

InAVate, поднимая тему творческих решений в области АВ-технологий в окружающем нас мире, оказывается в положении Алисы в Стране Чудес.

Вариации на тему



Инсталляция, выполненная компанией Flying Saucer в корпоративном центре BASF (Германия), – пример удачного сочетания музейного подхода и маркетинга.



Отправьтесь в мысленное путешествие. Представьте, что идете по улицам ближайшего крупного города. Вокруг столько интересного и яркого! Вот магазинчик с горящей неоновой вывеской, а вот бегущая строка рекламы. Пройдите мимо многозального кинокомплекса, в центральной части которого установлено двадцать плазменных экранов. Тут же – торговый пассаж с электронными рекламными щитами, сверкающими афишами, видеоэкранами и многоканальным звуком. Обратите внимание на новое казино со сценой для представлений, с современной звуковой системой и системой освещения. Рядом дискотека, оборудованная новейшей техникой и сетью видеоэкранов.

Загляните в музей, – теперь это не просто коллекция чучел. Сегодня это настоящий интерактивный научный центр.

Скользните взглядом по рекламе известной нефтяной компании на фасаде только что отстроенного фирменного корпоративного центра. А знаете ли вы, что, заглянув туда, можно узнать историю этой компании, познако-

миться с ее производством, а интерактивные экспонаты продемонстрируют вам, какую пользу может принести ее продукция?

Сядьте в маршрутку. Благодаря телевизионному экрану в салоне вы узнаете последние новости, увидите рекламу местных аттракционов. Возможно, среди этой информации встретится и реклама гигантского тематического парка, куда вы сейчас отправитесь. Это – крупный бизнес.

Ассоциация тематических развлечений (ТЕА) – торгово-промышленная организация, насчитывающая более 6 500 членов. Это специалисты по интерьерному и ландшафтному дизайну, эксперты по сценическому оборудованию, АВ-технологиям и другим отраслям знаний более чем из 450 компаний, представляющих 36 стран.

Рассказывает директор по маркетингу ТЕА Райна Росс: “Исполнительные комитеты ТЕА представляют индустрию развлечений в самых разнообразных организациях Америки и Европы, заинтересованных в привлечении, обучении и развлечении своих гостей и посетителей. Одна из наших задач –

активное изучение и распространение опыта в области тематических развлечений. Члены нашей Ассоциации разрабатывали, проектировали и строили признанные публикой музейные экспозиции, интерактивные научные центры, корпоративные центры, театральные площадки, тематические развлекательные и торговые центры, казино и курортные зоны, тематические рестораны и парки. По всему миру строятся новые крупные аттракционы, например в Сингапуре и Дубае, – и этот рост продолжается”.

Компании, активно действующие в этом секторе, часто применяют метод глобального подхода и охватывают все типы тематических развлечений, используя для этого однотипное оборудование и технологии. Например, австрийская компания Kraftwerk оборудовала крупные тематические парки, торговые комплексы и казино по всему миру, в том числе и в России. Сейчас ведутся переговоры с администрацией Краснодарского края о строительстве “Азов-Сити” и поставках оборудования для него.

Но есть и уникальные идеи. Скажем, та же Kraftwerk использова-



ла заснеженный альпийский склон как экран для проекционной системы, освещающей день рождения звезды гламура Пэрис Хилтон.

Сегодня тематические парки и парки приключений пользуются наибольшей популярностью среди объектов, проектируемых членами ассоциации ТЕА. Эта область активно развивается.

Кевин Мерфи, отвечающий в компании Electrosonic за регионы Европы и Среднего Востока, отмечает: “Рынок тематических парков занимает сегодня доминирующее положение по числу игроков и консолидации бизнеса. Основные европейские игроки на этом рынке – Merlin/Tussauds Entertainments (оператор Legoland) и Compagnie des Alpes (оператор Альпийских курортных комплексов), а также Disney во Франции и несколько крупных, но пока не купающихся в прибыли операторов в Испании: сегодня не вкладывают больших средств в высокотехнологичные аттракционы – всего 15-20 млн евро в год. Но эта отрасль находится на старте роста.

