

ежедневная деловая газета

бизнесес

Показатель	Изменения	07.03.06	08.03.06	09.03.06	10.03.06
Индекс	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2006	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2007	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2008	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2009	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2010	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2011	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2012	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2013	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2014	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2015	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2016	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2017	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2018	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2019	↑	100,00	100,00	100,00	100,00
RUSSIA 2020	↑	100,00	100,00	100,00	100,00

По состоянию на 10:00 московского времени 07.03.2006
По данным агентства Reuters

Газета издательского дома «Секрет Формы»

ISSN 1613-1335-8



ЧЕТВЕРТ
9 МАРТА 2006 №40 (305)
www.b-online.ru

берга под названием JSA. Девизом «Серебряный дождь» это компания строила иудейский храм — берга не сажали для всех пригласивших, и пришлось удалять площадку кем-то над водой, причем это получалось, что под водой JSA делал мосты — переделы, которые использовались, например, в польских автомобилях, трамваях, шатрах, в принципе можно построить все что угодно.

— В этом году нашей компании исполняется десять лет — для российского рынка это очень серьезный срок.

Так называем авторами статьи кардинал шоу-бизнеса Александр Стрижак, который получил образование по специальности «передавать историю», правда, после 1991 года он полученным образованием так ни разу и не воспользовался. Мне кажется странным сам факт того, что актовый историк сделал успешную карьеру на почве инженерной конструкции.

тия не имели. И я волюсь за эту работу, сказал, что справлюсь, а для того чтобы все прошло «на уровне», поехал в ближайший город, где он выступал до Москвы, просто чтобы посмотреть, что ему нужно от технической поддержки. Эту поездку я называю «сервисом повышения квалификации».

Признание Буэ-летан города произошло шумно и весело, правда, в идею того, что санктпетербургская компания может существовать помимо бурных празднеств, которых в нашей стране не так уж много и случается, все равно никто не верил. Поэтому мэру Стрижаку করতে все заработанные на юбилее деньги на самое дорогое в море оборудование окружающие восприняли, много говоря, скептически.

— Я решил сделать самое лучшее, что есть в мире, — оборудование Laybet. Мы сшили с одной компанией в России, правда, они оказались некомпетентными поставщиками, и, к счастью, у них не было нужного количества

готовости, но они подошли скорее для декоративных целей, когда нужно построить воздушные летные конструкции. А инженерное обо-

— для крупных проектов мы начинаем дополнительно людей. В 1997 году у нас стояла задача около МГУ, и мы выбрали так называемые студенческие отряды. Иногда люди сами приходят. Просто проходили мимо строящегося здания, пришли, сказали хотим у вас работать, научите.

— А что вы делали в октябре 1999 года?

— Осенью 1999 года мы открывали филиал в Санкт-Петербурге. Тогда мне все говорили, что мы жулики, мол, крижи в стране, филиал в таком состоянии — деньги на ветер, а у нас тогда понимали, что 300-летие города не за горами и нужно скапливаться на этом рынке.

— Настолько заране?

— Петербургский рынок гораздо медленнее московского. А за пять лет мы так себя зарекомендовали, что стали все главные объекты на празднование 300-летия.

После кризиса очень многие наши компа-

ни, с нашей интерактивной звуком иногда бывает непростой обеспечить их светом. Это в нынешнем году у нас зона суровая, а в прошлом — в начале января была оттепель, плюсовая температура, все тепло, и нам на ВДЦХ нужно было сделать трамплин для спусков с горы с сантехникой дом. Соревнования на воду, а света нет — кругом голый асфальт, но нам как-то удалось договориться с директором ВДЦХ, он нашел стратегическое задание света где-то на задворках. Оказываются, и такое бывает.

Нескромное название

Все авторы учебников по маркетингу призывают предпринимателей не называть компании аббревиатурой, иначе бизнесменам не даст спонсорской помощь IBM, и аббревиатура на рынке становится все больше. Вот и я Александр у меня был вопрос по поводу названия.

— Почему JSA? Почему вообще на английском?

— Все очень просто, в изначально понимал, что ориентироваться надо на международный уровень, много говорю на Западе. А мне проще всего дело с международным английским, чем с переводом на русский красивый русский название. К тому же для русских это очень сложно различить на слух J и S, поэтому и в компании, люди лучше его слышат. А означает это аббревиатура Just Stage Agency — это официальная версия, неофициальная — Just Alexander Setchak.

— Нескромно как-то получается.

