давление со стороны ряда стран, Петербургский международный экономический форум показал, что Россия – территория возможностей, и посетившие его более 17 тысяч участников из 143 стран тому подтверждение».

На площадках Форума в рамках основной программы состоялось более 150 деловых мероприятий. По итогам ПМЭФ-2018 было подписано 593 соглашения на общую сумму 2,625 трлн. рублей.

Главным же событием для российской индустрии развлечений стала презентация Правительством



Санкт-Петербурга грандиозного проекта сети тематических парков, который планируется реализовать в ближайшие годы в культурной столице России.

Проектом предполагается создание нескольких тематических парков развлекательной, просветительной, спортивной, фестивальной и историко-культурной направленности. Общий объем вложений, по предварительным оценкам, может составить более 12 миллиардов рублей. Средний срок окупаемости проекта – 8 лет.

По оценке аналитиков в Санкт-Петербурге сегодня существует очевидная потребность в современных тематических парках, и спрос на новый развлекательный комплекс может составить от 1,3 до 1,7 млн. посещений в год.

За время проведения Петербургского международного экономического форума это, пожалуй, самый заметный проект, представленный в секторе индустрии развлечений.

В Санкт-Петербурге сегодня существует потребность в современных тематических парках.

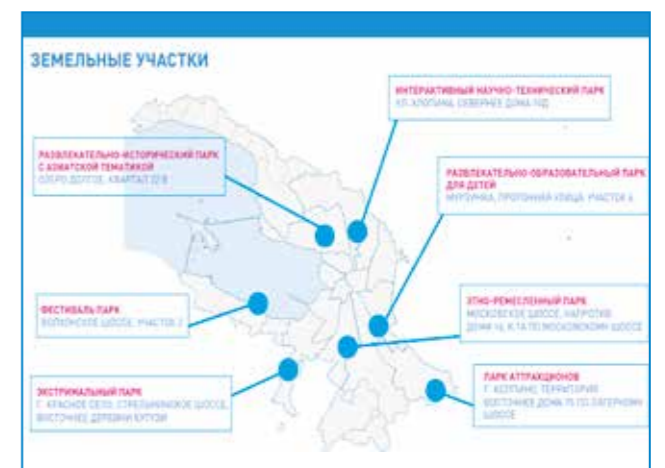
Курировать проект будет Комитет по инвестициям Санкт-Петербурга. Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА) стала стратегическим партнером проекта. 24 мая на полях Петербургского международного экономического форума губернатор

Георгий Полтавченко и первый вице-президент РАППА Игорь Родионов подписали соглашение о сотрудничестве, направленное на развитие индустрии туризма и развлечений в Санкт-Петербурге.

Во время подписания соглашения губернатор подчеркнул, «что строительство тематических парков в Санкт-Петербурге позволит создать новые общественные пространства, места для целенаправленного отдыха горожан, а также позволит дополнительно привлечь туристов».

Совместно с Комитетом по инвестициям Санкт-Петербурга Ассоциация РАППА будет работать над реализацией проекта тематических парков, осуществляя в первую очередь экспертную функцию для привлечения специалистов и компаний, готовых участвовать в этом грандиозном проекте.

Андрей Осипов





На каком этаже?

Юридическая защита детских развлекательных центров при проведении государственных проверок

Тарас Буряк

Юрист, управляющий партнер юридической компании «LAW AMUSEMENT»

Трагический случай в 2018 году в ТРК «Зимняя вишня» в городе Кемерово, в результате которого погибли десятки людей, всколыхнул не только общественность, но и надзорные органы, которые сразу же вышли с проверками на территории торговых центров. Проверки, как карающий меч, обрушились на сотни детских развлекательных центров, многие из которых прекратили свою деятельность, не сумев совладать с мощью государственной машины и заранее не подумав о правовом оформлении необходимой документации.

Хотелось бы обратить внимание многих участников развлекательного рынка, что согласно ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» проверки делятся на две категории: плановые проверки, проводящиеся каждые 3 года, и внеплановые, которые проводятся по основаниям, предусмотренным законом, но чаще всего по жалобам на хозяйственную деятельность юридического лица.

Выездная проверка начинается с предъявления служебного удостоверения, постановления о начале проверки с указанием требуемых документов и фиксации результатов в журнале проверок.

В последнее время владельцы развлекательных центров столкнулись с очень серьезной проблемой, ставшей под угрозу всю хозяйственную деятельность.

В нашей стране действует СП 118.13330.2012 «Общественные здания и сооружения», в котором написано, что детские игровые зоны не допускаются размещать выше второго этажа и дальше, чем 20 метров от эвакуационного выхода. Целесообразность нормы о недопустимости размещать детские игровые зоны выше второго этажа ничем не обусловлена. Изначаль-

но предполагалось, что данная норма находится в своде правил, которые носили рекомендательных характер, но в 2015 году СП 118.13330.2012 «Общественные здания и сооружения» приобрёл обязательную силу. Сколько с 2015 года торговых центров разместили игровых зон на 3/4/5 этажах и представить сложно, но уже известно, что около 400 развлекательных центров закрыто из-за необдуманного применения данной нормы. Чья-то рекомендация сейчас играет очень злую шутку с малым бизнесом, который в отличие от сильных лобби кинотеатров не может достойно вести борьбу на правовом поле с прокуратурой и МЧС.

Давайте разберёмся, что такое СП 118.13330.2012 «Общественные здания и сооружения» – это документ, содержащий требования к строительству. Однако МЧС при проверках использует его в совокупности с нормами пожарной безопасности (Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» от 30.12.2009 № 384-ФЗ; Постановление Правительства РФ от 26.12.2014 N 1521 «Об утверждении перечня национальных стандартов и сводов правил (частей таких стандартов и сводов правил), в результате применения которых на обязательной основе обеспечивается соблюдение требований Федерального закона «Технический регламент о безопас-

ности зданий и сооружений»), и прокуратура идёт в суд с иском о прекращение деятельности центра.

Основная проблема, с которой столкнулись многие предприниматели и проверяющие органы, это трактовка понятия «детская игровая зона». К сожалению, наше законодательство совершенно проигнорировало определение данного термина. Наиболее подходящим вариантом является использование положений ГОСТ 53102-2008 «Оборудование детских игровых площадок. Термины и определения», где в п.7 установлено: «игровая зона детской игровой площадки – это пространство детской игровой площадки, в котором установлено оборудование и обеспечивается безопасность детей».

В соответствии со ст. 6 ГК РФ если отношения не урегулированы законодательством, допускается применения аналогии закона или аналогии права.

Чтобы избежать претензий со стороны пожарной надзора РФ рекомендуется произвести расчеты пожарного риска для развлекательного центра.

Пожарный риск – мера возможности реализации пожарной опасности объекта защиты и её последствий для людей и материальных ценностей. Определение расчетных величин пожарного риска производится по методике определения расчетных величин пожарного риска в зданиях, сооружениях и строениях различных классов функциональной пожарной опасности (Приложение к Приказу МЧС РФ № 382 от 30.06.2009 г.).

Порядок проведения независимой оценки пожарного риска регламентирован Постановлением Правительства РФ № 304 от 7 апреля 2009 года «Об утверждении Правил оценки соответствия объектов защиты

(продукции) установленным требованиям пожарной безопасности путем независимой оценки пожарного риска».

В силу действующего Административного регламента МЧС России по исполнению государственной функции по надзору за выполнением требований пожарной безопасности, утвержденного Приказом МЧС России от 28.06.2012 года №375, объекты, получившие положительное заключение НОР (Независимая оценка пожарного риска), не могут планироваться к проведению плановых проверок в течение 3 лет.

Основной проблемой ТРЦ и арендаторов, разместивших детские игровые площадки на этажах выше второго, стало тотальное игнорирование выше-

казанного СП 118.13330.2012 «Общественные здания и сооружения» при заключении договора аренды помещений. При этом ТРЦ в данном случае выступает как лицо, которое вводит в заблуждение арендатора, желающего разместить детскую игровую зону на любом этаже выше второго. ТРЦ

должен при сдаче площадей выше второго этажа озадачиться вопросом правильной трактовки существующих площадей, что должно полностью исключить случаи, когда детская игровая зона размещается на торговых площадях. Также основной задачей ТРЦ является юридическое оформление специальных технических условий.

Что такое этот пресловутый СТУ?

Специальные технические условия (СТУ) – технические нормы, разработанные для конкретного объекта капитального строительства, и содержащие дополнительные к установленным или отсутствующим

Целесообразность нормы о недопустимости размещать детские игровые зоны выше второго этажа ничем не обусловлена.



щие технические требования в области безопасности, отражающие особенности инженерных изысканий, проектирования, строительства, эксплуатации, а также демонтажа (сноса) объекта. Разработать СТУ возможно не только для вновь строящегося здания, но и для существующего здания.

В 90% случаев, правоохранительные органы выносят предписание об устранении нарушений при размещении детских игровых зон именно в адрес торгового центра. После чего торговые центры начинают в одностороннем порядке расторгать арендные договоры, не задумываясь о важнейшем вопросе – возмещение убытков владельцам детского игрового центра.

В соответствии со статьей 623 Гражданского Кодекса РФ в случае, когда арендатор произвел за счет собственных средств и с согласия арендодателя улучшения арендованного имущества, неотделимые без вреда для имущества, арендатор имеет право после прекращения договора на возмещение стоимости этих улучшений, если иное не предусмотрено договором аренды. В данном случае, если арендодатель в лице торгового центра выходит к арендатору с требованием расторгнуть договор, то он должен быть готов к возмещению неотделимых улучшений. Но в большинстве случаев, данные вопросы решают уже судебные органы.

Одной из основных проблем ряда детских игровых центров стало документальное ведение своей деятельности, которая часто должным образом не соблюдается, кроме крупных федеральных сетей. Как правило, у многих полностью или частично отсутствуют журналы визуального осмотра оборудования и проведения технических обследований, акты ежегодных проверок игровых зон на техническую исправность. Не всегда выполняются требования о проведении обучения пожарному техническому минимуму работников, игнорируются требования соблюдения правил охраны труда на предприятии.

Многие работодатели игнорируют эксплуатационные документы поставщиков оборудования в плане не допуска на оборудование определенных возрастных категорий, вследствие чего возникают

травмы у посетителей. На площадках в целях экономии фонда оплаты труда находятся меньшее количество операторов, чем предусмотрено документацией. В роли механиков игровых площадок выступают люди без профильного технического образования, что не позволяет им правильно обслуживать оборудование и вследствие этого допускаются нарушения, которые отражаются на безопасности. Многие работодатели игнорируют требования Трудового Кодекса РФ и принимают к себе работников без справок об отсутствии судимости, тем самым изначально обрекая себя на совершение административного правонарушения.

Только грамотное ведение документооборота в организации, полное выполнение требований законодательства и знание своих прав и обязанностей позволяет спокойно осуществлять деятельность по эксплуатации детских игровых центров на территории РФ.

Основная проблема, с которой столкнулись многие предприниматели и проверяющие органы, это трактовка понятия «детская игровая зона».

193079, Россия, С.-Петербург, Октябрьская наб., 80, к. 1

AirPalace®

РАЗРАБОТКА и ПРОИЗВОДСТВО
 Наземные и водные надувные аттракционы
 Надувные Деды Морозы, Снегурочки, Снеговика
 Автоманежи с детскими электромогилами
 Надувные гирлянды снежинок и цветов
 Пляшущие человечки (Аэромены)
 Сценические навесы, тенты
 Рекламные пневмостенды
 Бассейны с лодочками
 Надувные павильоны
 Аквапарки



Тел./факс (812) 44 77 949
 e-mail: market@airpalace.spb.ru
 www.airpalace.ru

ПОКАЗЫВАЕМ ПУТЬ

- НАШИ ПРИОРИТЕТЫ В РАБОТЕ – ИННОВАЦИИ, КАЧЕСТВО, ТЕХНОЛОГИИ, БЕЗУПРЕЧНЫЙ ДИЗАЙН.

- НЕПОДДЕЛЬНЫЙ ИНТЕРЕС КО ВСЕМУ, ЧТО СВЯЗАНО С АКВАПАРКАМИ
 - ПОЖЕЛАНИЯ КЛИЕНТОВ – НАШ ОСНОВНОЙ МОТИВАТОР

3 000 ЗАВЕРШЕННЫХ ПРОЕКТА В 105 СТРАНАХ ПО ВСЕМУ МИРУ.

Аквапарк Cartoon Network Amazone
Паттайя, Тайланд



Тематический парк The Land of Legends
Анталья, Турция



Аквапарк на круизном лайнере Harmony of the Seas пароходства Royal Caribbean



Отель Grecotel Olympia Riviera
Киллини, Греция



PolinWaterparks



САМАЯ ЛЕТНЯЯ ВСТРЕЧА

Итоги Летней встречи РАППА в Уфе

Лето 2018 года, безусловно, запомнится главным событием – Чемпионатом мира по футболу. Однако специалисты индустрии развлечений, думаю, будут вспоминать и мероприятие, которое на фоне футбольной лихорадки для многих оказалось не менее интересным и значимым. 7-я Летняя встреча РАППА, проходившая в Уфе стала одним из самых масштабных и интересных профессиональных событий развлекательной отрасли.

Баночка башкирского меда

7-я Летняя международная встреча специалистов индустрии развлечений прошла с 18 по 20 июля 2018 года. Можно сказать, что все началось с баночки башкирского меда, который организаторы обещали подарить участникам, первым подавшим заявки в Уфу. В итоге участие в мероприятии приняли более 160 специалистов из 60 городов России, стран СНГ и зарубежья.

Впрочем, справедливо стоит отметить, что выбор места проведения Летней встречи РАППА был связан далеко не с медом. В столице Башкортостана в настоящее время уделяется повышенное внимание развитию туристической и досуговой сферы, реализуется целый ряд государственных программ и частных социально-культурных проектов. Более того, Уфа занимает шестое место по качеству жизни населения, славится своими парками, скверами и зонами отдыха.