На Ближнем и Среднем Востоке бюджетный потенциал значительно выше, и там планируется открытие нескольких крупных парков. В ин-

дустрии тематических парков налицо тенденция внедрения новейших технологий в наиболее впечатляющие и привлекательные направления, интеграция предлагаемого на рынке оборудования. Цель – более глубокое освещение тем, выбранных владельцем парка, но не изобретение новых технологий”.

Фил Хартли из компании РНА, предоставляющей консультационные услуги многим тематическим паркам, оценивает ситуацию так: “Последние веяния – интеграция услуг и сотрудничество кинокомпаний, владельцев парков, поставщиков АВ-контента и эффектов движения. Все они пытаются достичь баланса между контентом и технологиями”.

Исключительно важную роль в тематических парках играют проецируемые изображения. Обычно они составляют основу для других эффектов. Фил Хартли продолжает: “Проекционные системы форматов 2D и 3D, формирующие плоские и трехмерные изображения, используются уже давно и повсеместно, как и системы 4D, добавляющие спецэффекты – водяные брызги, ветер и землетрясение. Уже появляются системы 5D, которые добавляют

движение с использованием различных симуляторов и сенсоров. Посетители становятся участниками представления, и их движения оказывают влияние на происходящее вокруг. Другие системы усиливают впечатление от движения за счет комбинации меняющегося ландшафта, симуляторов управления и аттракционов с трамплинами и горками. Многие из этих систем изготавливают серийно. Они увеличивают разнообразие аттракционов в парке при достаточно низких затратах, но мало отличаются друг от друга”.

Разработка уникальных аттракционов обычно стоит дорого, и часто один парк выполняет функцию заказчика проекта. Затем разработка предлагается другим паркам и воплощается в жизнь с учетом их индивидуальных требований. Такие проекты сопровождаются формированием объектов интеллектуальной собственности и выплатой авторских гонораров за использование брендов, как вымышленных, так и реальных персонажей (среди них Брюс Ли, АВВА, Чарли Шоколадная Фабрика и Гарри Поттер). Использование интеллектуальной собственности – важный фактор в сегодняшней тенденции создания новых темати- ...Стр. 8 ➤

Лондонский Roxu Bar & Screen – хороший пример применения продвинутых АВ-систем (3-чиповый DLP-проектор высокой четкости и профессиональная звуковая система Yamaha) в увеселительных заведениях.



Новый танцпол в казино Empire в Лондоне.

➤ ческих парков и корпоративных центров.

Примеры таких центров – “Мир Кока-Колы” в Орландо и Тель-Авиве, “Кладовая Гиннеса” в Дублине и гостевой центр BASF в Мангейме. Посетителям предлагаются интересные фильмы и экспозиции, подробно рассказывающие о продукции, ее назначении, производстве и применении. Часто здесь предоставляется возможность приобрести различные сувениры и образцы продукции. Такие центры представляют собой сочетание музея и тематического парка, рекламы продукции и развлечений.

Штефан Шольце из компании Flying Saucer, специализирующейся на оборудовании подобных объектов, отмечает: “В корпоративном центре BASF есть несколько кинотеатров с управляемой акустикой и панорамной проекцией (160°). Имеется также и медиастол, погружающий посетителей в мир химического производства и позволяющий увидеть, как применяется продукция компании. Это не обычные технические решения – это уникальные технологии, основанные на опыте, накопленном нашей компанией”.

Новые решения часто импортируются из тематических парков. В “Мире Кока-Колы” применяется проекционная система 4D, воздействующая на все органы чувств. Подобные спецэффекты для привлечения посетителей используют также и музеи.