— А что полусет скромничать? Мы столько крупнейших санктпетербургских компаний, наше оборудование практически не ушло в прошлом году с главной площади страны (Васильевского острова) с апреля месяца. Фактически, именно в год в нашей стране произошло «моментально» сдвинулось. До этого были или протесты, которые могли что-то попортить, но того, что переставали или установили декорации. Сегодня к нам обращаются зарубежные компании для того, чтобы мы им организовывали здесь различные технические сложные проекты, включая делание на Васильевском острове для Red Bull шоу «Революция машины» — фестивалю на острове.

Когда готовится какой-то сложный проект, первым на площадке появляется наш установочный свет или подсвет, главным сооружением для света, следом за тем, чтобы вся техническая база соответствовала мероприятию. Потом приезжают осветители, звукорежиссеры, декораторы, охрана, продавец концерта — и последние уехали мы. Если мы не предпримем, на объекте не будет грамотно проведенной проводки, проводки могут повредить проекционные машины, если мы не убедим их в кожане. Тщательно нужно отгородить, пропускать кожане, предусмотреть тысячу мелочей, которые являются обязательными, и пять тысяч нюансов, которые просто могут случиться. В общем, санктпетербургская компания отвечает за все, в том числе за то, чтобы было мероприятие в его здании.

В Петербурге у нас был проект в Петропавловской крепости. Попадилось три отдельных входа для зрителей — было очень сложное шоу. Мы с трудом нашли местного электрика. Выяснил к нам типичный «судья Вася», мы его спрашивали, есть ли в крепости такое возможность, он, показываясь с полметра, говорит: «Счас будет». Вылезет куда-то в подвал, потом вылезает с бытовым удлинителем в руках и показывает на розетку, считает «Видишь — раз, два, три».

— Вы строили световые для всех культур 1960-х, 1970-х, 1980-х и так далее. Был какой-то кризис, с кем бы вы мечтали поработать?

— Я все десять лет мечтал построить световую для концерта ДДТ — очень люблю их музыку. И вот в прошлом году JSA сделала это для юбилея группы в Уфе и Санкт-Петербурге. — Бесплатно, мажорно?

— Почему бесплатно, у него был хороший спонсор. Это бизнес, его не надо считать с эмоциями. Хотя иногда мы ему все-таки делаем.

— А сколько стоит ваше решение?

Компания началась с концерта Майкла Джексона. «В 1996 году он второй раз приезжал в Россию и тогда был еще очень большой звездой. Правда, получилось так, что организаторы пригласить-то его пригласили, а как устроить площадку — понятия не имели. Я взялся за эту работу, сказал, что справлюсь, а для того чтобы все прошло „на уровне“, поехал в ближайший город, где он выступал до Москвы, просто посмотреть, что ему нужно от технической поддержки. Эту поездку я называю „курсами повышения квалификации“»

— До 1991 года в нашей стране была одна история, после — совсем другая. Поэтому исторический факультет педагогического института оказался неуместным к делу. Еще в год случился в Московском автомобильном институте. Так что типа в техническом институте больше от природы, чем от образования. В 1991 году началась эпоха первоначального накопления капитала, менялась идеология, взгляды на жизнь надо было срочно переосмыслить. Я увлекся дискотеккой, работал дискотечкой. У меня даже была своя дискотека. Маленькая. А что такое своя дискотека? Это и авторитет, и познание в обществе, такого человека девушки любят. В результате и спонсоры и с большим шумом. Потом работал техническим директором в одной компании, занимающейся организацией концертов. Именно там сделал свои первые серьезные постановки как технической директор, в том числе и на Красной площади. Потом разошелся с руководством по взглядам, а через год открыл собственную компанию. Весь первый год у нас не было своего оборудования, мы занимались техническим сопровождением и администрированием проектов.

У нас в стране никто никогда этим не занимался, само понятие «техническое сопровождение концерта» (production) отсутствовало. Отсутствовал весь технический сервис.

— Не может такого быть, чтобы наша была совершенно пустой, концерты же, в том числе и зарубежные исполнителей, в СССР проходили?

— Были одна латвийская и одна украинская компании, но после 1991 года они стали зарубежными. Это была совершенно новая идея — заниматься только технической подготовкой различных мероприятий. Обычно построение санктпетербургской конструкции рассматривается как некая дополнительная опция к свету и звуку. Мы сначала занимались только парашютной площадкой, а сейчас беремся полностью организовать концерт: вплоть до приглашения артистов и связи с ними, рекламы и общения с журналистами.



