



С первого дубля...

www.orion-art.com

ORION
ART
MULTIMEDIA
SHOW AND PYROTECHNICS

ТЕМА НОМЕРА

ОГНЕННЫЕ ЗАБАВЫ

С древнейших времен огонь привлекает и завораживает человека. Как гласит расхожий анекдот, на горящий огонь можно смотреть так же бесконечно долго, как и на кассира, выдающего зарплату. Что уж говорить о взлетающих в небо красочных огнях фейерверка?

Устраивать фейерверки и запускать ракеты первыми начали, как известно, китайцы. По преданиям, это произошло три тысячи лет тому назад. Любопытно, что и порох представители этого трудолюбивого народа изобрали вовсе не для военных целей, а именно для фейерверков.

Сейчас индустрия фейерверков развилась настолько, что человеку, не занимающемуся ими профессионально, трудно разобраться во всем многообразии огненных забав, и зачастую заказчики только примерно представляют, какое величественное действие можно организовать с помощью различной пиротехники.

Именно об этом: какие существуют виды профессиональных фейерверков, как качественно устроить фейерверк, какие для него выбрать материалы и о том, что необходимо предусмотреть, чтобы огненное зрелище было безопасным, – мы и поговорим.

Наверное, трудно найти профессионала российского шоу-бизнеса, не знакомого с деятельностью компании «Орион-Арт» и работами ее творческого коллектива. О зарождении «Орион-Арт Про-дакшн Интернешнл», ее настоящем и будущем мы побеседовали с генеральным директором компании Дмитрием Орликовым.



Дмитрий ОРЛИКОВ

Дмитрий, почему Вы решили заняться этим бизнесом?

В 1993 году я закончил РХТУ им. Д.И. Менделеева по специальности «взрывчатые вещества». Год работал на кафедре, и повышал живучесть наших танков в современном бою, часто приходилось иметь дело с пиротехническими составами. Параллельно с учебой и работой на кафедре, занимался пиротехникой в компании «Орион», а в 1993 году вместе со своим однокурсником организовал собственную компанию «Орион-СФ». В этом же году заключил первый контракт на проведение фейерверка на детском празднике.

Это открыло совершенно новые возможности. Мы получили доступ к европейской мультимедийной технике последнего поколения. Мы знаем, как работают профессиональные дизайн-студии, чем дышит, чем живёт мировой шоу-бизнес. Наш технический персонал работает вместе с немецким техническим персоналом — это тоже важно.

Мы получаем любые консультации и необходимую техническую поддержку. В мире практически ничего не знают о российских технических компаниях и мало что знают о нашем шоу-бизнесе в частности.

Надеюсь, скоро такое положение вещей изменится.

Какой проект Вы считаете началом деятельности компании как профессиональной?

Первого большого проекта пришлось ждать два года. Это было театрализованное шоу, посвященное 70-летию «Артека». Нами был впервые применён инженерный подход для разработки пиротехнического шоу. Специально для этого проекта пришлось конструктировать новую стреляющую систему, способную работать по периметру стадиона.

Дмитрий, что повлияло на развитие Вашей компании?

Во-первых, развитие шоу-индустрии в целом. Уже в 1997 году стало понятно, что вариться в собственном соку больше нельзя. Празднование 850-летия Москвы наглядно показало, что даже скромное по европейским меркам шоу Jean Michel Jarre повергло в глубокий шок не только всего российского зрителя, но и всех профессионалов российского шоу-бизнеса. Появилась новая установка: «Улучшим шоу любыми средствами!» Как следствие, встал вопрос: «Чем мы можем удивить аудиторию?».

Процесс «улучшения» и «удивления» был болезненным, однако это сильно встряхнуло рынок, привело к тому, что за работу стали платить деньги, которые можно было реинвестировать в новое оборудование и материалы, появилась возможность заниматься дизайном в широком смысле этого слова. Это было сильным стимулом к развитию для технических компаний.

Как дальше продолжалось развитие компании?

Приходилось много тружиться. Работа была поставлена на поток. К 2003-му году мы окончательно окрепли и... поняли, что компании нужна реорганизация.

В середине 2003 года произошло знаковое событие, — объединились пиротехническая, лазерная и, чуть позже, видеопроекционная компании в один единый холдинг, который получил название «Орион-Арт». А через некоторое время, после подписания договора о техническом партнёрстве с немецкой компанией Flash Art, компания приобрела международный статус.

Что это Вам дало?



Вы могли бы вспомнить один из первых проектов холдинга?