Успешному проведению форума во многом способствовала поддержка Администрации города, компаний-партнеров и других структур, которые помогли Российской ассоциации парков и производителей аттракционов провести мероприятие на должном уровне. Информационную поддержку мероприятию оказали: журналы «КИР», «Аттракционы и развлечения», «SportB2B»; интернет-порталы VTORIO.COM, Banbas.ru и Столица детства.

В центре внимания

Открытие Летней встречи РАППА состоялось 18 июля в отеле «Шератон», расположенном в историческом центре города. Первыми участников приветствовали вице-президент РАППА Игорь Родионов и глава администрации Кировского района г. Уфы Халилов Динар Галиевич, который отметил важность проведения форума в столице Башкортостана.



В этом году интерес к мероприятию со стороны государственных структур был особенно большой. В форуме приняли участие руководители и специалисты сразу нескольких профильных департаментов городской администрации, занимающихся вопросами развития культурно-развлекательной сферы.

В рамках конференции начальник управления по предпринимательству, потребительскому рынку и туризму Макшукова Луиза Саримовна сделала доклад о туристическом потенциале Уфы. Начальник отдела по контролю за состоянием благоустройства Фатхутдинов Вадим Рамдизович рассказал о программе «Город в парке» и привел впечатляющие цифры средств, вложенных в благоустройство столицы Башкирии.

Более подробно о реконструкции парков культуры и отдыха рассказал Дубницкий Евгений Александрович – директор МУП «УФАПАРК». О развитии форматов крытых развлекательных центров доложил Одольский Александр Валерьевич, руководитель группы «Мегаполис». Об уровне развития парков отдыха в Республике Башкортостан можно было судить по сообщению Мифтахова Рафаэля Камилевича – директора РК «Галактика» Парка им. Ю.Гагарина, г. Стерлитамак.

Деловая программа включила презентации нового оборудования и последних достижений развлекательной индустрии, которые провели ведущие российские и зарубежные компании: GoPark, Авира, ИОЛА, Артинжиниринг, Атрикс, ГРОС, Италпарк, ВЕК, Воздушный замок, БОЛИД, Волгоградские аттракционы и др. Некоторые производители даже представили образцы продукции в конференц-зале.

После обеда программа первого дня продолжилась посещением ТРЦ «Планета», где участники познако-



мились с работой сразу нескольких развлекательных объектов: парком семейного отдыха «Мегалэнд», городом профессий «Чадоград» и единственным в Уфе аквапарком. Руководители данных предприятий не только провели содержательные экскурсии по объектам, но и ответили на многочисленные вопросы участников, касающиеся их работы.

Завершился первый день торжественным приемом в живописном ресторане «White Hall», посвященном открытию 7-й Летней международной встречи РАППА в Уфе.

Город в парке

Второй день форума начался с серии мастер-классов и тренингов, которые провели ведущие экспер-

ты развлекательного бизнеса. В этом году некоторые мероприятия проходили параллельно, и участники могли выбрать наиболее интересные для себя темы.

Так в рамках образовательной программы компания «Искатели приключений» рассказала о том, «как развить аттракцион до современного комплекса активных развлечений». Директор парка «Волшебный мир» Альбина Фатхутдинова поделилась многолетним опы-



Участие в мероприятии приняли более 160 специалистов из 60 городов России, стран СНГ и зарубежья.



том успешной работы своего центра досуга и секретари привлекения аудитории. Специалисты компании EntenS Group затронули сверхактуальную проблему «управления рисками в развлекательном бизнесе». Эксперт Людмила Киселева провела дискуссионную

сессию на тему: «Реклама и способы продвижение услуг в индустрии развлечений – что сегодня работает». Все мероприятия вызвали большой интерес у участников форума.

Летняя встреча РАППА в Уфе вызвала небывалый интерес со стороны местных СМИ.

Вторая половина дня была посвящена посещению парков культуры и отдыха.

В ПККиО им. М.Гафури участники увидели сразу три досуговых объекта: парк аттракционов «Волшебный мир», парк динозавров «Юркин Парк» и колесо обозрения «Седьмое небо», на котором все с удовольствием совершили обзорную поездку. Выбор организаторами именно этих развлекательных комплексов был продиктован целью познакомить участников с центрами разного формата и разного уровня развития.

Далее по маршруту был Парк культуры и отдыха им. И. Якутова – самый благоустроенный парк города. Здесь участники посетили комплекс аттракционов, Солдатское озеро и центр «Веселый Роджер», где состоялось торжественное вручение дипломов участникам мероприятия.

Стоит отметить, что Летняя встреча РАППА в Уфе вызвала небывалый интерес со стороны местных СМИ. Для города это стало по-настоящему важным событием, которое, цитируя новостные ленты, «должно повлиять на развитие и качественные преобразования в социально-культурной сфере города». Мероприятие освещали все ведущие телеканалы, в эфир вышло око-



ло 10 видеосюжетов, а 19 июля состоялся прямой эфир на телеканале «Вся Уфа» с участием вице-президента РАППА Игоря Родионова.

Сердце Башкирии

Традиционно третий день Летней встречи был посвящен экскурсионной программе.

Часть участников осталась в Уфе, где посетили главные достопримечательности города: памятник Салавату Юлаеву, монумент Дружбы, мечеть Ляля-Тюльпан, Собор Рождества Богородицы и др. В ходе экскурсии по Национальному музею гости узнали об истории и этнологии башкирского народа и множество интересных культурных фактов. На ипподроме Акбузат гости смогли не только увидеть тонкости работы этого интересного учреждения, но и покататься на лошадях, чем все с удовольствием воспользовались. И, конечно, как можно было обойтись без башкирского меда! Посетив «Дом меда» участники узнали о всех полезных свойствах этого лакомства.

Другая группа участников отправилась в г. Стерлитамак. Поездка была организована руководителями ПККиО им. Ю. Гагарина. В ходе программы, которая продлилась почти два дня, участники посетили парк, музей камня, пивзавод, заповедные горы, краеведческий музей и др.



Поначалу казалось, что в этом году Летняя встреча может стать «проходным» мероприятием, затерявшимся в череде событий, связанных с Чемпионатом мира и разгаром паркового сезона. Но в итоге форум в Уфе стал самым масштабным и по числу участников, и по количеству представленных городов. От Минска до Владивостока – такова география специалистов, посетивших Уфу.

7-я Летняя встреча РАППА оставила самые восторженные отзывы у специалистов. Большинство отметили насыщенную деловую программу, высококлассную организацию, прекрасные впечатления от места проведения и, конечно, возможность знакомиться и общаться



ся с коллегами из разных регионов страны. Каждый участник мероприятия получил ценный опыт, который обязательно пригодится в работе и поможет дальнейшему развитию бизнеса.

Как заметил, один из участников: «это была самая ЛЕТНЯЯ встреча из всех ЛЕТНИХ ВСТРЕЧ!». Именно такой: теплой, дружеской, профессиональной и интересной запомнится Летняя встреча РАППА в Уфе специалистам индустрии развлечений!

До новых Встреч!
Ждите нас в своем городе!

Марина Горбачева



- надувные батуты
- детские лабиринты
- аттракционы для тимбилдинга
- скульптуры, декорации и МАФ из стеклопластика
- надувные фигуры, арки, шатры
- надувные аркадные аттракционы

+7 (812) 501-18-98

cparta-spb@mail.ru

www.cparta.ru



Реклама



Производственное объединение ГРОС

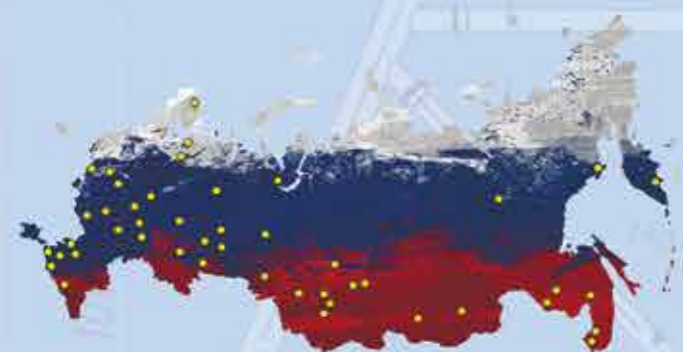


Компания «ГРОС» предлагает не только производство аттракционов, но и проектирование, и создание новых парков или реконструкцию уже существующих.

Более 20 наименований детских и семейных аттракционов собственного производства



Колесо обозрения 28/42/55 метров, автодром, американские горки «Гусеница» и «Ветерок», цепочные карусели, джет «Летающие слоны»



Продукция нашей компании широко распространена по России, а также по странам СНГ и ближнего зарубежья



Паровозик, мини-джеты, карусели, качели, детские колеса обозрения, водные аттракционы и многое другое!



Сертификация сделает аттракционы более безопасными

Александр Белкин
Ведущий эксперт компании «СЕРКОНС»

Важная новость в области сертификации аттракционов: 18 апреля 2018 года вступил в действие технический регламент ЕАЭС 038/2016 «О безопасности аттракционов». Документ изменил процедуру подтверждения соответствия аттракционов и оборудования при вводе в обращение на рынках стран-участниц Евразийского экономического союза.

Об изменениях, а также об особенностях технического освидетельствования рассказал Александр Белкин, ведущий эксперт компании «СЕРКОНС» – лидера рынка в области подтверждения соответствия.

Александр Викторович, расскажите, как проходит процедура подтверждения соответствия аттракционов в нашей стране?

Определенное время процедуру получения сертификата на аттракционы регулировало Постановление Правительства № 982. Согласно этому документу все аттракционы должны были проходить подтверждение соответствия в виде сертификации или декларирования. Сертификации подлежали механизированные аттракционы, т.е. аттракционы, у которых привод осуществляется с помощью электродвигателей, гидропривода, пневмопривода и т.д. Декларированию – немеханизированные аттракционы, которые приводятся в действие с помощью мускульной силы человека.

Какие изменения в эту процедуру внесло вступление в законную силу ТР ЕАЭС 038/2016 «О безопасности аттракционов»?

Техрегламент устанавливает иные критерии оценки аттракционов, нежели Постановление Правительства. Выбор вида подтверждения соответствия теперь зависит от степени потенциального риска для здоровья пассажира. Наиболее опасные подлежат сертификации, менее опасные – декларированию.

На какие сроки выдается сертификат соответствия?

Подтверждение соответствия может быть на серийный выпуск продукции либо на партию аттракционов. На серийно выпускаемую продукцию мы выдаем сертификат сроком до пяти лет, срок действия сертификата соответствия на партию не ограничен.

Существуют ли какие-либо рекомендации для владельцев аттракционов, чтобы пройти процедуру подтверждения соответствия быстро и без значительных затрат?



Катальная гора (испытания)

От исправности аттракциона зависят жизнь и здоровье пассажира, как правило, это дети. Мы знаем немало случаев, когда людей буквально выбрасывало из движущихся каруселей. Чтобы избежать таких чрезвычайных ситуаций, я бы рекомендовал владельцам аттракционов внимательно относиться к их качеству и исправности уже во время покупки. Правильнее будет обратиться в аккредитованную экспертную организацию заранее и попросить эксперта осмотреть аттракцион до момента совершения сделки. Это позволит избежать проблем и во время ввода в эксплуатацию, и в дальнейшем, уже при использовании.

В каких случаях проводится техническое освидетельствование аттракционов?

Техническое освидетельствование – это одна из форм подтверждения соответствия, она применяется к аттракционам, которые уже находились или находятся в данный момент в эксплуатации. По сути освидетельствование – это ежегодный технический осмотр дей-

ствующего аттракциона с целью выявления и устранения имеющихся недостатков, которые могут угрожать здоровью пассажира.

Существуют ли принципиальные отличия в наборе испытаний, проводимых при сертификации и при техническом освидетельствовании?

По своему содержанию техническое освидетельствование практически повторяет сертификационные испытания, иногда даже в более расширенном варианте. Его проводят сотрудники независимых аккредитованных лабораторий, которые по окончании экспертизы выдают акт технического освидетельствования, в котором указывается, возможна ли эксплуатация аттракциона в дальнейшем. При получении акта техосвидетельствования заказчик или владелец отправляется в Ростехнадзор или в другие надзорные органы и там получает талон допуска на следующий год эксплуатации.

В настоящее время услуги по сертификации аттракционов предлагают многие экспертные организации. Как заказчику не потеряться в предложениях и выбрать достойный орган по сертификации?

Здесь как раз все просто. Орган по сертификации должен иметь аккредитацию на проведение работ по подтверждению соответствия продукции требованиям ТР ЕАЭС 038/2016. В случае, если мы говорим о сертификационных испытаниях, то испытательная лаборатория должна быть аккредитована на проведение работ по подтверждению соответствия аттракционов. Выбрав правильную организацию, владелец аттракциона может быть спокоен за качество проведенных экспертиз.

Расскажите, какие услуги по подтверждению соответствия аттракционов оказывает «ПромМашТест»?

В настоящее время мы располагаем аккредитованной лабораторией «ПромМашТест (Входит в ГК «СЕРКОНС»), т.е. имеем возможность проводить техническое освидетельствование аттракционов, а также сертификационные испытания с последующей выдачей сертификата. У нас имеются приборы и средства измерения, которые необходимы для испытаний аттракционов. Это и приборы для испытаний методом неразрушающего контроля, и оборудование для проведения испытаний и определения линейных ускорений.



Санки для Родельбана (испытания)



Трасса Родельбана (испытания)

Также мы проводим замеры расхода воды, подаваемой на водные горки, проверяем электробезопасность. Лаборатория у нас укомплектована, аккредитована и продолжает наращивать свои возможности.

О группе компаний «СЕРКОНС»

Группа компаний СЕРКОНС – один из крупнейших российских представителей рынка в сфере подтверждения соответствия.