Кто уходит последним

Техническое администрирование - это когда одна компания отвечает за все, в том числе и за пьяного электрика

НАТАЛЬЯ ФИЛАТОВА

Неброская внешность, серый дорожный свитер, тихий голос, речь без резких интонационных модуляций. Александр Стрижак - типичный серый кардинал, он не тот, на кого обращают внимание в первую очередь, особенно если учесть, что сфера его интересов - шоу-бизнес. Однако именно к нему обращаются, если в столицу приезжает звезда первой величины для того, чтобы выступить на Васильевском спуске. Jean Michel Jarre, Red Hot Chili Peppers, The Rolling Stones, Montserrat Caballe, Placido Domingo, Joe Cocker, Rammstein, Paul McCartney - это все его клиенты. Остальные скромно значатся как "и другие". Александр Стрижак - владелец крупнейшей сценической компании в стране, практически монополист.

Учитель истории со своей дискотекой

Словосочетание "сценическая компания" вызывает одну простую ассоциацию: сложная стальная конструкция сцены на Васильевском спуске. Оказывается, что это только часть айсберга под названием JSA. Для юбилея "Серебряного дождя" эта компания строила подиум над водой - берега не хватало для всех приглашенных, и пришлось удлинить площадку помостом над водой, причем это получилось так, что многие гости даже и не догадывались, что под ними река. JSA делает мосты-переходы, которые используются, например, в кольцевых автогонках, трибуны, шатры, в принципе может построить все что угодно.

- В этом году нашей компании исполняется десять лет - для российского рынка это очень серьезный срок.

Так начинается интервью серый кардинал шоу-бизнеса Александр Стрижак, который получил образование по специальности "преподаватель истории", правда, после 1991 года он полученным образованием так ни разу и не воспользовался. Мне кажется странным сам факт того, что школьный историк сделал успешную карьеру на почве инженерных конструкций.

- До 1991 года в нашей стране была одна история, после - совсем другая. Поэтому исторический факультет педагогического института оказался неприменим к делу. Еще я год отучился в Московском автомеханическом институте. Так что тяга к техническим вещам больше от природы, чем от образования. В 1991 году началась эпоха первоначального накопления капитала, менялась идеология, взгляды на жизнь надо было срочно переосмысливать. Я увлекся дискотеками, работал диджеем. У меня даже была своя дискотека. Маленькая. А что такое своя дискотека? Это и авторитет, и положение в обществе, такого человека девушки любят.

В результате я столкнулся и с большим шоу-бизнесом. Потом работал техническим директором в одной компании, занимавшейся организацией концертов. Именно там сделал свои первые серьезные постановки как технический директор, в том числе и на Красной площади. Потом разошелся с руководством во взглядах, а через год открыл собственную компанию. Весь первый год у нас не было своего оборудования, мы занимались техническим сопровождением и администрированием проектов.

У нас в стране никто никогда этим не занимался, само понятие "техническое сопровождение концерта" (production) отсутствовало. Отсутствовал весь технический сервис.

- Не может такого быть, чтобы ниша была совершенно пустой, концерты же, в том числе и зарубежных исполнителей, в СССР проходили? - Были одна литовская и одна украинская компании, но после 1991 года они стали зарубежными. Это была совершенно новая идея - заниматься только технической подготовкой различных мероприятий. Обычно построение сценических конструкций рассматривается как некая дополнительная опция к свету и звуку. Мы сначала занимались только подготовкой площадки, а сейчас беремся полностью организовать концерт: вплоть до приглашения артистов и связи с ними, рекламы и общения с журналистами.

Конкурентное преимущество

- Сначала никто не верил, что подобного рода услуги будут востребованы, но ровно через год после основания нашей компании, слава богу, случилось празднование 850-летия Москвы. Мы тогда строили площадки по всему городу - у меня сложился определенный авторитет в этой области. Поэтому люди обращались именно ко мне. Я стал собирать заказы, собрал их довольно много, сложил всю эту сумму и понял, что на эти деньги могу купить хорошее оборудование.

- То есть до 1997 года у вашей компании не было фактически никакой материальной базы? - Не было. Меня приглашали как специалиста для решения технических вопросов.

