

Что такое персональный кинозал?

Персональный кинозал и домашний кинотеатр (который на Западе обычно называют media room) — две большие разницы. Домашний кинотеатр — это комплект оборудования, который устанавливается в любом помещении без учета его акустических особенностей. Смотреть фильмы в media room гораздо приятнее, чем по обычному телевизору. Но идеального звука, от которого на 70% зависит восприятие фильма и глубина погружения в происходящее на экране, добиться невозможно. Для этого нужна специальная подготовка помещения — его акустическая коррекция и профессиональная установка оборудования. Помимо более совершенной акустики в персональных кинозалах используют специальные кресла, которые гораздо комфортабельнее, чем обычная домашняя мебель, и приспособлены для просмотра многочасовых фильмов. Для персонального кинозала с невидимым встроенным оборудованием и электронной системой управления необходимо помещение площадью от 30 кв. м.

← Персональные кинозалы придумали американцы. В США многие фирмы занимаются этим бизнесом уже несколько десятков лет. Ежегодно они переоборудуют для комфортного наслаждения искусством дома тысяч киноманов. В России же такой рыночный продукт до недавнего времени был недоступен даже тем, кого называют сливоками общества. Ликвидировать этот пробел решила столичная компания «Солярис», с 1993 года занимающаяся продажей оборудования класса Hi-Fi и Hi-End. Первоначально ее владельцы планировали выступать в роли посредников, предлагающих в России готовые кинозалы по американским проектам. Специально для этого была создана компания с говорящим названием Home Cinema Hall. Но при ближайшем рассмотрении оказалось, что граница вряд ли поможет сделать новый бизнес успешным.

«Американцы практически во всем применяют стандартизированный подход, — рассказывает генеральный директор Home Cinema Hall **Леонид Камышев**. — Персональные кинозалы они тоже собирают, как конструктор, из стандартных материалов, мебели и оборудования. И мы поняли, что нашим клиентам это вряд ли понравится. Россияне похожи на американцев только тем, что тоже любят все «большое и роскошное». Но есть и существенное отличие — мы хотим иметь нечто уникальное, сделанное специально для нас. Причем чем богаче человек, тем сильнее проявляется это желание.

Второй момент, который нас удивил и насторожил, — это отсутствие у американских коллег научного подхода к работе. Когда мы проанализировали, из каких материалов они изготавливают акустические панели, то поняли, что обещанный «уникальный звук» — это профанация. Нам было важно добиться высочайшего качества во всем. И поэтому решили пойти своим путем и сделать все самостоятельно».

Стартовал проект в 2006 году. Одним из самых дальновидных бизнес-ходов Home Cinema Hall было решение построить образцовый кинозал в собственном офисе и демонстрировать клиентам, что это такое. Ведь одно дело объяснить на пальцах, почему эта «игрушка» стоит десятки тысяч долларов, и совсем другое — дать увидеть ее воочию. А заодно, создавая собственный зал, можно было на практике опробовать все технологии.

Первым делом Home Cinema Hall занялась разработкой новой модели мебели. Впервые в мировой практике в подлокотники кинокресел были встроены сенсорные панели. И появилась возможность, не вставая с места, управлять всем оборудованием кинотеатра — светом, звуком и видео. На следующем этапе нужно было подобрать самые лучшие и экологически безопасные материалы для акустической обработки помещений. К этой задаче в компании тоже подошли основательно: пригласили одного из лучших акустиков нашей страны, а затем долго тестировали его разработки.

«Без преувеличения, сделать персональный кинозал сложнее, чем построить дом, — отмечает Камышев. — В строительстве большинство технологий давно известны. А нам приходилось придумывать все самим. Из чего

делать акустические панели? Как спрятать источники звука таким образом, чтобы сохранялся привлекательный внешний вид, но не снижалось качество звучания? Какие материалы использовать для отделки? Какой должна быть электронная система, чтобы всем оборудованием можно было управлять с одного пульта? Методом проб и ошибок мы искали ответы на все эти вопросы, но результат стоит того. С точки зрения качества звука наш кинозал признан лучшим в России».

В какой-то момент в компании поняли, что надо идти еще дальше: самим делать мебель и отделывать помещения. Крупным специализированным фирмам были неинтересны небольшие объемы заказов, которые предлагала Home Cinema Hall, маленьким не могли обеспечить требуемого качества. В итоге в компании появилось собственное производство и собственная строительная бригада. В результате сегодня она способна построить любой кинозал, что называется, «от и до». Подготовительная работа продолжалась почти год. Все описанное выше обошлось Home Cinema Hall в \$600 тыс. В начале 2007 года компания показала свой кинозал первым потенциальным заказчиком. Результаты, которых удалось достигнуть всего за несколько месяцев, впечатляют. Сегодня четыре стартовых заказа полностью выполнены, а еще 11 кинозалов находятся на различных этапах проектирования и строительства. Свои кинозалы Home Cinema Hall строит за сумму от \$80 тыс. до \$200 тыс. Рентабельность проектов составляет от 25% до 40%. До конца декабря компания планирует достичь точки безубыточности, а со следующего года — получать прибыль.

«Ежегодно мы сможем сдавать под ключ несколько десятков кинозалов, — говорит Камышев. — При этом содержать большой штат нам не потребуется. От момента заключения договора до сдачи объекта проходит от нескольких месяцев до года. Поэтому в работе может одновременно находиться множество проектов».

В ближайшие пять лет в компании планируют соорудить от 200 до 1000 кинозалов. Количество зяблых киноманов, у которых есть лишняя сотня тысяч долларов, не может быть слишком большим. Рынок Home Cinema Hall по определению невелик. Тем не менее владельцы компании с оптимизмом смотрят в будущее.

«Строительство дорогих загородных домов с каждым годом набирает обороты, и желания их владельцев растут, — отмечает Леонид Камышев. — Когда-то собственный бассейн при коттедже в Подмосковье был роскошью. А сегодня это обязательный элемент дорогих особняков. Мы надеемся, что так произойдет и с кинозалами. Кроме того, через несколько лет к нам начнут возвращаться наши первые клиенты, которые захотят что-то улучшить: поменять аппаратуру или мебель, изменить дизайн помещения».

К тому же, чтобы расширить границы рынка за пределы Рублевки, в компании уже начали создавать сеть дилеров, которые будут привлекать богатых клиентов по всей России.

Любовь Ерохина-Кандалинцева