

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ГОСЗАКАЗ

«Белые ночи» с налётом пиара

Окончание. Начало на стр. 1

Подрядчик №1

На днях КГАУ «Центр по реализации проектов в сфере культуры и молодёжной политики» подвело итоги основного тендера на оказание PR-услуг, связанных с проведением фестиваля «Белые ночи в Перми». Победителем и единственным участником запроса цен по выбору оператора, через которого будет распределяться большая часть рекламного бюджета, оказалось не известное почти никому из участников рынка ООО «Караван», оценившее свои услуги в 5,6 млн руб.

По информации «Нового компаньона», ООО «Караван» было создано в ноябре 2012 года. Его учредителем и директором значится Владимир Рябцев, который одновременно является владельцем ООО «Прикамье-Р». Через эту компанию также пройдут как минимум 5,3 млн руб., выделенные из казны на проведение «Белых ночей-2013». «Прикамье-Р» получило подряд на организацию программы мексиканской культуры «Viva Mexico!», оказавшись единственным участником соответствующего тендера.

В отличие от «Каравана», с опытом работы у ООО «Прикамье-Р» всё в порядке. В прошлом году эта компания также входила в пул основных подрядчиков «Белых ночей». Тогда через «Прикамье-Р» финансировалась организация нескольких концертных программ, общие затраты на проведение которых составили около 8,3 млн руб.

Как рассказал «Новому компаньону» источник, близкий к оргкомитету нынешнего фестиваля, в том, что на участие в рекламном тендере заявились только ООО «Караван», нет ничего удивительного; скорее всего, другим специализирующимся на организации PR-кампаний фирмам этот заказ показался неинтересным.

«Заработать здесь практически не на чем. В техническом задании достаточно чётко расписано, какие именно работы должны выполнить субподрядчики рекламного оператора. Стоимость этих работ практически равна цене контракта, полученного «Караваном», — считает собеседник «Нового компаньона».

По другой версии, ситуация выглядит с точностью до наоборот. «Караван» оказался монополистом, и поэтому сможет диктовать свои условия рекламным агентствам и СМИ, желающим заработать на пиаре «Белых ночей». Части масс-медиа ещё до официального подведения итогов выигранного компанией Владимира Рябцева тендера было предложено либо размещать информацию о «Белых ночах» бесплатно, либо соглашаться на бартер — реклама в обмен на право размещения баннеров на мероприятиях фестиваля.

Проект «Без Гельмана»

Но через «Караван» пройдёт лишь половина рекламного бюджета фестиваля. С основными региональными телеканалами оргкомитет фестиваля предпочёл работать напрямую. Ожидается,

что контракт стоимостью около 700 тыс. руб. будет заключён с телекомпанией «Рифей-Пермь». Ещё около 2,2 млн руб. могут составить расходы бюджета на подготовку дневников фестиваля на телеканалах, входящих в ГТРК «Пермь». Победителем тендера по этому лоту оказалось давно сотрудничающее с государственной телерадиокомпанией ООО «Агентство «МедиаИнформ» (основной владелец — Сергей Воробьёв).

Наконец, около 500 тыс. руб. краевой бюджет выделил на создание пресс-центра пермских «Белых ночей» в Москве. С размещением этого заказа, правда, вышла небольшая заминка. Первоначально ожидалось, что столичный контракт по старой памяти достанется Марату Гельману — на участие в торгах заявила лишь одна аффилированная ему московская компания. Однако при рассмотрении этой заявки выяснилось, что она не соответствует требованиям конкурсной документации, поэтому весь тендер пришлось провести повторно.

Во второй раз фирма Гельмана заявляться уже не стала. Единственным участником и победителем тендера по московскому пресс-бюро «Белых ночей» оказалось зарегистрированное в Перми ООО «Гранат», директором которого значится Вадим Левиант. Опрошенным «Новым компаньоном» участникам рынка компания с названием «Гранат» оказалась неизвестна.

Ещё около 1 млн руб. должно быть израсходовано на реализацию проекта «Гогольфест». Как и в случае с двумя рекламными тендерами, победителем

и единственным участником торгов по «Гогольфесту» оказалась малоизвестная компания — одно из нескольких зарегистрированных в Перми ООО с претенциозным названием «Фаворит».

Заказ плюс гонорар

На втором месте после рекламы и PR по сумме затрат в смете «Белых ночей», скорее всего, окажутся расходы на содержание фестивального городка на эспланаде — около 10 млн руб. В эти затраты включено обеспечение безопасности (около 4,7 млн руб.) и устройство искусственного рулонного газона (ещё около 4,1 млн руб.). Первый из тендеров выиграло возглавляемое Вячеславом Большаковым частное охранное предприятие «Алькор». Второй заказ достался достаточно известному на рынке ООО «Газоны Прикамья».

Из собственно фестивальных мероприятий пока наиболее затратными остаются уже упоминавшийся мексиканский проект и установка на эспланаде нескольких уличных скульптур. Общая сумма расходов на творчество только одного из художников — краснодарца Валерия Казаса — равна 4,5 млн руб.; 4 млн руб. из этой суммы получило ООО «Производственно-строительная фирма «Престиж-Арт», выигравшее торги на установку и оформление композиций. Гонорар самому Казасу, судя по всему, проведён через процедуру закупки у единственного поставщика услуг по авторскому надзору. Сумма этого договора — чуть больше 500 тыс. руб. ■

ФОТО КОНСТАНТИН ДОЛГАНОВСКИЙ