Я тогда продавал навыки, знания, умения, идеи. Между тем даже без своего оборудования мы участвовали в весьма серьезных проектах: наш первый заказ (с чего, собственно, началась компания) - это концерт Майкла Джексона. В 1996 году он второй раз приезжал в Россию, тогда он был еще очень большой звездой. Правда, получилось так, что организаторы пригласить-то его пригласили, а как организовать площадку - понятия не имели. И я взялся за эту работу, сказал, что справлюсь, а для того чтобы все прошло "на уровне", я поехал в ближайший город, где он выступал до Москвы, просто чтобы посмотреть, что ему нужно от технической поддержки. Эту поездку я называю "курсами повышения квалификации".

Празднование 850-летия города проходило шумно и весело, правда, в идею того, что сценическая компания может существовать помимо бурных празднеств, которых в нашей стране не так уж много и случается, все равно никто не верил. Поэтому идею Стрижака потратить все заработанные на юбилей деньги на самое дорогое в мире оборудование окружающие восприняли, мягко говоря, скептически.

- Я решил купить самое лучшее, что есть в мире, - оборудование Layher. Мы связались с одной компанией в России, правда, они оказались изготовителями подделок, и, к счастью, у них не было нужного нам количества стоек. Тогда я заказал Layher через чешского представителя, с которым познакомился в 1996 году на концерте Майкла Джексона в Праге. Это стало очень весомым аргументом для бизнеса. Многие зарубежные артисты специально указывают в контракте, что сцена должна быть построена из оборудования этой фирмы. А мы изначально предлагаем известную им марку, то есть мы - надежные партнеры, сразу отпадают вопросы с сертификацией и качеством. Сегодня у нас самый большой объем оборудования этой марки, а сейчас мы еще и дистрибуторы Layher - продаем его своим партнерам.

Немецкая компания Layher изготавливает металлические конструкции из стали горячего гальванизирования, из которых возможно возвести любые объекты, различные по размеру и форме. Этой компании больше 60 лет, после 1945-го они участвовали в восстановлении страны: делали леса для строительства новых и восстановления разрушенных зданий. Помимо этих стальных конструкций в сценической инженерии используются еще и алюминиевые фермы, производимые в Нидерландах (фермы, оснащенные уникальной конической системой соединения) Prolite Products, но они подходят скорее для декоративных целей, когда нужно построить воздушные легкие конструкции. А сценическое оборудование Layher в нашей сфере - марка такая же известная, как Coca-Cola в мире.

Секретарша для пафоса

- В 1996 году, когда я основал JSA, в компании работало всего два человека: собственно я и секретарша, нанятая для пафоса. Ведь компания начинается вовсе не с уставного капитала, а именно с секретаря. Если его нет, значит, нет и фирмы. Сегодня в компании работает 100 человек, половина из которых монтажники.

Остальные 50 ведут каждый свое направление: кто-то связывается с артистами, кто-то - с городскими властями, чтобы решить какие-то административные вопросы. Хотя административные вопросы должны решаться у JSA с космической скоростью: говорят (компания это не подтверждает, но и не опровергает), что Стрижак осуществляет "техническое обеспечение" личных проектов первых лиц государства, встреч "без галстуков" лидеров стратегически важных для России стран. В общем, техническую поддержку на высочайшем уровне.

- Как к вам в компанию приходят монтажники, откуда они вообще берутся? - Для крупных проектов мы нанимаем дополнительно людей. В 1997 году у нас стояла палаточка около МГУ, и мы набирали так называемые студенческие отряды. Иногда люди сами приходят. Просто проходили мимо строящейся сцены, пришли, сказали: хотим у вас работать, научите.

- А что вы делали в сентябре 1998 года? - Осенью 1998 года мы открывали филиал в Санкт-Петербурге. Тогда мне все говорили, что мы жируем, мол, кризис в стране, филиал в таких условиях - деньги на ветер, а я уже тогда понимал, что 300-летие города не за горами и нужно окапываться на этом рынке.

- Настолько заранее? - Питерский рынок гораздо медленнее московского. А за пять лет мы так себя зарекомендовали, что взяли все главные объекты на праздновании 300-летия.

После кризиса очень многие наши компании свернули проекты, однако к весне 1999-го положение стало выправляться. Во-первых, было много государственных заказов: государству надо было показать, что в стране все не так плохо, как кажется на первый взгляд, во-вторых, мы и частных инвесторов смогли убедить в том, что шоу должны продолжаться. Я очень серьезно занимался пропагандой того, что этот бизнес нужен в России: ездил по компаниям световым, звуковым, к организаторам шоу, рассказывал, что есть такое оборудование, буквально на пальцах показывал, что можно из него построить, и говорил, что им без этих конструкций просто не жить. Создавал какие-то креативные штуки. Например, мы строили стол длиной 300 м для рекламы Faigü, там, где они показывали максимальное количество тарелок, вымытых одной бутылкой. С одной стороны, мы, конечно, сценическая компания, а с другой, можем построить любую конструкцию для шоу-бизнеса.