В этом плане очень интересным был проект на 300-летие Санкт-Петербурга. Для проведения фейерверка было отведено достаточно узкое место в историческом центре Санкт-Петербурга, зрители находились через Мойку, буквально в 30-40 метрах от зоны фейерверков. Общая длина линии фейерверков, или, говоря профессиональным языком, ширина фронта, составляла 120 метров, шесть стреляющих точек. Вся программа была синхронизирована с музыкой. Фактически мы делали только часть этого большого шоу, – с фейерверком, кораблями, петровскими стрелками и так далее. Дизайн всего шоу был подготовлен в Германии, оборудование для его проведения было привезено тоже из Германии, но эксплуатировалось нашим техническим персоналом. Использовался специальный пиротехнический материал, позволяющий работать с высокой степенью безопасности на таких ограниченных пространствах, ведь не должно было не только не упасть ни одной искры на кровли близлежащих домов, требовалось гарантировать безопасность VIP-персон, которые находились практически рядом со стреляющими точками.

Само шоу было рассчитано на пятнадцать минут. Это был действительно уникальный, достаточно дорогой проект – такая музыкальная программа была в России реализована впервые. Но, несмотря на высокую стоимость, подобные шоу стали пользоваться популярностью, и мы сейчас проводим порядка десяти-пятнадцати таких проектов в год, а это достаточно высокий уровень даже по европейским меркам.

Для выполнения серьезных проектов Вам приходилось специально готовить персонал, проходить дополнительное лицензирование?

Официально существует техническая лицензия на работу с пиротехническими материалами, которая выдается после обучения на профильном предприятии НИПХ в Сергиевом Посаде. Но в основной своей массе все обучающие программы, которые дает этот образовательный центр, не более чем теория. Нет практики. Поэтому для технического персонала, не имеющего богатого опыта работы с пиротехническими изделиями, получение этого документа не означает, что они смогут выполнять сложные задачи. Простые – конечно, но для серьезных проектов требуется и практический опыт, и профильное образование. А основная масса нашего технического персонала – это ребята с высшим образованием, в основном «бауманка», МИФИ, энергетический институт. Кроме того, наши специалисты проходили курсы в Германии для получения международной лицензии, так как мы работаем не только в России, но и за рубежом.

Сколько проектов за год Вы можете обслужить?

Порядка 800: только в декабре 2005 года, без учета новогодней ночи, отделы нашей компании отработали около ста пятидесяти проектов. Но это не предел – мы продолжаем расти. На сегодняшний день в компании работает 52 человека и порядка тридцати человек привлеченного персонала. По меркам отечественного шоу-бизнеса это очень солидно. Кроме того, на большие проекты мы привлекаем наших партнеров из Германии, так как можем в

любой момент привезти и технику из Германии и задействовать их технический персонал.

С точки зрения роста технического парка могу сказать, что объем оборудования ежегодно увеличивается на 25-30%. Примерно так же растет и объем работ, – с точки зрения увеличения не количества, а объема проводимых шоу. Количество обслуживаемых нами шоу тоже увеличивается, но на сегодняшний день мы можем себе позволить брать не все заказы. Есть определенные стартовые объемы – по разным направлениям они различаются.

Можно сказать, что Ваша компания очень активно развивается. Не перерастете ли Вы нишу, которую занимаете на рынке?

Говоря о развитии рынка, нельзя не заметить, что российский шоу-бизнес проходит те же этапы, которые прошел и европейский. Были большие сборные концерты, на которых использовались дорогие декорации, большое количество приборов. Со временем наступил некий потолок, когда артисты и техника стали стоить очень дорого, а платить за это в Европе никто не хотел, рынок стал нерентабельным. Европейские артисты, чтобы выделиться, стали делать собственные шоу. В этот момент исчезли сборные концерты, им на смену приходят эксклюзивные шоу. Через какое-то время европейский рынок уже и на этом уровне обрел некую потолочность и «переехал» в Азию.

Технические компании начали сильно развиваться, когда получила развития индустрия эксклюзивных шоу. Под каждое шоу производились эксклюзивные приборы, разрабатывались эксклюзивные технологии. На сегодняшний день технический рынок России дошел только до первого потолка. Дальше, если мы пойдем по европейскому пути, развитие должно пойти к укрупнению шоу и активному развитию технических компаний. Так что можно сказать, сейчас мы находимся только в начале пути.

НАША СПРАВКА

«Орион-Арт Продакшн Интернешнл» (Orion-Art Production Intl.) – первая в России международная компания по постановке больших технических шоу с использованием всех средств современного мультимедийного ряда.

Основные направления деятельности – создание оригинального пиротехнического и лазерного дизайна, комплексное техническое обслуживание шоу программ, разработка и внедрение новых технологий в области шоу-бизнеса. На сегодняшний день «Орион-Арт» является ведущим российским поставщиком услуг в области корпоративного, рекламного и шоу-дизайна с использованием самых современных лазерных, пиротехнических и видеопроекционных технологий. Коллектив «Орион-Арт» удостоен 8-ми профессиональных премий в области шоу-дизайна в России, США, Франции и Филиппинах. Руководители «Орион-Арт» – Дмитрий Орликов и Александр Тимофеев.