Компания СЕРКОНС основана в 1996 году и на сегодняшний день насчитывает более 1400 сотрудников. Эксперты предприятия имеют ученые степени и звания, многолетний опыт работы в структурах Минпромэнерго РФ, Федеральной службе по экологическому, технологическому и атомному надзору (Ростехнадзор) РФ, в компаниях топливно-энергетической, строительной, металлургической, автомобильной отраслей.

Руководство СЕРКОНС уделяет большое внимание постоянному повышению квалификации специалистов и обучению новых сотрудников, благодаря чему процедура сертификации продукции и услуг выполняется качественно, оперативно и по оптимальным ценам.

Представительства СЕРКОНС успешно работают по всему миру: в Германии, Италии, Швейцарии и Турции. А в России динамично развиваются филиалы в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Казани, Екатеринбурге, Ставрополе, Нижнем Новгороде, Самаре, Томске, Тюмени, Владивостоке, Калининграде и Симферополе.

Приглашаем посетить стенд компании «ПромМашТест» № Р7 на выставке «РАППА ЭКСПО ОСЕНЬ - 2018»

Адрес центрального офиса:
г. Москва, ул. Дубининская, 33Б
Для Москвы: +7 (495) 274-01-01
Для регионов: 8 (800) 222-43-24
online@serconsrus.ru
www.serconsrus.ru



ПРОГРЕССИВНЫЕ ФОРМАТЫ для развлекательного центра

Выбор формата развлекательного центра – важный аспект для ведения бизнеса в индустрии развлечений. Как показывает практика, далеко не все бизнес-модели успешно работают в разных городах России. Кроме того, «продолжительность жизни» различных развлекательных комплексов отличается, и некоторые уже ушли в историю.

Разобраться, что сегодня популярно у современного посетителя крытых парков, и какие форматы развлечений по праву можно назвать прогрессивными, нам помогла группа компаний «Мегаполис» - крупный федеральный развлекательный холдинг, в состав которого входит более 50 современных объектов.

На сегодняшний день область деятельности компании «Мегаполис» включает 8 городов: Челябинск, Уфа, Магнитогорск, Красноярск, Омск, Самара, Нижний Тагил, Новокузнецк. С 2004 года кампанией было открыто около 80 проектов, а средняя посещаемость развлекательных центров в год составляет порядка 7 млн. человек. Ключевыми сетевыми форматами стали мягкие кинотеатры, детские города профессий и парки.

Мягкий кинотеатр – уникальные кинотеатры, полностью оборудованные мягкими креслами с вы-

двигающейся подставкой для ног и увеличенным пространством между рядами. При повышенном комфорте кинозалов стоимость билета в них сопоставима со стоимостью посещения обычного кинотеатра. Проект мягких кинотеатров стартовал в Челябинске в конце 2015 года и очень быстро занял лидирующие позиции. Сеть активно развивается, и сейчас кинотеатры представлены в Челябинске, Магнитогорске, Уфе, Самаре и Нижнем Тагиле.

Семейный парк развлечений «Мегалэнд» – это современный взгляд на детские парки развлечений. На

территории развлекательных комплексов обустроены лабиринты, надувные батуты, батутные арены, всесезонные веревочные экстрим-парки, детские игровые аппараты на любой вкус, призоотека, детский сад и пиццерия. Также для гостей парков доступны услуги гувернера и комплексные услуги по проведению детских дней рождения под «ключ». Семейные парки «Мегалэнд» представлены во всех городах присутствия группы компаний «Мегаполис».

Детский город профессий Чадоград – уникальный образовательный проект, представляющий собой красивый город в миниатюре с улицами, площадями, зданиями и сооружениями. Дети, посещая каждое здание, участвуют в игре, работают, зарабатывают, получают знания и навыки. Каждый гость в интересной игровой форме может проверить свои силы более чем в 100 доступных в Чадограде профессиях и сферах труда. Здесь дети могут увидеть, что прячется за абстрактным понятием «работа», на которую ежедневно уходят их родители, и открыть для себя самое интересное в разных специальностях.

Чадоград был и остается не просто развлекательным центром, а уникальным пространством, где ребенок погружен в содержательный досуг. Он получает информацию о профессии, принимает самостоятельные решения, а еще знакомится с финансовой грамотностью и строит свою карьеру. Сейчас этот проект популярен не только в Челябинске, но и в Уфе, Омске, Красноярске и Самаре.

В январе 2017 года группа компаний «Мегаполис» запустила новый проект – **Колесо обозрения 360°** высотой 73 метра в г. Челябинске. Атракцион организован таким образом, что посетить его можно, только пройдя через развлекательный центр. Это не только техническая особенность, но и маркетинговый ход для продвижения услуг комплекса.

Атракцион имеет 18 комфортных закрытых кабинок вместимостью по шесть человек. Каждая из кабинок оборудована климат-контролем и мягкими сиденьями. С самого открытия колесо обозрения стало городской достопримечательностью, и за первый месяц панорамы города с высоты птичьего полета увидели более 45 000 жителей. На сегодняшний день это самое высокое всесезонное колесо обозрения в России.

Александр Одольфский





АТТРАКЦИОНЫ из Волжского – паровозики для Вас!

Ефименко Галина Алексеевна
Генеральный директор СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»



Паровозик «Малыш»

Совместное предприятие «Аттракционы из Волжского» производит аттракционы с 1999 года. Мы постоянно работаем над совершенствованием выпускаемых и разработкой новых моделей паровозиков. Визитной карточкой нашего предприятия является паровозик «Веселая радуга», который мы изготавливаем вот уже 19 лет. Паровозик комплектуется вагонами двух моделей. Модель 2-0 – 12 взрослых в одном вагоне, либо 16 детей, два входа с одной стороны вагона, тентовые крыши, модель 4-4 – 16 взрослых в одном вагоне либо 21 ребенок, по 4 входа с каждого борта вагона, крыши из стекло-

пластика или тентовые по выбору заказчика, все катающиеся сидят лицом вперед. Вагоны обеих моделей имеют поворотные оси, движутся «след за след» за паровозиком.

Паровозик «Малыш» используется также для катания взрослых и детей. В комплекте 2-3 одноосных вагона, в одном вагоне могут кататься 6 взрослых или 8 детей или же одна семейная пара с двумя детьми.

Кроме «Веселой радуги» и «Малыша», работающих на бензине, мы производим и два вида паровозиков на электрических аккумуляторах. Это паровозики «Чих-Пых» (двигатель 1 квт, 2 вагона – 8 посадочных мест) и «Любимый паровозик» (3 квт, 2 вагона – 18 взрослых или 24 детских мест). Они могут использоваться как на открытых площадках – в парках, скверах, на набережных, так и в закрытых помещениях развлекательных центров. Комплекуются данные паровозики тяговыми гелевыми необслуживаемыми аккумуляторами и автоматическими зарядными устройствами. Опыт их эксплуатации показывает, что заряда аккумуляторов хватает на 12 часов работы, а при неполной загрузке и на 2-3 дня работы (хотя в целях сохранения емкости аккумуляторов рекомендуется заряжать их каждую ночь).



«Веселая радуга» с вагонами 4-4



«Чих-Пых» в ТРЦ

Паровозик «Чих-Пых» покорила наших заказчиков тем, что при достаточно компактных размерах в нем возможен прокат взрослых с детьми (ведь даже при прогулке в парке многие родители решатся отправить маленького ребенка одного, не говоря уже о длинных коридорах ТРЦ). Также очень удачная колесная формула вагонов паровозика «Чих-Пых» позволяет разворачиваться в узких коридорах ТРЦ (радиус разворота всего 2 метра), паровозик очень маневренный.

А «Любимый паровозик» – при такой приятной загрузке вагонов (почти как в «Веселой радуге») мы имеем прогулочный паровозик, работающий без шума и без выхлопов, что позволяет использовать его в любом курортном месте, в любом парке, для катания любой, самой изысканной публики.

При этом надо отметить, что все наши паровозики отличаются полной пожаробезопасностью, что особенно важно при эксплуатации их в помещениях ТРЦ, прекрасной влагостойкостью, а также морозоустойчивостью. То есть, им не страшны любые погодные условия на открытых площадках, в отличие от паровозиков, изготовленных из фанеры или других пожароопасных или не влагостойких материалов. Безопасность наших аттракционов подтверждается Декларацией соответствия ТР ЕАЭС 038/2016.

К сожалению, популярность наших паровозиков привела к тому, что их постоянно пытаются «подделать» «серые производители», которые выдают свои несертифицированные (недекларированные) паровозики, произведенные из чего угодно – из бочек для химикатов (недавний случай в Сыктывкаре, эксплуатант «серого» паровозика предприниматель Олег Сидоренко), или же из других подручных материалов – за аттракционы, произведенные нами. Интернет пестрит продажей якобы наших паровозиков, а ко мне постоянно обращаются с просьбой восстановить «утерянную» документацию на аттракцион. Вероятно, благодаря некомпетентности проверяющих органов или просто по причине достаточно большой территории нашей страны, не всегда есть возможность проверить соответствие проверяемого аттракциона и предъявленной эксплуатантом документации, включая сертификаты и декларации. Поэтому прошу учесть, что «утерянную» документацию мы не восстанавливаем и при обнаружении «серых» паровозиков оставляем за собой право обращения в соответствующие инстанции для восстановления истины и наказания «серых» производителей.

Мы работаем для Вас! Звоните, приобретайте наши паровозики!



«Веселая радуга» с вагонами 2-0



«Любимый паровозик»



«Чих-Пых» на Курортном проспекте

СП «АТТРАКЦИОНЫ ИЗ ВОЛЖСКОГО»
404111, г. Волжский Волгоградской обл.,
ул. Молодежная, 30, офис 207.
Тел./факс: +7(8443) 27-53-13
Тел.: +7(8443) 27-35-30, +7-902-311-00-93



ПРЫЖКИ В ВЫСОТУ

О безопасности батутных парков

Виталий Довженко

Коммерческий директор компании «Kraftfactory.ru»

Этот год стал знаковым для владельцев развлекательных парков, с точки зрения проверок контролирующими органами. Коснулась эта волна и батутных парков – популярных досуговых центров, которые сегодня активно работают по всей стране, причем как в составе семейных развлекательных комплексов, так и самостоятельно.

В данной статье мы остановимся на основных моментах, связанных с безопасностью современных батутных парков.

Где спорт, где отдых

Для начала, давайте разберемся, чем отличается «развлекательный сетчатый батут» от «спортивного».

С точки зрения конструкции, и «развлекательный», и «спортивный» батут имеют схожий набор элементов: металлокаркас, пружины, батутную сетку и обкладочные маты, которые обеспечивают безопасность во время прыжков. Разница заключается в том, какие комплектующие (в первую очередь, пружины и сетки) используются в том или ином батуте – от этого будут зависеть прыжковые характеристики батута.

Для «спортивных» батуты применяются пружины длиной 256 мм, для «развлекательных», как правило, – 210 мм. За счет меньшего диаметра и длины, они отлично подходят детям, так как для их растяжения необходимо применять меньше усилий по сравнению со спортивным вариантом. Пружины 256 мм могут использоваться для оборудования развлекательных батутных парков, но только для целевой аудитории от 13-14 лет.

Сетки для «спортивного» батута обязательно должны соответствовать стандартам Федерации прыжков на батуте России, которые можно найти на их сайте: <http://trampoline.ru/> в разделе «Документы». Сетка изготавливается из капроновых нитей или ленты полиэтилентерфтолат со специальной разметкой. Важным параметром является размер прыжкового полотна (сетки) в натянутом состоянии – 4260 x 2130 мм.

Что касается сеток для «развлекательных» батуты, то их изготавливают из разных материалов, чаще зарубежного производства. Основное отличие от сетки «спортивного» батута заключается в том, что прыжко-



Батутный парк Огонь, г. Новосибирск

вое полотно развлекательного батута покрыто составом ПВХ, который делает сетку более мягкой, эластичной и предотвращает ожоговые повреждения кожи при падениях.

Нормативная база

Специализированных стандартов на развлекательные батутные парки в России пока нет. Компании, производящие батутные парки, должны изготавливать их в соответствии с ГОСТами, действующими на немеханизированные аттракционы. Также существуют зарубежные стандарты ASTM и DIN, которые устанавливают требования к производству, проектированию, монтажу и эксплуатации батутных парков. Данные нормативы не обязательны для исполнения в России, но полезны для изучения. Вероятнее всего именно на основе этих документов будет разрабатываться российский стандарт для батутных парков.



Батутный парк Огонь, г. Новосибирск

Чтобы быть уверенным в том, что ваш батутный парк без проблем пройдет проверки контролирующих органов, поставщик должен предоставить полный комплект документов на аттракцион с информацией, на основе каких стандартов изготовлено оборудование. В стандартный комплект документов входит: паспорт на аттракцион, руководство по эксплуатации, правила технического обслуживания и ремонта.

Техническая документация должна содержать следующие сведения: информацию о батуте и его технические характеристики, комплектность, назначенный ресурс (назначенный срок службы и срок хранения), гарантии изготовителя (поставщика); сведения о порядке консервации, хранения, эксплуатации, ремонте; свидетельство об упаковке, свидетельство о приемке, декларацию соответствия аттракциона ТР ЕАЭС 038/2016, сведения об утилизации, особые отметки и др.

Куда поставить батут

Выбор поставщика – всего лишь одна из задач, которую должен решить будущий владелец батутного парка. Немаловажно подобрать помещение, по своим характеристикам подходящее для размещения развлекательного комплекса. Если отбросить техническое состояние площадки, месторасположение в городе и другие вторичные факторы, то можно выделить два основных критерия, без соблюдения которых батутный парк будет установить невозможно.

