

Кто хочет стать визионером

Роман Ковалишин

об эстетике и красоте



«ДОРОГОБОГАТО» — так называлось агентство по производству декораций и организации мероприятий, которое в середине 2000-х основал Роман Ковалишин, но когда после кризиса делать «дорогобогато» стало невыгодно и, как следствие, немодно, переименовал проект в Visionar и собрал новую команду единомышленников. В портфолио агентства — декорации для Love Ball Arabia 2019 Натальи Водяновой, совместный ужин Bernardaud и фонда Марка Шагала, гала-ужин для представителей FIFA — список бесконечен. Бюро Visionar заказывают оформление юбилеев, свадеб, дней рождения и прочих важных событий Ирина Хакамада, Снежана Георгиева («Золотая Балка»), семья Юдашкиных и другие известные и состоятельные люди, которые доверяют фантазии Ковалишина и его бюро.

О ПРОШЛОМ

Я считаю себя пионером. В России еще 20 лет назад не существовало эстетики мероприятий. Когда мы начали развивать «Дорогобогато», не было понимания, как делать ивент-декор и зачем нужны декораторы мероприятий. Были флористы, которые ставили цветы, или киношно-театральные декораторы. Мы провели достаточно серьезную работу с клиентами, потому что их надо было возвращать. Наше ноу-хау — высокие цветы на столы. Все привыкли к «пупкам» (небольшим букетам на столах), а тут мы — с огромным фонтаном. Идею тут же переняли другие декораторы, которые не учли один простой момент: цветы должны начинаться с высоты метр и выше и не мешать общению. Тогда зал будет выглядеть торжественно. Конечно, мода и на оформление, и на декорации постоянно меняется. Во времена «Дорогобогато» можно было максимально все заставить цветами и декорациями. Мы это называли «цветочным жиром».

О ТЕНДЕНЦИЯХ

Появилось желание видеть привычную фактуру, но в абсолютно новом, неожиданном цвете. Пришла мода на некоторую неопрятность и естественность, как в искусстве икебана. Хотя я не очень люблю тренды. Надо искать решение, подходящее месту, событию, человеку. Это гораздо более сложная задача, чем просто лепить то, что сейчас в тренде. Я даже свои наработки и находки не люблю часто повторять. Иногда я делаю это, раз в десять или пять лет. Поэтому компания Visionar выросла из цветов и флористики, сейчас мы скорее креативное бюро, которое решает totally разные задачи. Мы делаем мероприятия под ключ и придумываем всевозможные дизайны. Конечно, мы это делаем в сотрудничестве с другими профессионалами. Мы не работаем с мультимедиа, но даем задание и концепцию команде. Мы не архитекторы, но мы делаем концепцию, придумываем основную идею. Также мы делаем различные фестивали, мероприятия, сюрпризы.

О КЛИЕНТАХ

Больше десяти лет назад я понял, что должен выбирать своих клиентов и что уже могу это делать. Это до сих пор остается приоритетом. Когда клиенты звонят, я предлагаю встретиться и посмотреть друг на друга. Я работал почти со всеми миллиардерами нашей страны. Помимо них политики, звезды. Я пытаюсь донести до клиентов, что я художник, а не обслуживающий персонал. Важно давать мне свободу и не пытаться моими руками осуществлять свои идеи. Для этого есть менее амбициозные мастера. Я внимательно и досконально пытаюсь изучить клиента и понять, что для него хорошо. Я неконфликтный человек. За время существования бюро было два клиента, которые на меня кричали. Оба это делали, потому что у них был сильный эмоциональный срыв перед мероприятиями. Оба раза я людям доказал, что они неправы. Им было это очень тяжело признать, они в таком статусе, что они неправы не бывают. Но с обоими я остался в прекрасных отношениях. Они до сих пор мои клиенты. Основная моя реклама — сарафанное радио, и когда люди наводят обо мне справки, мне важно, чтобы они знали, что я честен, что я не ставлю своим приоритетом зарабатывание денег. Смысл моей жизни — делать мир лучше и быть полезным людям.