Один из участников ассоциации ТЕА, Джефф Кремер, говорит: “В музеях теперь предлагают аттракционы и выставки с возможностью голосования. Посетители участвуют в ситуациях, приближенных к реальности, и принимают решения, влияющие на дальнейший ход представления. Эта комбинация традиционных музейных экспозиций и развлекательного комплекса и захватывает, и обучает одновременно”.

В этой сфере основополагающий фактор для привлечения посетителей – это использование аудиовизуальных технологий. Брайан Эдвардс из компании Edwards Technologies отмечает: “В разнообразных попытках привлечь посетителей используется все больше технологий и информационных средств. Они конкурируют с другими формами развлечений. Ключ к успеху – скомбинировать различные технологии так, чтобы вызвать у посетителей “вау-эффект”. Огонь, вода, лазеры, свет, движение, звук и изображение – в цифровом мире все можно запрограммировать. Это дает возможность сделать центры обучения более эффективными для восприятия информации, тематические парки – более впечатляющими, а музеи – более привлекательными. Используется даже архитектура: мы видим на фасадах зданий огромные светодиодные и матричные дисплеи, что превращает их в медиаресурсы, оказывающие сильное воздействие на зрителей”.

Казино также радикально меняют свой облик, изолируясь в попытках удовлетворить требования состоятельных клиентов. Лас-Вегас – мировой центр казино – сильно изменился за последние несколько лет. Крис Конт, известный консультант по применению АВ-технологий в развлекательном бизнесе, комментирует: “Налицо изменение парадигмы: от статичного тематического дизайна – к дизайну с применением высоких технологий. Больше всего заказов поступает на проектирование комплексов высокого и среднего класса, где стоимость профессионального АВ-оборудования нередко доходит до 200-500 тыс. долларов.

В оборудовании баров также наблюдается сдвиг в сторону элитарности благодаря использованию аудио- и видеооборудования высочайшего класса, чтобы постоянным клиентам было удобно наблюдать за трансляцией важных событий.

Типичный пример – лондонский бар Roxu & Screen, который одновременно может принять у себя 150–200 человек. Проектирование и монтаж АВ-систем для них были выполнены компанией Kaurus Limited, хорошо известной на английском рынке профессиональных АВ-решений для кино и постпроизводства. Это – шаг вперед, и другие предприятия вынуждены обновлять свое оборудование, стремясь к высокому уровню. К примеру, компания ТМС, крупный оператор развлекательных комплексов, недавно обновила танцпол в лондонском казино Leicester Square, установив там эксклюзивные системы Prismex и Holofilm – многослойные светодиодные панели с голографическим эффектом, создающим у танцующих ощущение перемещения по освещенному полю.

Благодаря аудиовизуальным технологиям стало проще “раскрывать тему”. И они очень интенсивно внедряются в заведениях самого различного масштаба – от тематических баров до тематических парков. Нет никаких сомнений, что и в Европе и в Америке это исключительно быстро растущая отрасль, где максимально используются не только уже хорошо известные, но и новые, самые передовые технологии. 📍

Подробнее:

www.edwardstechnologies.com
www.electrosonic.com
www.flyingsaucer.de
www.guinness-storehouse.com
www.kraftwerk.at
www.roxybarandscreen.com
www.visitorcenter.basf.com

Комментарий эксперта



Максим Лисицин – директор по продажам компании "Смайл-Экспо", организатора первой российской выставки развлекательного и паркового оборудования ЕААРА. Выставка пройдет 24–26 марта в Москве в "Крокус-Экспо".

Мировая индустрия тематических развлечений идет вперед семимильными шагами. Благодаря внедрению сложных современных технологий зрелища становятся более эффектными, и, как следствие, повышается их доходность. Это впечатляет.

Но прежде давайте рассмотрим географию технологического роста, – это США, Германия, Италия и Китай. Россия вовсе не в первых рядах; и общее положение дел в стране, и особенно ситуация с внедрением технологических новшеств там и здесь разная.