Первый критерий – высота потолков для детских батутных парков должна быть не ниже 4,5 метров от уровня пола до потолка, перекрытия или коммуникаций. Для батутных парков, которые рассчитывают работать со спортсменами, акробатами, паркурщиками, сноубордистами и другими экстремалами, необходимо искать помещение с высотой потолков не менее 5 метров.

Второй не менее важный критерий – в помещении должны быть ровные полы с перепадом высот в горизонте не более 3 см на 3 кв. метра. Ровный пол нужен для

того, чтобы установленные конструкции батутного парка стояли устойчиво и надежно, без воздействия дополнительных нагрузок.

Если в батутном парке есть поролоновая яма или воздушная подушка, то по правилам безопасности прыжки в нее должны осуществляться только с одной стороны, перекрестные прыжки запрещены. В противном случае столкновений и травм не избежать.

Длина поролоновой ямы или воздушной подушки должна быть не менее 4,5 метров для детских батутных парков и 5 метров для взрослых. Почему именно столько? В среднем при прыжке на батуте взрослый человек прыгает на длину 2-2,5 метра, прибавим средний рост –

1,8 м, и предположим, что он поднял руки – еще плюс 70 см. Итого получаем, что при размере поролоновой ямы в 5 метров, взрослый человек сможет дотянуться до дальнего края пальцами рук. Если поролоновая яма будет короче, то посетитель может удариться головой о дальний край ямы.

При выборе помещения также следует обратить внимание на стены, колонны, опасные выступы – все они должны быть защищены матами.

Специализированных стандартов на развлекательные батутные парки в России пока нет.

Инструктор – гарант безопасности

Во многом безопасная эксплуатация батутного парка и, соответственно, безопасность посетителей, зависит от грамотной работы инструктора, или тренера.

Количество одновременно находящихся на батутной арене инструкторов рассчитывается из формулы: 1 инструктор на 80-100 кв. метров парка. То есть, если ваш батутный парк занимает 300 кв. метров, то одновременно следить за соблюдением правил безопасности должны 3-4 инструктора. Как правило, на 100 кв. метров можно разметить примерно 7-10 батутных сеток. На каждой батутной сетке может находиться не более одного посетителя.

Перед открытием парка старший инструктор должен провести детальный осмотр комплекса и



Батутный парк SkyCity г. Альметьевск



Батутный парк Огонь, г. Новосибирск

оборудования (сеток, пружин, поролоновой ямы, скалодрома и т.д.). При выявлении поврежденных комплектующих, они должны быть оперативно заменены.

До посещения батутного парка инструктор должен рассказать посетителю правила поведения, обучить технике безопасности и провести разминку.

Зона проведения разминки в обязательном порядке должна присутствовать в батутном парке. Разминка позволяет дать гостю первые навыки прыжков, избежать многих травм и растяжений.

После разминки инструктору, как правило, следует уделить время персонально каждому гостю, чтобы обучить основным принципам прыжков на батуте и базовым трюкам. Это не только повышает безопасность посещения, но влияет на лояльность клиента, подогревая его желание научиться чему-нибудь большему, посетив, например, групповую или персональную тренировку.

Важным правилом безопасного посещения батутного парка является запрет на прыжки на одном батуте более одного человека. Конструкция батута сделана таким образом, что при прыжке в любой зоне сетки человека относит к ее центру. Это задумано для того, чтобы исключить вылета за пределы батута. Если же люди будут прыгать на одном батуте вдвоем, столкновений не избежать. Кроме того, при прыжках на батуте более одного человека, на конструкцию и комплектующие действуют дополнительные нагрузки, что быстрее выведет аттракцион из строя.

Особого внимания требуют посетители, которые без подготовки пытаются делать опасные трюки, или прыгают в поролоновую яму. Если инструктор видит такого гостя, то он должен остановить его, разъяснить правила безопасности и помочь освоить технику прыжков, во избежание травм.

Зона поролоновой ямы является самым опасным элементом в батутном парке, поэтому, как правило, за ней закрепляется отдельный инструктор, который

разъясняет правила прыжков и контролирует очередность посетителей.

Техническое обслуживание

Безопасность посетителей батутного парка во многом зависит и от технического обслуживания комплекса.

Каждый день, перед открытием парка должен осуществляться осмотр оборудования – проверка на наличие повреждений, чистка матов, сеток, уборка под батутами, так как там оседает пыль, которая во время прыжков поднимается в воздух и ею дышат посетители. Раз в неделю необходимо перебирать кубики в поролоновой яме, чистить ее от мусора и пыли, а также проверить яму на наличие посторонних предметов.

Регулярное техническое обслуживание не только закрывает многие вопросы по безопасности и сократит риски, но и продлит срок службы оборудования батутного парка.

Мы перечислили только основные моменты, касающиеся безопасной эксплуатации батутных парков, но есть еще много нюансов, которые должен знать владелец этого популярного сегодня вида бизнеса в индустрии развлечений.

(Продолжение следует)

Во многом безопасная эксплуатация батутного парка зависит от грамотной работы инструктора, или тренера.

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.media-project.spb

Реклама



УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР РАППА

ОБУЧЕНИЕ И СЕРТИФИКАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Очередная учебная сессия
 28 января - 1 февраля 2019 г.



• Более 1200 обученных специалистов из 230 городов России и стран СНГ

• С выдачей сертификата федерального уровня

• Подробности и заявка www.raapa.ru

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





РЕУТОВ В «ВОСТОРГЕ»

В этом году отмечает свое 15-летие парк аттракционов «Восторг», который расположился в Центральном парке города Реутов. С первых дней работы парк стал любимым местом жителей Реутова и ближайших городов Подмосковья. Познакомимся с ним поближе.

В «Восторг» приходят не только покататься на аттракционах, но и просто погулять, попить лимонад, поесть мороженого и отдохнуть с детьми в любое время года. Каждый посетитель может выбрать отдых и развлечения в соответствии со своими желаниями и настроением. Для юных гостей работают более 20 современных аттракционов, мимо которых не сможет пройти ни один ребенок. Ну, а в распоряжении самых маленьких посетителей парка открыт детский городок с песочницей, горками, качелями и прочими удивительными развлечениями.

Самыми любимыми аттракционами гостей являются карусель «Вальс», батут «Кенгуру», рассчитанный на детей от трех лет, «Электролодочки», «Водные шары», «Космос», «Свадебная карусель» и многие

другие. Большой популярностью пользуется аттракцион «Калипсо» (один из самых высоких аттракционов парка), который в этом году стал лидером по посещению среди всех каруселей.

Юные любители автомобилей и их папы могут отточить свои навыки вождения на знаменитом «Автодроме».

Не оставит равнодушными ни маленьких гостей, ни их родителей современный 5D-кинотеатр – все вместе они могут отправиться в сказочное путешествие за сокровищами или встать на защиту галактики.

Так же в этом году было запущено несколько новых аттракционов, среди которых особой популярностью пользовалась карусель «Чудо-Яйца».

Продолжительность цикла и амплитуда движения каруселей рассчитаны таким образом, чтобы детям было максимально комфортно. Добавляет развлекательного эффекта веселая музыка, которая присутствует почти на всех аттракционах. Атмосфера праздника и веселья здесь всегда, поэтому ни один ребенок не останется равнодушным, придя в парк впервые.

Также в парке есть контактный зоопарк, где можно погладить, покормить и познакомиться поближе с его маленькими обитателями. На данный момент в зоопарке проживает более 10 видов животных: уточки, кролики, морские свинки, ежики, попугайчики, хомячки, козочки, енот, черепашки и другие виды животных.

Любимая зона родителей, приходящих с маленькими детьми, – детский городок, где малыши не только играют в песочнице, но и развивают навыки общения друг с другом. Здесь дети могут почувствовать себя строителями и поварами, благодаря большому количеству различных игрушек: грузовиков, бетономешалок, кухонной утвари, посуды и т.д.

Администрация парка «Восторг» строго следит за чистотой и удобством пребывания на территории. В этом году установлены новые скамейки, расставлены урны, разработаны элементы навигации парка, высажены цветы и деревья, покрашены бордюры, выровнены дорожки и уложен новый асфальт. Родители могут не беспокоиться о безопасности своих детей, находясь в парке аттракционов. Персонал парка очень доброжелательный, всегда готов ответить на любой вопрос и оказать помощь.

Следует отметить, что в парке есть комната «матери и ребенка», где в любой момент можно перепеленать малыша.



Ни один ребенок не останется равнодушным, придя в парк впервые.



Многие посетители спрашивают, что будет с парком зимой. Об этом не стоит беспокоиться, ведь парк работает круглогодично и в любое время года гости смогут найти для себя занятие по душе.

Предстоящей зимой в парке откроется каток. Так что, любителей фигурного катания ждут незабываемые впечатления. Нет ничего приятней, чем провести время с семьей, занимаясь активным отдыхом на свежем воздухе.

Главным зимним развлечением на территории парка «Восторг» станет самая большая ледяная горка Подмосковья длиной спуска 90 метров. Благодаря современному оборудованию, не позволяющему льду таять, горка будет функционировать вне зависимости от температурных условий на улице. В наличии будет доступен прокат ватрушек и ледянок.

Отдохнуть и согреться зимой можно будет, выпив горячий кофе и чай. Также в планы администрации входит запуск дополнительных аттракционов для зимних забав – зорбы, снегоходы, зимние бананы, катания на санках. Все это, несомненно, порадует посетителей предстоящей зимой.

Благоустройством городского парка, на территории которого находится парк аттракционов «Восторг», активно занимается администрация Реутова: посажены новые деревья, заменено освещение, заработал музыкальный фонтан, появились игровые площадки. В том, что администрация города внимательно относится к младшему поколению, можно легко убедиться, пройдя по Реутову – благо, он компактный: особо хочется отметить наличие большого количества современных детских площадок.

Не менее трепетное отношение к детям в парке аттракционов «Восторг», о чем свидетельствуют частые благотворительные акции и социальные программы.



Парк тесно сотрудничает с отделом попечительства по городскому округу Реутов, предоставляя возможность учащимся школ-интернатов кататься на аттракционах бесплатно. Дети участвуют в безвозмездных лотереях, где разыгрываются билеты на аттракционы.

Кроме того, в парке «Восторг» предусмотрены скидки для многодетных семей, инвалидов, детей, чьи родители являются участниками боевых действий. В будние дни для посетителей также действует скидка.

Летом в парке проходят розыгрыши велосипедов и самокатов, детские дискотеки, веселые старты с участием аниматоров.

Руководство парка активно поощряет школьников-отличников. Все они получают по пять билетов на аттракционы абсолютно бесплатно. Чем не мотивация для детей хорошо учиться!

Парк ждут положительные перемены и преобразования, о которых обязательно стоит рассказать. Хотя уже сейчас после проведения мероприятий по благоустройству территории и ввода в эксплуатацию новых аттракционов, отмечается повышенный интерес среди гостей.

Новое руководство парка не останавливается на достигнутом и предпринимает масштабные шаги по реализации грандиозных планов:

1. Установка новых современных аттракционов;
2. Организация развлечений для взрослой аудитории (родителей);
3. Строительство детского кафе с игровой зоной для малышей;
4. Установка уличного лабиринта для детей;
5. Проведение мастер-классов по росписи гипсовых и деревянных фигур и декору блюд;
6. Посадка декоративных кустов, создание альпийских горок, установка фигур героев из детских сказок;
7. Проведение тематических праздников (Новый год, Рождество, Масленица и т.д.);
8. Установка новогодней Елки на территории парка и многое другое.

Забота о жителях города и самом дорогом, что у нас есть, о детях – вот основная миссия, которую развивает парк.

Как отметили в руководстве паркового комплекса: «Создание комфортного места для совместного досуга родителей и детей – это важнейшая задача, которую мы ставим перед собой. Мы стремимся создать идеальный парк для качественного отдыха на любой вкус».

А. Жаворонкова



PR И КОНТР-PR В ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Алексей Тарасов
Эксперт-консультант в сфере управления парками

Сегодня практически любой парк состоит из следующих основных компонентов: аттракционы, благоустроенная территория, торговля едой, напитками и сувенирной продукцией, развлекательные мероприятия и т.д. При этом большинство парков имеют свою территорию и сформированную инфраструктуру, которую дальше развивать иногда просто некуда. Для эффективного роста довольно сложно обновить набор аттракционов (дорого); реконструировать территорию тоже не дешево, да и природо-охрана часто это не позволит сделать. Поэтому необходимо искать другие способы повышения посещаемости, доходности и эффективности парка. И такая возможность есть... За пять лет наш парк, практически не покупая аттракционы (если честно, то один все же купили), увеличил валовый доход в 4,5 раза (450%).

Один из самых простых по реализации, но не самый лёгкий способ – это работа с общественным мнением с помощью инструментов маркетинга, рекламы и PR. Основной упор в этой статье я сделаю на PR и контр-PR, но, «для разогрева», предварительно пробежусь по маркетингу и рекламе в парке.

Маркетинг в парке

С помощью грамотного специалиста вы сможете раскрутить посещаемость парка в разы. Нужно только понимать человеческую природу и модель поведения своего гостя.

Алгоритм работы маркетолога в парке примерно следующий:

- Сбор информации об услугах и продуктах в парке (аттракционы, еда, напитки, сувенирка, мероприятия а-ля «День рождения» и т.д.);
- Изучение статистики посещения парка, продаж билетов на аттракционы и другие группы товаров;
- Изучение портрета целевой аудитории.

Далее наступает процесс «выпекания пирогов» из собранной информации для следующих целей: привлечение внимания, увеличения лояльности посетителей, выравнивание нагрузки на аттракционы. Безусловно, каждый парковик мечтает, что бы ежедневно в парке



был «День Города» и максимальная доходность. Но моё мнение: толпы, очереди, давки на аттракционы, за сисками и в туалет – не очень приятно. Необходимо создавать для посетителей более комфортные условия времяпрепровождения.