Вообще-то именно благодаря нам сценические постановки стали круглогодичными: сейчас у нас развиваются зимние виды спорта, мы строим сложные помосты и трамплины для соревнований сноубордистов. Правда, с нашей непредсказуемой зимой иногда бывает непросто обеспечить их снегом. Это в нынешнем году у нас зима суровая, а в прошлом - в начале января была оттепель, плюсовая температура, все тепло, а нам на ВДНХ нужно было сделать трамплин для сноубордистов с семизатный дом. Соревнования на носу, а снега нет - кругом голый асфальт, но нам как-то удалось договориться с директором ВДНХ, он нашел стратегические запасы снега где-то на задворках. Оказывается, и такие бывают.

Нескромное название

Все авторы учебников по маркетингу призывают предпринимателей не называть компанию аббревиатурой, однако бизнесменам не дает спокойно спать слава IBM, и аббревиатур на рынке становится все больше. Вот и к Александру у меня был вопрос по поводу названия.

- Почему JSA? Почему вообще на английском? - Все очень просто, я изначально понимал, что ориентироваться надо на исполнителей международного уровня, иначе говоря, на Запад. А им проще иметь дело с международным английским, чем с примерным переводом красивого русского названия. К тому же для русского уха очень сложно различить на слух J и G, сплываясь в названии, люди лучше его называют. А означает эта аббревиатура Just Stage Agency - это официальная версия, неофициальная - Just Alexander Strizhak.

- Нескромно как-то получается.

- А чего полусту скромничать? Мы сегодня крупнейшая сценическая компания, наше оборудование практически не уезжало в прошлом году с главной площадки страны (Васильевского спуска) с апреля месяца. Фактически, именно я создал в нашей стране профессию "монтажник сцены". До этого были или грузчики, которые могли что-то построить из того, что перетаскивали, или установщики декораций. Сегодня к нам обращаются зарубежные компании для того, чтобы мы им организовывали здесь различные технически сложные проекты: недавно делали на Васильевском спуске для Red Bull шоу "Революция машин" - фристайл на снежокатах.

Когда готовится какой-то сложный проект, первыми на площадке появляемся мы: устанавливаем сцену или подиум, готовим сооружения для света, следим за тем, чтобы вся техническая база соответствовала мероприятию. Потом приезжают осветители, звукорежиссеры, декораторы, охрана, проходит концерт - и последними уезжаем мы. Если мы не предусмотрим, на объекте не будет грамотно проведенной проводки: провода могут порезать проезжающие машины, если мы не уберем их в кожух. Территорию нужно огородить, пропуска изготовить, предусмотреть еще тысячи мелочей, которые являются обязательными, и пять тысяч нюансов, которые просто могут случиться. В общем, сценическая компания отвечает за все, в том числе за то, чтобы было электричество и его хватало. В Питере у нас был проект в Петропавловской крепости. Понадобилось три отдельных ввода для электричества - было очень сложное шоу. Мы с трудом нашли местного электрика. Выходит к нам типичный "дядя Вася", мы его спрашиваем, есть ли в крепости такие возможности, он, покачиваясь с похмелья, говорит: "Счас будет". Нырнет куда-то в подвал, потом выходит с бытовым удлинителем в руках и показывает на розетки, считая: "Видишь - раз, два, три".

- Вы строили сцены для всех кумиров 1960-х, 1970-х, 1980-х и так далее. Был какой-то артист, с кем бы вы мечтали поработать? - Я все десять лет мечтал построить сцену для концерта ДДТ - очень люблю их музыку. И вот в прошлом году JSA сделала это для юбилея группы в Уфе и Санкт-Петербурге.

- Бесплатно, надеюсь? - Почему бесплатно, у него был хороший спонсор. Это бизнес, его не надо смешивать с эмоциями. Хотя скидку мы ему все-таки сделали.

- А сколько стоят ваши услуги? - Если говорить в среднем, то от 500 до 200 000 евро. Хотя верхней планки, конечно, не существует: все зависит от уровня сложности проекта. Нам простые проекты заказывают редко, да сейчас и не устраивают простых шоу - это неинтересно даже организаторам.

[Деловая газета "Бизнес"](#)

<http://www.sostav.ru/articles/2006/03/09/mark2/>

09.03.2006