Грандиозность всего – территории, аттракционов, их качества и, конечно же, впечатлений от услышанного и увиденного, – вот что делает, скажем, Islands of Adventure (Орlando, штат Флорида) уже не просто тематическим парком для семейного отдыха, а целым городом развлечений. Отмечу, это далеко не единственный в Орlando парк развлечений, и конкуренция между ними достаточно высока, так что приходится постоянно бороться за право удивлять и восхищать. Отсюда – такая насыщенность техническими новшествами, отсюда – поиск все новых и новых решений и аудиовизуальных эффектов. Свежий пример: Человек-Паук сидит на капоте твоего автомобиля, причем вы

вместе падаете с небоскреба. 3D проекция плюс физические эффекты – огонь, воздух, водяная пыль – плюс подвижная платформа.

На Западе уже никого не удивить самой идеей парка, и в их количестве нет недостатка: в Новой Зеландии открывается тематический парк "Властелин Колец", в Англии – "Школа Хогвартс". Не удивить современного посетителя ни 3D изображением, ни 4D кино-театром, – он желает получить уникальные впечатления.

Логичен следующий шаг – интерактивность, влияние на ход событий в игре, фильме и т. д.

Конечно, вариативность выбора в современных интерактивных системах еще недостаточно широка. Но темпы развития индустрии подтверждают даже самые смелые прогнозы. На последней выставке АТЕI (Лондон) компания Sega представила "шутер от первого лица", с двумя экранами, с физическими эффектами (брызги, ветер) и с поворачивающейся на 360 градусов подвижной платформой, стилизованной под джип. В качестве бонуса игроку – возможность управления сценарием игры.

В России ситуация с развлечениями иная. Например, тематические парки у нас отсутствуют как класс. Правда, еще при Ельцине в правительстве думали о строительстве "Диснейленда" под Москвой, но мечта до сих пор не воплотилась.

Нестабильность 90-х годов не дала нашим предпринимателям оценить преимущества этой отрасли, мы отстали от мировых тенденций. Лишь в последнее время деловые люди вновь обратили внимание на развлечение как на индустрию. За три-четыре последних года во всех крупных городах России открылось по одному-два развлекательных центра.

Безусловно, потребитель в России еще не избалован новин-

ками, пока не мечтает об интерактивности аттракционов. Но интерес к новым играм и развлечениям растет, в основном, благодаря отечественным выставкам, достаточно часто проходящим в сфере развлечений.

Что касается музеев, то там, на мой взгляд, АВ-технологии не рассматриваются как основной инструмент привлечения посетителей. Может быть, из-за того, что музеи в России считаются скорее культурными учреждениями, а не развлекательными. А возможно, из-за нехватки инвестиций, так как музеи у нас находятся на дотации государства, а сами в большинстве своем являются убыточными.

Хотя не так давно музейно-мемориальный комплекс истории ВМФ России заказал себе оборудование с системой 3D визуализации стоимостью 36 миллионов рублей. Но, насколько я знаю, эта система будет использоваться только в образовательных целях, для сугубо "профильных" посетителей.

Сегодня в России сегментарно представлены развлекательные комплексы и парки отдыха, совмещенные с аттракционами. Не скажу, что отрасль вообще не развивается: в последнее время сюда вкладываются миллиарды рублей. Практически в каждом крупном торговом комплексе появляются развлекательные составляющие. Рынок растет – и, следовательно, скоро появятся новейшие технологии. Новая продукция, новые решения уже приходят на российский рынок – об этом свидетельствуют наши выставки; их уверенно можно назвать "срезом индустрии". В 2009 году выставка развлекательного и паркового оборудования ЕААРА планирует вдвое увеличить площадь экспозиции.

Это – наш ответ на развитие индустрии развлечений в России. 🍷

Подробнее:
www.eaara.ru