Реклама в парке

В индустрии развлечений наиболее применимы следующие инструменты маркетинга: рекламные акции, скидки, подарки за покупку, бонусы за пополнение игровой карты, розыгрыши, лотереи, кросс-маркетинг, конкурсы, спонсорство, аттракцион-киллер, дегустации, промо-коды.



Что касается рекламы, то в парке она может быть внутренняя и внешняя. Об этом много написано умных статей, книг и презентаций, поэтому просто перечислим основные инструменты:

афиши, световые короба, плакаты, световые экраны, флаеры, купоны, объявления, бегущая строка, социальные сети, СМИ, VK, одноклассники, контекст, копирайтер, таргетирование, Facebook, Инстаграм, банеры, рисунки на асфальте (в т.ч. 3D), промо-фигуры в ландшафтном дизайне, название аттракциона (кенгуру - название магазина детских вещей), логотип на билетах, бренд на униформе.

PR и контр-PR

Далее читать имеет смысл, если у вас есть бренд-бук парка или вы его уже почти доделали...

Мирные способы работы с общественным мнением.

Все проблемы во взаимоотношениях с посетителями начинаются от отсутствия информации или её неправильного истолкования. Поэтому необходимо заранее всё «разжевывать» потребителю.

Например, вы планируете увеличить цену на билет. Напишите за неделю-две объявление, мол, электричество, налоги, коммуналка за последние три года выросла на 400%. Мы не повышали цены с тех пор. И вынуждены это сделать, иначе нам придётся закрыться. Мы очень любим наши клиентов, и поэтому повышаем цены всего на 30% и т.п.

Или. Планируете ремонт дорожного покрытия. Хорошо. Заранее оградите территорию, поставьте предупреждающие знаки, укажите сроки работ, нарисуйте пути обхода. Извинитесь.

И тогда никто не будет жаловаться и ныть.

PR

Семь действенных способов мирного влияния на общественное мнение:

инфо-поводы, собственные СМИ, социальные сети, пресс-конференции, пресс-туры, совместные мероприятия со СМИ, чемпионаты среди журналистов.

Ваша задача, организовав поток новостей высокого качества, разумного объёма и с интересным контентом, создать имидж парка-друга, парка-релакса, парка-радости.

•Инфо-поводы – желательно раз-два в неделю рассылать в дружеские СМИ и размещать на собственных аккаунтах (VK, FB, Инстаграм, Одноклассники) новости про парк: мероприятия, конкурсы, акции, концерты, открытие объектов. Чужие СМИ, безусловно, захотят за размещение инфор-

мации от вас «денежку», так что тут надо будет поработать. Ваша новость должна быть уникальной, весёлой, интересной, масштабной, фантастической, ни на что не похожей, важной для общественности, для города или для самого СМИ. Например: план мероприятий на

Проблемы во взаимоотношениях с посетителями начинаются от отсутствия информации или её неправильного истолкования.





день города, открытие нового аттракциона, благотворительный бал, конкурс ландшафтного дизайна.

- Социальные сети самый массовый способ работы с целевой аудиторией на сегодняшний день. Здесь работают: конкурсы фотографий, розыгрыши призов, акционные промо-коды.

- Очень действенный способ упреждать критику журналистов – это проводить в начале и в конце сезона пресс-туры по парку на тему: что было, что стало, что будет.

- Мероприятие со СМИ – Фестиваль радиостанции, например;

- Самый лакомый способ мирного PRa – чемпионаты для журналистов. Например, Зимние олимпийские игры среди СМИ города. Приглашаются журналисты всех мастей с семьями. Задействуются все аттракционы в парке: кто дальше спустится на тюбинге с катальной горы, кто быстрее пройдёт 1 км на лыжах, кто дальше вытолкнет ребёнка на сани, кто быстрее прокатится на коньках один круг. Всё заканчивается награждением и праздничным фуршетом. Эта новость появится везде и практически бесплатно. С вас только расходы на дипломы и на чай с плюшками.

Контр-PR

ГЛАВНОЕ – слушать клиента и исполнять его разумные пожелания. РАЗУМНЫЕ. А для потребительских «экстремистов» есть другие средства принуждения к миру.

Как правило, они делятся на холодные и горячие (пассивные и активные).

Никогда не надо ругаться с посетителем. Постарайтесь его понять (и простить). Посетитель специально приходит в парк отдохнуть, но не все могут оставить

груз жизни и стрессы за входом... Нужно просто профессионально помочь гостю в переключение с негативных эмоций на радостные!

4 холодных способа контр-PR:

правило «три НЕТ», индивидуальные беседы, аудио-видео, «а ребёнку в магазине колбасу тоже бесплатно выдают?»

- правило «3 НЕТ»

объясняя «токсичному» посетителю правила катания на аттракционе (например, «сопровождение») спокойно преодолевайте его возражения и стойте на своём. Но если посетитель непреклонен, начинает угрожать жалобами, судами и отрицательными отзывами, то лучше, в конце концов, уступить. Иногда дешевле, во всех смыслах этого слова, под уникальным предлогом сдаться и покатать «террориста», чем потом ходить по судам и весьям... Главное, чтобы он не ввёл это в практику, и его победа была «пирровой».

- Индивидуальные беседы

Разбирайте конфликтные ситуации индивидуально, отведя спорщика в сторону, чтобы он не собирал толпу, не подпитывался от нее негативной энергией и не «заряжал» людей на скандал.

- Аудио-видео.

Все диалоги желательно проводить под аудио-видео запись. Например, рядом со стационарным местом работы администратора под камерой. Можно купить переносной нагрудный видеорегиистратор. Данная функция охлаждает горячий пыл обиженных.

пример, рядом со стационарным местом работы администратора под камерой. Можно купить переносной нагрудный видеорегиистратор. Данная функция охлаждает горячий пыл обиженных.

- «А ребёнку в магазине колбасу тоже бесплатно выдают?»

Вариант смысловой ловушки в ответ на аргумент: «А почему моему ребёнку нельзя бесплатно покататься?»



ГЛАВНОЕ - слушать клиента и исполнять его разумные пожелания.

7 горячих видов оружия принуждения к миру потребительских террористов:

«не кормите троллей», «туман», «бабки», «волынка», «адвокаты парка», конкурентные СМИ, суд чести и достоинства.

К сожалению, не все способы можно публично озвучивать. Борьба с чёрными новостями тоже иногда чёрная. Поподробнее обо всём можно узнать на моём тренинге «контр-PR» в эпоху маркетингового «экстремизма». Но пару видов борьбы мы здесь разберём.

- Хейтеры (тролли) интернет пространства – это вампиры современного мира, питающиеся негативными эмоциями комментариев социальных сетей. Не будем глубоко углубляться в изучение этого явления. Порекомендую не обращать активного внимание на язвительные замечания. Не кормите тролля!

- Туман – способ размыть главную мысль комментариев большим количеством разнообразной второстепенной, не имеющей отношения к главной теме, информацией. Задача: сбить волну и увести мнение в сторону. Далеко-далеко...

- Конкурентные СМИ. Всегда необходимо иметь пул дружественных СМИ (можно платных), публикации в которых уравнивают негативные статьи и сюжеты.

P.S. Современные скорости информационных потоков очень большие. В наше время нужно обязательно держать руку на пульсе, мгновенно реагировать на негативные течения в океане масс-медиа и душить их в зародыше. А ещё лучше не допускать их. Для этого работайте честно, с душой, ставя на первое место ощущения вашего посетителя, влезайте в его шкуру. Ведь если человеку будет хорошо, он никогда не будет жаловаться, ныть и троллить.

Рекомендуемые источники, мнение которых совпадает с мнением автора:

1. ПОСЛОВИЦЫ

«Какое дело коту, что о нём думают мыши»

«Собака лает, караван идёт»

2. БАСНЯ

«Слон и моська»

3.МИНИАТЮРА

«Насосы и колёса»

<https://vimeo.com/128509063>

4. КНИГИ

«Жалоба как подарок», Джанелл Барлоу, Клаус Меллер

«Игры, в которые играют люди», Эрик Берн

5. ФИЛЬМ

«Хвост виляет собакой», режисёр Барри Левинсон





АРХИТЕКТУРНЫЙ БЕТОН

Технология изготовления универсальных декораций

Современный парк развлечений – это не просто общественное зеленое пространство с набором аттракционов, фудкортом и детской площадкой. Тематизация парков, эмоциональная насыщенность окружающего пейзажа, создание совершенно нереальных фантастических пространств и объектов с элементами самопознания позволяет сегодня говорить о таких семейных центрах отдыха и развлечений, как о настоящих достопримечательностях города, области, региона. Но создание особой сказочной атмосферы, так привлекающей посетителей своей неповторимостью и загадочностью, немислимо без соответствующих тематических декораций. Именно они первыми встречают гостей парка, являются его визитной карточкой, формируют первое впечатление. Разумеется, равнодушно относиться к столь мощному маркетинговому инструменту в борьбе за целевую аудиторию нельзя. Поэтому важно изначально выбрать не просто качественные, надежные и яркие фигуры и формы, выбранные декорации должны быть долговечны, функциональны и пожаробезопасны.

Сегодня на рынке очень много предложений по созданию абсолютно любых по форме, цвету и размеру декораций из различных видов пластика и полиэфирных смол. Главными преимуществами таких декораций являются легкость конструкций, что безусловно подходит для центров развлечений, где эксплуатация игрового оборудования и самой площадки ограничена разрешенным весом на перекрытия. Как правило, это

касается старых сооружений советского периода постройки. В случае с новыми ТРЦ, парками и семейными центрами развлечений круглогодичного использования, рассчитанных на долгосрочную работу, есть достойная альтернатива, которая не только продлит срок службы тематических декораций, но и позволит сэкономить средства, уходящие на поддержку презентабельного внешнего вида конструкций на протяжении нескольких лет.

Предлагаем обратить внимание на относительно новую для России технологию изготовления декораций с неограниченным сроком эксплуатации на основе архитектурного бетона. Многолетний положительный опыт европейских парков, включая Диснейленд, а также неоспоримые преимущества данного материала, такие как высокая износостойкость, влагостойкость, пожаробезопасность, прочность и простота в уходе позволяют владельцам на долгие годы создавать волшебный мир тематического парка без угрозы возгораний и разрушений.

Безопасный рабочий состав смеси, в который входит строительный песок, цемент, пластификаторы и вода, позволяют говорить об универсальности декораций. Фигуры и формы из арт-бетона можно использовать как внутри помещений, так и снаружи, оставляя их без дополнительной защиты в зимний период. Высокая пластичность материала дает неограниченные возможности по созданию самых масштабных фигур

Технология позволяет создавать влагостойкие, пожаробезопасные декорации с неограниченным сроком эксплуатации.

и декораций с имитацией абсолютно любых поверхностей. Металлический каркас в основании создаваемых конструкций позволяет использовать

их и с функциональной точки зрения: от маскировки оборудования, инженерных коммуникаций, служебных помещений до создания полноценных игровых пространств любой площади и назначения. Конечно, декорации из архитектурного бетона тяжелее пластиковых аналогов, их масса в среднем 120 кг/м², но если нет строгих ограничений по нагрузкам на фундамент здания или, если речь идет о декоративном оформлении аквапарка, зоопарка, всепогодного парка развлечений на открытом воздухе, данный аспект не так важен. Здесь гораздо важнее устойчивость декораций к высоким и продолжительным нагрузкам, как со стороны посетителей, так и со стороны природных факторов, и здесь архитектурный бетон, безусловный фаворит. Что же касается декоративной составляющей тематических форм и фигур из арт-бетона: конструкции проходят обязательную предварительную и финишную грунтовку всех поверхностей, в том числе влагозащитную, а каждый элемент расписывается износостойчивыми фасадными красками, которые на долгие годы защи-





щают созданные декорации от выцветания и потери эстетического внешнего вида.

Таким образом, применение архитектурного бетона в создании долговечных, надежных и функциональных декораций оправдано, как с экономической точки зрения, так и с эксплуатационной. Не обязательно одевать весь парк в бетонные конструкции, здесь, как и в лю-

бом деле, важно придерживаться золотой середины, отдавая предпочтение декорациям из бетона в создании наиболее сложных и художественно затейливых конструкций и фигур.

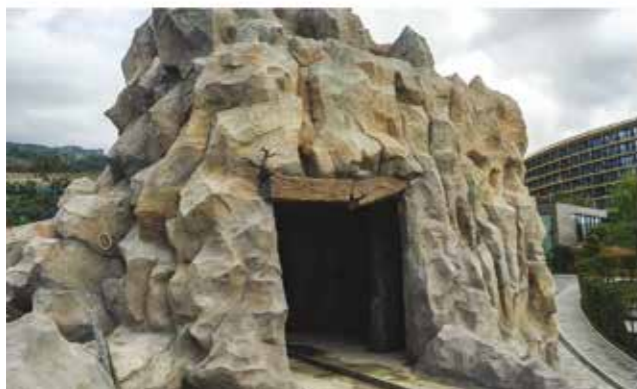
Алексей Земцов



ИОЛЛА
WWW.IOLLA-ART.RU

**ТЕМАТИЧЕСКИЕ ДЕКОРАЦИИ И ФИГУРЫ
ИЗ АРХИТЕКТУРНОГО БЕТОНА**

+7 495 142 34-02 +7 926 088 99-30



11TH CHINA(ZHONGSHAN)INTERNATIONAL GAMES & AMUSEMENT FAIR 2018

Date: Nov.29th - Dec.2nd, 2018

Venue: Zhongshan Convention Center

Total Exhibition Area: Up to 100,000 sqm

More info about G&A please visit <http://www.zsgaf.com>



AAA Committee

Phone: +86-20-28967766 Fax: +86-20-82579220 E-mail: grand@grahw.com; sales@grandeurhk.com

Add: Room 301, No.7, the First Street of Kehui, Kexue Avenue, Science City, Huangpu District, Guangzhou, China.



2019 ASIA AMUSEMENT & ATTRACTIONS EXPO (AAA)

15th GUANGZHOU INTERNATIONAL GAME & AMUSEMENT EXHIBITION (CIAE)
& THEME PARKS & ATTRACTIONS INDUSTRY EXHIBITION (TPAE)

9-11 May 2019

China Import and Export Fair Complex (Area A)



www.aaaexpos.com
www.aaaexpo.cn



Система Обнаружения Утопающих



БЕЗОПАСНЫЕ БАССЕЙНЫ

Плавание может быть опасным...

Международная статистика показывает, что инциденты утопления – это глобальная недооцененная проблема и в некоторых областях даже проблема номер один, являющаяся причиной смерти детей в возрасте между 1-5 годами.

Согласно ВОЗ, утопления – вторая лидирующая причина неумышленного смертельного вреда в рамках всего мира после дорожных происшествий.

На каждое утопление со смертельным исходом существует большое число не смертельных случаев, которые требуют незамедлительного и длительного ухода. Фактом является то, что плавание практически настолько же рискованно, как и вождение автомобиля.

В то время, как во многих областях применена автоматизированная система технологий безопасности, ваш местный общественный бассейн часто полностью полагается на человеческий глаз для контроля.

...а наблюдение очень сложным

Наблюдать за своим собственным ребенком во время плавания может быть сложным, а наблюдать за 25-30 детьми в качестве учителя или вожатого в лагере ещё более сложная задача!

Миссия спасателей – контроль и поддержание безопасности. Это требует очень высокого уровня бдительности, поддерживаемого постоянно большое количество рабочих часов. Атмосфера, большое количество людей, шум, жара и влажность делают эту задачу очень сложной.



Утопление само по себе событие очень тихое и происходит очень быстро. Время на спасение очень критично!

SENTAG – автоматический сигнал к действию



Браслеты мониторят глубину и время для каждого пользователя. Каждый браслет установлен на глубину и время, на которых срабатывает сигнал тревоги. Это означает, что если пловец пойдет слишком глубоко на слишком длительное время, то сигнал тревоги незамедлительно приведет в состояние боевой готовности спасателя и оповестит о том, что территория бассейна нуждается во внимании.

В этом качестве система Сентаг подражает наблюдению спасателя, которому следует быть обеспокоенным в случае, если пловец остается на слишком долгое время под поверхностью воды.

SENCALL – ручной сигнал к действию



Кнопки могут быть установлены на выбранном месте, чтобы позволить гостям или персоналу вручную подать сигнал к вниманию.

Это позволяет персоналу незамедлительно реагировать в экстренном случае, независимо от его расположения - в бассейне, в раздевалках, Спа или других территориях.

Обнаружение объектов в бассейне

Sentag имеет пассивный режим для мониторинга бассейнов, которые не должны использоваться.

В пассивном режиме система обнаруживает, если кто-то или что-то попадает в бассейн.

- Оповещает, если ребенок или домашнее животное падает в бассейн
- Оповещает в случае использования бассейна за пределами установленных часов работы

Концепция Сентаг



Пользователи Сентаг получают очень положительные отзывы от гостей и клиентов, которые чувствуют себя спокойными, так как эксплуатант идет на дополнительные меры, чтобы сохранить гостей в безопасности.

Предлагая Сентаг вашим гостям, вы показываете, что вам не все равно и вы заботитесь о них и это предоставляется быстро в то время, когда важные сообщения о безопасности могут быть донесены до пользователей.

Браслеты могут быть использованы всеми категориями пользователей, от маленьких детей до взрослых с разными настройками и цветами.

Браслет так же может играть роль идентификатора внутри объекта, позволяющего использовать такие функции как:

- Онлайн-билеты
- Автоматическая выдача браслетов на входе
- Автоматическое удержание браслетов на выходе
- Открытие/закрытие шкафчиков
- Вход на территорию
- Безналичный расчет

Опции сигналов тревоги



Системы Сентаг могут быть оборудованы дополнительными элементами, такими как:

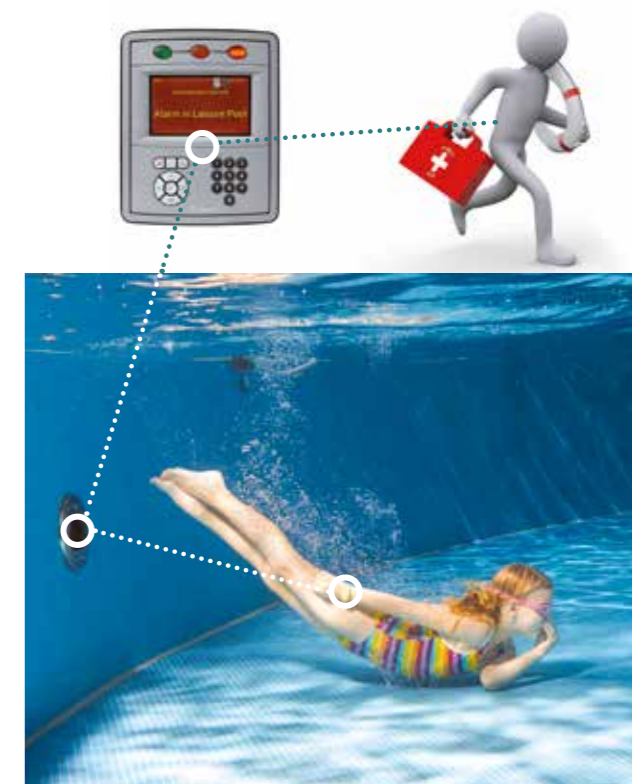
- Световые и звуковые сирены
- Переносными радиостанциями
- Кнопками для ручного сигнала тревоги
- CCTV для видео лога с предзаписью

Повышение безопасности в воде – наша потребность

Наше интеллектуальное решение для повышения безопасности – система SENTAG

Если кто-то тонет в те самые секунды, когда внимание сотрудника отвлечено, сигнал

БУДЕТ отправлен, а персонал БУДЕТ оповещен! Жертва будет находится под водой в течение самого минимального времени и спасение ПРИДЕТ вовремя. Тонуший НЕ ОСТАНЕТСЯ незамеченным.



625037, г. Тюмень,
Тюменская область, ул. Сакко, д. 43
Тел./факс: (3452) 50-08-73
E-mail: priem@tyumensvyaz.ru
www.tyumensvyaz.ru



Совместно с
SENTAG



ATRAX '19

atraxexpo.com

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

14 - 16 FEBRUARY 2019

ISTANBUL EXPO CENTER / ISTANBUL - TURKEY



THIS EXHIBITION IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF TOBB IN ACCORDANCE WITH THE NUMBER 5174

TUREKS
ULUSLARARASI FUARCILIK A.Ş.

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

profitable meeting...

Reklama

GOLDEN PONY AWARDS

История премий в СНГ и Москве

для парков развлечений, луна-парков, ТРЦ, производителей аттракционов, выдающихся представителей индустрии



Международная премия за выдающиеся достижения!



91
лауреат из
всех сфер досуга

9
СТРАН-УЧАСТНИКОВ
из СНГ

АРМЕНИЯ
АЗЕРБАЙДЖАН
БЕЛАРУСЬ
ГРУЗИЯ
КАЗАХСТАН
РОССИЯ
ТАДЖИКИСТАН
УКРАИНА
УЗБЕКИСТАН



8
мероприятий
с 2011 г.



АНКЕТА КАНДИДАТА НА ПРЕМИЮ GOLDEN PONY® AWARDS Москва – 13 марта 2019 г.

Если вы хотите представить свою кандидатуру или другого кандидата, пожалуйста, заполните эту анкету и отправьте ее нам вместе с несколькими фотографиями или другими материалами, иллюстрирующими вашу работу/работу другой компании. Мы с Вами свяжемся.

- Я хочу выступить в качестве кандидата на следующую премию Golden Pony Awards в Москве в категории, отмеченной ниже
- Я хочу предложить другую компанию в качестве кандидата в категории, отмеченной ниже
 - Парки аттракционов
 - Акваларки
 - ТРЦ
 - Луна-парки
 - Поставщики аттракционов и услуг
 - Специальные премии
- Я отправлю материал для вашей оценки по почте, факсу или электронной почте

Кандидат или тот, кто предлагает кандидата должен быть подписчиком журнала Games & Parks Industry или заказать подписку

Данные кандидата:
 Компания/ТРЦ/Парк
 Имя представителя
 Адрес Город Страна
 Телефон E-mail.....
 Вебсайт

Пожалуйста, кратко опишите основания, подтверждающие вашу кандидатуру:

Компания и подпись

Вырежьте эту страницу и отправьте по адресу:

FACTO EDIZIONI Srl - Via Ugo Foscolo, 11 - 35131 Padova - ITALY
 Tel. (+39) 049 8762922 ext 1 - E-mail: info@factoedizioni.it - luisa@factoedizioni.it - www.factoedizioni.it



@GOLDENPONYAWARDS

Reklama

Проектируемые и строящиеся торгово-развлекательные центры в России (за период 2018-2020 гг.)

№ п/п	Город	Наименование объекта	Площадь объекта	Ввод в эксплуатацию	Развлекательная составляющая и другие услуги	Источник
2018 г.						
1	Белгород	Крытый аквапарк	9 000 м ²	IV квартал 2018	Детский уголок, фудкорт, горки, волновые бассейны, ленивая река	www.bel.ru
2	Выборг (Ленингр. обл.)	ТРЦ «Cubus»	25 960 м ²	IV квартал 2018	Многозальный кинотеатр, семейный развлекательный центр, фудкорт	www.shopandmall.ru
3	Калининград	ТРЦ «Янтарь»	22 650 м ²	IV квартал 2018	Кинотеатр, развлекательный центр, фитнес центр, кафе, рестораны, фудкорт	www.malls2b.ru
4	Киров	ТРЦ «Макси»	550 000 м ²	IV квартал 2018	Кинотеатр, семейный развлекательный центр, детский развивающий центр, фитнес и СПА, фудкорт, кафе	www.malls2b.ru
5	Кострома	ТРЦ «Джек и Чан»	21 000 м ²	IV квартал 2018	Тематический развлекательный центр, интерактивный парк развлечений	www.shopandmall.ru
6	Мытищи (Моск. обл.)	ТРЦ «5 Планет»	25 000 м ²	IV квартал 2018	Кинотеатр, боулинг, кафе	www.malls2b.ru
7	Нижевартовск	ТРЦ «Golden Park»	73 000 м ²	IV квартал 2018	Кинотеатр, семейный развлекательный центр, детский развивающий центр, фитнес центр, рестораны, кафе	www.shopandmall.ru
8	Новосибирск	ТРЦ «Европейский»	100 000 м ²	IV квартал 2018	Кинотеатр, семейный развлекательный центр, кафе, рестораны, фудкорт	www.malls.ru
9		ТРЦ «Калейдоскоп»	150 000 м ²	IV квартал 2018	Кинотеатр, развлекательный центр, фитнес-центр, ледовый каток, кафе, рестораны, фудкорт	www.malls2b.ru
10	Обнинск	ТРЦ «Обними»	17 000 м ²	IV квартал 2018	Детская игровая зона, фудкорт	www.malls.ru
11	Сургут	ТРЦ «Life Mall»	43 000 м ²	IV квартал 2018	Развлекательный центр, фитнес-центр, город профессий	www.shopandmall.ru
2019 г.						
12	Москва	ТРЦ «Саларис»	310 000 м ²	I квартал 2019	Семейный развлекательный центр, кинотеатр, фудкорт	www.malls.ru
13	Нижекамск	ТРЦ «Рамус Молл»	120 000 м ²	I квартал 2019	Кинотеатр, парк развлечений, кафе и рестораны	www.shopandmall.ru
14	Пермь	ТРЦ «Планета»	151 000 м ²	I квартал 2019	Кинотеатр, детский центр развлечений, фудкорт	www.shopandmall.ru

15	Пушкино (Моск. обл.)	ТРЦ «Акварель»	111 168 м ²	I квартал 2019	Кинотеатр, развлекательное пространство	www.malls.ru
16	Челябинск	ТРЦ «Космос»	32 000 м ²	I квартал 2019	Детский развлекательный центр, фудкорт	www.malls.ru
17	Хабаровск	ТРЦ «Броско Молл»	96000 м ²	III квартал 2019	Аквапарк, кинотеатр, детский развлекательный центр, кафе и рестораны	www.shopandmall.ru
18	Долгопрудный (Моск. обл.)	ТРЦ «Город»	26 000 м ²	IV квартал 2019	Развлекательный центр, семейная зона, фудкорт	www.shopandmall.ru
19	Егорьевск (Моск. обл.)	ТРЦ «Солнечный город»	30 000 м ²	IV квартал 2019	Кинотеатр, развлекательный центр, фудкорт, кафе, рестораны	www.vrdgroup.ru
20	Екатеринбург	Парк развлечений Dreamworks	193 000 м ²	2019	Тематический парк, концертный зал, кинотеатр, кафе, рестораны, фудкорт, отель, ландшафтный парк	www.malls2b.ru
21		ТДЦ «Свердловск»	105 000 м ²	2019	Фитнес клуб, детский развлекательный центр	www.ekbrealty.ru
22	Казань	ТРЦ «Авиатика»	190 000 м ²	2019	Спортивный центр, аэротруба, электрокартинг	www.realnoevremya.ru
23		ТРЦ в «Экопарке «Дубрава»	130 000 м ²	2019	Центр семейного отдыха, кинотеатр, фудкорт	www.realnoevremya.ru
24	Воронеж	ТРЦ «Майский»	63 300 м ²	2019	Детский развлекательный центр, фудкорт	www.shopandmall.ru
25	Грозный	ТРЦ «Грозный Молл»	132 027 м ²	2019	Рестораны и кафе, МАХ кинотеатр, развлекательный центр для детей и взрослых, фудкорт, боулинг	www.shopandmall.ru
26	Петрозаводск	ТРЦ «ЛОТОС PLAZA» II-я очередь	19 400 м ²	2019	Семейно-спортивный центр, фитнес-центр, фудкорт	www.shopandmall.ru
27	Санкт Петербург	ТРЦ «Голливуд»	113 000 м ²	2019	Кинотеатр, парк развлечений, кафе и рестораны, велнесс-центр с бассейнами и спа-зоной	www.spb.roomfi.ru
2020 г.						
28	Иркутск	ТРЦ «Фортуна Сити Молл»	220 000 м ²	2020	Кинотеатр, развлекательная зона, рестораны, фудкорт	www.shopandmall.ru
29	Казань	ТРЦ на Павлюхина	136 000 м ²	2020	Фудкорт	www.shopandmall.ru
30	Москва	МФЦ «Олимпик Парк»	20 000 м ²	2020	2 ТРЦ, бизнес центр	www.malls2b.ru
31		ТРЦ «Green Mall»	315000 м ²	2020	Кинотеатр, рестораны с открытыми террасами, бассейн на крыше	www.shopandmall.ru
32	Омск	ТРЦ «Июнь»	50 000 м ²	2020	Кинотеатр, боулинг, рестораны, кафе, развлекательный центр, фитнес-центр	www.shopandmall.ru
33	Пушкино	Ритейл-парк «Глобус»	120 000 м ²	2020	Кинотеатр, семейный парк развлечений, фудкорт	www.malls2b.ru
34	Челябинск	Аквапарк под куполом	52 000 м ²	2020	Пляж, горки, волновой бассейн	www.lentachel.ru

20th Anniversary International Exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO – 2018»



Overall results

The 20th Anniversary International exhibition «Amusement Rides and Entertainment Equipment RAAPA EXPO – 2018» that took place on March 1-3 in pavilion 75 at VDNH was a great success.

The exhibition was organized by the Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA). General Sponsor: PAX, Group of companies. General Media Partner: Amusement Industry Catalogue, magazine; web-based partners: vtorio.com, rides.zone, and others.

Over 200 companies from more than 20 countries all over the world (Italy, Canada, Belarus, Mexico, Turkey, Spain, Great Britain, Belgium, Germany, China, Estonia, Taipei, Switzerland, United Arab Emirates, Netherlands, and others) took part in the exhibition and presented all the main trends in the modern amusement industry: park rides, redemption machines and simulators, 5D cinemas, VR attractions, kiddie playgrounds and sports equipment, shooting galleries, trampolines and bounces, ropes courses, theme design, access control systems, automation systems, billiard and bowling, equipment for waterparks, vending and prize machines, park and FECs design services, staff training, event management, landscape design, food services, and many others.

36 exhibitors joined the RAAPA EXPO for the first time which is a peculiar record. This yet again indicates that the entertainment market in Russia keeps developing.

Let us outline some major trends and novelties of 2018:

Dinosaurs' comeback. Prehistoric reptiles have once again proved to be the most in demand product in the amusement industry. Animatronics and robotic dinosaurs of all sizes could be met this year at RAAPA EXPO left and right. Almost all of them were sold out.

Wonder wheel. Like everything else, amusement industry is changing but classics remains forever. The most classic park ride – Ferris wheel was presented at the expo by nearly ten companies. Moreover, majority of them went beyond promotional brochures by bringing large modules of Ferris wheels and ready-made passenger cabins.

VR-technologies. Year by year, virtual reality takes more and more space at RAAPA EXPO. This is evidenced by a significant number of companies offering this product. This season highlight is the interactive video mapping that enlivens the space turning it into the entertainment and playing area.

Distinctively designed kiddie playgrounds and entertainment complexes for infants stood out at the show. Many companies were offering turnkey solutions for children entertainment complexes and even franchising projects like did the first-time exhibitor Zamania, renowned chain of family activity parks.

Creative solutions. Wide range of presented products could be related to this category: mobile karaoke systems from Spain, innovative inflatable waterslide from Germany, street music instruments from Vladivostok (Russia), large arcade game Angry Birds, really scaring scare house, and other outstanding novelties.

Considerable number of exhibitors has offered their services on project design and equipment of waterparks and entertainment centers, displaying at the show the modules.

Traditionally, there was a wide array of family and children attractions, inflatable bounces and trampolines, ropes courses, and soft play rooms.

All the major F&B vendors have taken part in the exhibition, and not only by presenting their equipment and products but also by conducting culinary work-shops.

Best expositions have been awarded with RAAPA Gold Medals. Among those were the expositions of Brunswick/KidsPlay, Polin Waterparks (Turkey), Itaipark, PlaySpace, RIF, Aqua Fun Park Products (Germany), SprintMix, Altay Kompozit, New Horizons, and RAZAP.

In total, almost 4000 specialists have visited the exhibition over a three day period: owners and top-managers of parks, family entertainment centers, water parks, representatives of cities' and regions' administrations, developers and investors, owners and directors of resorts, hotels, leisure complexes,

manufacturers, suppliers and distributors of entertainment equipment, private entrepreneurs, representatives of mass-media, and other parties concerned.

The exhibition was accompanied by a highly topical business forum. Over 400 professionals from Russia and abroad participated in a variety of events. Trainings and workshops were delivered by leading Russian and foreign experts in the entertainment industry.

For indoor entertainment centers, the seminars on “World trends of catering for amusement parks and FECs” and “Reboot of the family entertainment center” (moderator Lyudmila Kiseleva) were offered.

Two business workshops on “Marketing calendar of the family entertainment center once and for the whole year” and “Financial security: increasing revenues by preventing abuse” were delivered by the “Indoor amusement parks” experts Pavel Timets and Ksenia Biushkina.

For the first time at RAAPA EXPO, the workshop was presented by “My team” group from Surgut (Russia) covering the topic of “The family entertainment center that is doomed to success: actual tools to increase revenue and improve work efficiency”.

Safety aspects of entertainment equipment were discussed at the seminars on “New requirements for ensuring safety of rides and inflatable play equipment” and “The practice of safe operation of kiddie play and sports grounds”.

The operators of outdoor parks took part in the conference on “Modern amusement park as a multifunctional cultural and entertainment complex” and workshop on “An independent assessment of culture and leisure park operation. 100 parameters of successful work”

One of the most-in-demand proved to be the conference on “Actual technologies for increasing the efficiency of water parks operation” that gathered significant number of Russian and foreign experts.

The largest audience was attracted by the roundtable on “New technologies and franchises of amusement industry” where the current trends of FECs, mobile apps' solutions for parks, new VR-technologies, etc. were discussed.

Let alone the exposition and business forum, the exhibition will also be remembered for the Golden Pony



Moscow-2018 international awards (established by the publishing house Facto Edizioni, Italy) granted at the Gala Dinner dedicated to the opening of RAAPA EXPO-2018 on March 1. In 2018, the Golden Pony was awarded to ChaiLand FEC (Syktyvkar), city park Lukomorie (Saratov), Funky Town FEC (Kostanay, Kazakhstan), HappyLyon Adventure FEC (Astana, Kazakhstan), city park Lakreevsky Les (Cheboksary), waterpark Ulyot (Ulianovsk), Funny Jungle FEC (Krasnogorsk), Panda Park – Mescherskiy (Moscow), Play Ventura FEC (Kursk), ZaZa Land park (Yerevan, Armenia).

The 20th Anniversary of RAAPA EXPO wasn't left out either. At the gala reception on March 2, the organizing committee has awarded the most long-term partners and exhibitors with commemorative awards.

The RAAPA EXPO-2018 results show that the amusement industry in Russia keeps developing. The exhibition has displayed current trends of the world entertainment market, modern technologies and leisure formats that will bring joy to the visitors of parks, waterparks, and FECs in the nearest future.

In the course of the years, RAAPA EXPO has not only become the event where local and foreign manufacturers present their products and services twice a year, but turned into the unique business platform for amusement industry professionals' networking and inception of new ideas and projects enhancing the development and improvement of leisure industry in our country.

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

**The 21st International Exhibition
“Amusement Rides and Entertainment Equipment
RAAPA EXPO-2019”**

March 13 – 15, 2019, Moscow, VDNH, pav. 75

TOGETHER TO THE WORLD OF ENTERTAINMENTS!

Andrey Osipov



RAAPA EXPO-2018 EXHIBITORS TESTIMONIALS

Regina Shaiganova, "Orange SPb" company, Vladivostok

This is the debut exhibition for us, we presented a new product for the Russian market here, which is perfect for city yards, parks and squares - these are street musical instruments for kiddie playgrounds. This product will be interesting not only to children, but also to adults.

The amusement parks and FECs owners as well as beginning entrepreneurs, opening recreation centers got interested by our product. Certain agreements were reached with them.

We were glad to participate in the exhibition, we plan to come here in the future.

Pavel Osmolovsky, «KACHALKI.BY» company, Poland

We represent an international company from Poland. We brought various rocking attractions for children from 2 to 7 years old to the exhibition. Rocking attractions will always be relevant for children, since at an early age they do not need virtual reality that much. For older children, we have presented an Excavator attraction and a football dynamometer.

We have been participating in the RAAPA EXPO exhibition for several years, and we like how it is developing. The anniversary exhibition turned out to be a large-scale one, with many foreign companies. The industry is developing, and RAAPA is developing together with it and its' international status is growing.

Oleg Markov, "Liga Park" Company, Minsk

We manufacture kiddie mobile attractions. This year we brought a novelty to the exhibition - Mobyrint on the chassis, which can be turned into a kiddie attraction with a maze and trampolines within two hours. You can bring it to any place, lay it out and work.

We liked the exhibition very much. This year it is bigger, there are many specialists from regions and other countries. I wish to Organizers to keep on working like that and to progress.

Nikolay Dolzhansky, «Bolid» company, St. Petersburg

This year we brought to RAPPa EXPO a set of shooting attractions, exhibited as a supplier of soft toys for prize rides, and also presented several active games, including our novelty - the attraction «Banana-eater».

Our impressions from the exhibition are good. On the first day there were many visitors; the second day can be called more targeted - every guest of the booth wanted to communicate for not less than half an hour. In comparison with the autumn exhibition, where people were more cautious about investing money, this exhibition showed that entrepreneurs are still not depressed, and are ready to develop their centers, amusement parks, and build new facilities. In this regard, we were pleased by the situation at the exhibition.

Every year the exhibition is getting better and better, and I wish the organizers to keep the achieved high level.

Alina Klavina, SPI Global Play, the United Kingdom

Our company is engaged in the design of entertainment complexes and the manufacture of mini-golf, climbing walls, bowling, laser tags and other equipment.

RAAPA EXPO seemed very interesting to us, there are many local visitors. This is a new market for us, to which we returned after three years, and we are planning to participate in the exhibition next year. We wish the exhibition to have more participants to create competition, because it is interesting for both visitors and exhibitors.

THE MOST SUMMERY MEETING

Results of RAAPA Summer Forum in Ufa, July 18-20, 2018



Summer 2018 will be surely remembered for its main event – the FIFA World Cup. Though I believe the amusement industry specialists will also remember another event that happened to be as much exciting and significant amidst the football fever. RAAPA 7th International Summer Forum in Ufa became one of the most extensive and outstanding trade events in amusement industry.

Jar of Bashkir Honey

The 7th International Summer Forum of amusement industry specialists took place on July 18-20, 2018. And it all started with a jar of honey that the organizers promised to present to the first participants applied. Eventually, there were over 160 specialists from 60 cities of Russia, CIS, and abroad attending.

However, it is fair to say that the choice of the Summer Forum host city was not related to honey. Capital of Bashkortostan has an increased focus on development of tourism and leisure sectors; the whole range of state-run programs and private socio-cultural projects



is implemented. Moreover, Ufa is rated 6th in living standards; the city is famous for its parks, public gardens, and recreation areas.

Strong support of the city authorities, partner companies, and other entities helping the Russian Association of Amusement Parks and Attractions to hold the event to a high standard has immeasurably contributed to the forum success. Information support of the forum was provided by KIR, Attractions & Entertainment, and SportB2B magazines along with VTORIO.COM, Banbas.ru, and Stolitsa Detstva web portals.

In the limelight

Grand opening of RAAPA Summer Forum took place on July 18 in Sheraton Hotel located in the historic city center. The forum participants were first greeted by Igor Rodionov, RAAPA Vice President, and Dinar Khalilov, Head of Kirov district Administration of Ufa, who noted the importance of forum being held in the capital of Bashkortostan.

This year, government institutions showed a particularly keen interest in the event. Managers and specialists of several specialized departments of municipal administration working in development of culture and entertainment sector took part in the forum.

As part of the conference, Luisa Mashukova, Head of Entrepreneurship, Consumer Market, and Tourism Department, presented the tourist potential of Ufa. Vadim Fathutdinov, Head of Public Service Monitoring Department, told about the City in the park program and announced impressive figures of funds invested in municipal improvement of the capital of Bashkortostan.

More details on the reconstruction of culture and leisure parks were highlighted by Yevgeny Dubnitsky, Director of UFAPARK. Alexander Odolsky, Head of Megapolis Group, spoke on the development of indoor entertainment centers. The level of amusement parks' development could have been estimated based on the report of Rafael Miftakhov, Director of Galaktika FEC in the Park named after Y. Gagarin, Sterlitamak.

Business program was followed by presentation of new equipment and latest developments in amusement industry made by leading Russian and foreign manufactures: GoPark,

Avira, Iolla, Art-Engineering, Atrix, GROS, ITALPARK, Eastern European Company, AirPalace, BOLID, Volgograd attractions, and others. Some of them have even displayed the product samples in the conference hall.

In the afternoon, the program of the first day continued with a visit to Planeta FEC where the participants got to know the operation of several entertainment facilities at once: Megaland family entertainment park, Chadograd city of professions, and the only waterpark in Ufa. Managers of these companies have not just given an insightful tour around their facilities but also answered multiple questions related to their work.

The first day culminated at the scenic White Hall restaurant with Gala Dinner dedicated to the opening of RAAPA 7th International Summer Forum in Ufa.

City in the park

The second day of the forum started with the series of master classes and workshops given by leading experts of amusement industry. This year some of the education activities were scheduled at the same time so that the participants could choose those meeting their interests most.

Thus, within the scope of the educational program, Adventure seekers told "how to develop amusement rides into a modern complex of active entertainment". Albina Fathutdinova, Director of the Magic World Park, shared her many years' experience in successful operation of her





leisure center and secrets of audience engagement. Entens Group experts touched on a hot issue of “risk management in entertainment business”. Consulting expert Ludmila Kisseleva hold a discussion on “Advertising and ways of services promotion in the entertainment industry – what is efficient today”. All the sessions caught much interest of the forum participants.

Afternoon was dedicated to visits to culture and leisure parks.

At the Park of Culture and Leisure named after M. Gafuri the participants observed 3 recreational objects at once: Magic World amusement park, the dinosaurs park Yurkin Park, and the Seventh Heaven Ferris wheel that everyone gladly took a brief ride on. The choice of these particular entertainment complexes by organizing committee was determined by aiming at familiarizing the forum participants with the centers of different format and development level.

Further the route led to the Park of Culture and Leisure named after I. Yakutov – the most comfortable park in the city. Here the participants observed a complex of attractions, the Soldier lake, and Jolly Roger entertainment center where the festive diploma delivery ceremony took place.

It is worth mentioning that the Summer Forum in Ufa captured unprecedented interest of local media. The forum turned out to become a truly important event for the city that, and I’m quoting news feed here, “shall influence the development and major breakthrough in the socio-cultural sector of the city”. The event was covered by all the mainstream media, about 10 news videos were broadcasted, and on July 19 the live stream featuring RAAPA Vice President Igor Rodionov was aired on All Ufa channel.

Heart of Bashkiria

The third day of the Summer Forum was traditionally devoted to the city tour.

Part of the forum participants stayed in Ufa and visited major sights of the city: Monument to Salavat Yulayev, Friendship Monument, Lala Tulpan mosque, the Cathedral of the Nativity of the Blessed Virgin Mary, and others.

During the guided tour at the National museum, the city guests learnt about the history and ethnology of the Bashkirs along with many cultural highlights. When exploring Akbuzat horse race track, visitors could not only watch the subtleties of operation of this interesting institution, but also go horseback riding which everyone took a chance of with great delight. And of course, how could we skip the Bashkir honey! Visit to the House of Honey revealed to the participants all the health properties of this delicacy.

Another group of the forum participants headed to Sterlitamak. The trip was organized by the management of the Park of Culture and Leisure named after Y. Gagarin. During the 2-days-program, the participants visited the park, museum of stones, brewery, monadnock, regional museum of natural history, etc.

At first, it seemed that this year Summer Forum might stay unnoticed, getting lost in a cascade of the World Cup-related events and the height of park season. But in the end, the Summer Forum in Ufa turned out to be the most grand-scale, both in number of the participants and the cities represented. From Minsk to Vladivostok – that’s how far the geography of specialists coming to Ufa widespread.

RAAPA 7th International Summer Forum received the most rave reviews. Greater part of the participants has noted an intensive business program, top-level organization, wonderful impression of the venue, and of course the chance to meet and socialize with the colleagues from different parts of the country. Each forum participant gained valuable experience that will be definitely useful in their work and will facilitate further development.

As one of the participants said, “this was the most SUMMERY of all the SUMMER FORUMS!” And that is how the Summer Forum in Ufa will be remembered by the amusement industry specialists: friendly, professional, and entertaining!

See you soon!

We are coming to your city!

Marina Gorbacheva



St. Petersburg and RAAPA signed a cooperation agreement

St. Petersburg traditionally hosted the St. Petersburg International Economic Forum (SPIEF) from May 24 to May 26, 2018, which by its scale and results definitely reached a new level, and it can rightfully be called a breakthrough, innovative and technological one.

Anton Kobayakov, Advisor to the President of the Russian Federation, Executive Secretary of the SPIEF Organizing Committee, stated at the final press conference: «Despite the sanctions pressure from several countries, the St. Petersburg International Economic Forum showed that Russia is a territory of opportunities, and more than 17,000 participants from 143 countries is a confirmation of this».

More than 150 business events took place on the Forum platforms within the framework of the main program. As a result of the SPIEF-2018, 593 agreements were signed for a total amount of 2.625 trillion rubles.

The main event for the Russian amusement industry was the presentation of the grandiose project of a network of theme parks by the St. Petersburg Government, which is planned to be implemented in the nearest future in the cultural capital of Russia.

The project involves the creation of several theme parks of entertainment, educational, sports, festival and historical and cultural orientation. The total amount of investments, according to preliminary estimations, may amount to more than 12 billion rubles. The average payback period is 8 years.

According to analysts’ assessment, there is a need for one day parks in St. Petersburg, and the demand for a new entertainment complex can be from 1.3 to 1.7 million visits per year.



During the St. Petersburg International Economic Forum, this is perhaps the most notable project presented in the amusement industry sector.

The project will be supervised by the Investments Committee of St. Petersburg. Russian Association of Amusement Parks and Attractions (RAAPA) has become a strategic partner of the project. In connection to this, on May 24 on the platform of the St. Petersburg International Economic Forum, Governor Georgy Poltavchenko and RAAPA First Vice President Igor Rodionov signed an agreement on cooperation aimed at developing the tourism and amusement industry in St. Petersburg.

During the signing of the agreement, the governor stressed that «the construction of theme parks in St. Petersburg will create new public areas, places for targeted recreation of citizens, and will also allow to attract more tourists.»

Together with the Investments Committee of St. Petersburg, RAAPA will work on the implementation of the project of theme parks, primarily carrying out an expert function to attract professionals and companies ready to participate in this grandiose project.

Andrey Osipov



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



25 - 27 марта 2019
Залы 1, 2, 3 и 4

Всемирный торговый центр Дубай
Объединенные Арабские Эмираты

РЕАЛЬНОЕ ВЕСЕЛЬЕ РЕАЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Мы добавим веселья в ваш бизнес!

Реклама

**Забронируйте свой
стенд уже сейчас!**

www.dealmiddleeastshow.com

Family Entertainment Centres under construction and projected to be launched in Russia (2018-2020)

№	City/ location	Object	Building area	Launching dates	Entertainment components and other services	Source of information
2018						
1	Belgorod	Indoor water park	9 000 m ²	IV quarter 2018	Kids' corner, food court, water slides, wave pools, lazy river	www.bel.ru
2	Vyborg (Leningrad region)	FEC «Cubus»	25 960 m ²	IV quarter 2018	Cinema, family entertainment centre, food court	www.shopandmall.ru
3	Kaliningrad	FEC «Yantar»	22 650 m ²	IV quarter 2018	Cinema, entertainment centre, fitness centre, café, restaurants, food court	www.malls2b.ru
4	Kirov	FEC «Maxi»	550 000 m ²	IV quarter 2018	Cinema, family entertainment centre, kiddie edutainment centre, fitness and spa, food court, café	www.malls2b.ru
5	Kostroma	FEC «Jack & Chan»	21 000 m ²	IV quarter 2018	Themed entertainment centre, interactive amusement park	www.shopandmall.ru
6	Mytishchi (Mos. region)	FEC «5 Planets»	25 000 m ²	IV quarter 2018	Cinema, bowling, café	www.malls2b.ru
7	Nizhnevar- tovsk	FEC «Golden Park»	73 000 m ²	IV quarter 2018	Cinema, family entertainment centre, kiddie edutainment centre, fitness centre, restaurants, café	www.shopandmall.ru
8	Novosibirsk	FEC «Europeisky»	100 000 m ²	IV quarter 2018	Cinema, family entertainment centre, café, restaurants, food court	www.malls.ru
9		FEC «Kaleidoscope»	150 000 m ²	IV quarter 2018	Cinema, entertainment centre, fitness centre, skating rink, café, restaurants, food court	www.malls2b.ru
10	Obninsk	FEC «Obnimi»	17 000 m ²	IV quarter 2018	Kiddie recreation area, food court	www.malls.ru
11	Surgut	ТПЦ «Life Mall»	43 000 m ²	IV quarter 2018	Entertainment centre, fitness centre	www.shopandmall.ru
2019						
12	Moscow	FEC «Salaris»	310 000 m ²	I quarter 2019	Family entertainment centre, cinema, food court	www.malls.ru
13	Nizhne- kamsk	FEC «Ramus Mall»	120 000 m ²	I quarter 2019	Cinema, amusement park, café and restaurants	www.shopandmall.ru
14	Perm	FEC «Palneta»	151 000 m ²	I quarter 2019	Cinema, kiddie entertainment centre, food court	www.shopandmall.ru

15	Pushkino (Mos. region)	FEC «Aquarel»	111 168 m ²	I quarter 2019	Cinema, entertainment area	www.malls.ru
16	Chelyabinsk	FEC «Cosmos»	32 000 m ²	I quarter 2019	Kiddie entertainment centre, food court	www.malls.ru
17	Khabarovsk	FEC «Brosko Mall»	96 000 m ²	III quarter 2019	Water park, cinema, kiddie entertainment centre, café, restaurants	www.shopandmall.ru
18	Dolgo-prudny (Mos. region)	FEC «Gorod»	26 000 m ²	IV quarter 2019	Family entertainment centre, food court	www.shopandmall.ru
19	Yegoryevsk (Mos. region)	FEC «Solnechny gorod»	30 000 m ²	IV quarter 2019	Cinema, entertainment centre, café, restaurants, food court	www.vrdgroup.ru
20	Yekaterin-burg	Amusement park Dreamworks	193 000 m ²	2019	Themed amusement park, concert hall, cinema, café, restaurants, food court, hotel, landscape park	www.malls2b.ru
21		Retail and business centre «Sverdlovsk»	105 000 m ²	2019	Fitness club, kiddie entertainment centre	www.ekbrealty.ru
22	Kazan	FEC «Aviatika»	190 000 m ²	2019	Sports centre, wind tunnel, electric go karts	www.realnoevremya.ru
23		FEC in Eco Park «Dubrava»	130 000 m ²	2019	Family entertainment centre, cinema, food court	www.realnoevremya.ru
24	Voronezh	FEC «Mayskiy»	63 300 m ²	2019	Kiddie entertainment centre, food court	www.shopandmall.ru
25	Grozny	FEC «Grozny Mall»	132 027 m ²	2019	Restaurants and cafe, IMAX cinema, family entertainment centre, bowling	www.shopandmall.ru
26	Petroza-vodsk	FEC «LOTOS PLAZA» 2 nd turn	19 400 m ²	2019	Family sports centre, fitness centre, food court	www.shopandmall.ru
27	St. Petersburg	FEC «Hollywood»	113 000 m ²	2019	Cinema, amusement park, café, restaurants, wellness centre with swimming pools and spa	www.spb.roomfi.ru
2020						
28	Irkutsk	FEC «Fortuna City Mall»	220 000 m ²	2020	Cinema, entertainment centre, restaurants, food court	www.shopandmall.ru
29	Kazan	FEC on Pavlukhina St.	136 000 m ²	2020	Food court	www.shopandmall.ru
30	Moscow	MFC «Olympic Park»	20 000 m ²	2020	2 FECs, business centre	www.malls2b.ru
31		FEC «Green Mall»	315 000 m ²	2020	Cinema, restaurants with outdoor terrace, rooftop swimming pool	www.shopandmall.ru
32	Omsk	FEC «June»	50 000 m ²	2020	Cinema, bowling, restaurants, café, entertainment centre, fitness centre	www.shopandmall.ru
33	Pushkino	Retail park «Globus»	120 000 m ²	2020	Cinema, family entertainment centre, food court	www.malls2b.ru
34	Chelyabinsk	Indoor water park	52 000 m ²	2020	Beach, water slides, wave pool	www.lentachel.ru

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



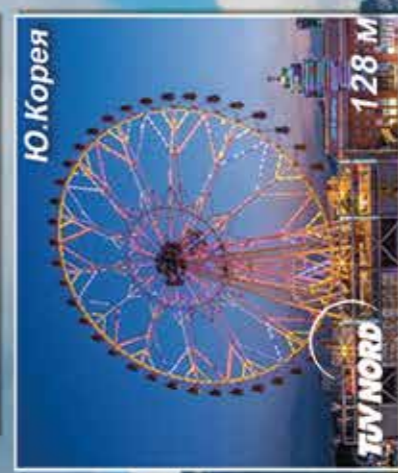
с 1988 года



Кафе-кабина для б чел



Новое колесо 40 метров



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



www.pax.ru

sales@pax.ru

+7(903) 790-28-72

+7(495) 665-74-53

108 АТТРАКЦИОНОВ ПО ВСЕМУ МИРУ БЕЗ ПОЛОМОК И ПРОСТОЕВ ЗА 30 ЛЕТ!



XXI Международная выставка
АТТРАКЦИОНЫ и РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

13-15 марта 2019 г.
Москва, ВДНХ,
павильон 75

РАППА ЭКСПО 2019

11-15 марта
Деловая программа

13 марта
Церемония награждения
«Золотой Пони Москва-2019»



March 13-15, 2019 **RAAPA EXPO-2019** Pav. 75, VDNH, Moscow

The 21st International Exhibition Amusement Rides & Entertainment Equipment

March 11-15
Business Forum
of amusement industry
professionals



March 13
International Awarding Ceremony
«Golden Pony Moscow-2019»
promoted by «Games & Parks Industry» magazine

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



Генеральный
информационный партнер

КИР

Информационные
партнеры



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