

Вид на город в ракурсе дамских ножек не препятствует пассажирам, говорят перевозчики.

ОПЕРАЦИЯ «ЧИСТЫЕ ОКНА» ПРОШЛА ИЗБИРАТЕЛЬНО

«Портреты Сталина запрещают размещать под любыми надуманными предложениями и измышлениями. А портреты очкастого наглого грабителя — можно! Расплатиться с ограбленными людьми ему нечем, а продажную власть есть чем подкупить!» — загорячились наши читатели в откликах на публикацию «Берегись автомавроди!» («ВП» за 11 ноября с. г.).



перевозят пассажиров

МАВРОДИ, ПОБЕДИВШИЙ СТАЛИНА

Насчет того, чтобы размещать портреты Сталина, — тут у нас свое негативное мнение, и нам к нему опорой тома и тома «Ленинградского мартиролога», одним из зачинателей которого «Вечёрка» выступила в начале 1990-х. А вот касательно странного поведения власти — тут мы за то, чтобы обсудить.

Допустим, еще в 2008 году Смольный решил: не колесить более по нашим дорогам тем теремкам на колесах, в которых горожанам и гостям не видать ни пути, ни красот города. К той поре весь наземный общественный транспорт был обклеен рекламой по маковку.

— Деньги от транзитной рекламы Петербург получает не ахти какие, — возмущалась тогда губернатор Валентина Матвиенко. — А теряем мы при этом гораздо больше. Не надо уродовать общественный транспорт, а то на нем уже изображено все что угодно, — от голых женщин до жвачки.

2009 год был обозначен финальным в операции «Чистые окна». Временное послабление взяли для того, чтобы транспорт смог бескровно расстаться с рекламодателями. Новые рекламные договоры заключаться не будут, старые продлевать запрещено, объявили власти горожанам.



А обклеенный задний борт якобы не мешает водителю следить за ситуацией на дороге.

И что же? Как колесили по городу раскрашенные по всем бортам балаганчики, так и колесят, а пассажиры продолжают ездить в потемках.

500 МАРШРУТОВ

— У нас не было никакого официального документа, препятствующего размещению рекламы на бортах, — сообщили «ВП» в пресс-службе одного из официальных перевозчиков, развозящих по городу рекламу

финансовой пирамиды Мавроди. — А по всем вопросам содержания рекламы просьба обращаться в рекламное агентство. Мы лишь размещаем то, что нам предоставляют по договору.

В общем, это автобусное предприятие предпочло уйти в тень. Обратились в рекламное агентство — источник напасти. На все вопросы о том, сколько бортов отдано под размещение рекламы Мавроди, автобусы каких именно автопредприятий задей-

ствованы, каковы сроки этой рекламной кампании и ее бюджет, ответ был единообразный: «Коммерческая информация».

Результат знакомства с этим рекламным агентством все равно оказался позитивным: мы узнали, что оно имеет самую большую транспортную сеть в городе, оперирует на 500 различных маршрутах и размещает рекламу более чем на 4000 единицах транспорта различной вместимости. Вот вам и примерное количество автобусов-балаганов.

ВИЗУАЛЬНЫЙ ТЕРРОР — БЫСТРО И НЕДОРОГО

Узнали мы также, во сколько обходится фирмам-реklamодателям визуальный террор против пассажиров. Месячная заклейка окна правого борта автобуса стоит от 8 тыс. руб. Самая дорогая обклейка — на автобусах, курсирующих по Невскому проспекту, там она стоит до 15 тыс. руб. Автопредприятие-перевозчик получит от этой рекламы, разумеется, не всю сумму, а энную долю. Что достанется городу? Вероятно, те не ахти какие деньги, о которых и упоминала Валентина Матвиенко. Ну и отчего тогда властям проявлять сверхтерпение в отношении избранных автоперевозчиков? Ведь одни рекламу с окон убрали, другие — нет.

— Не нравится мне ваша тематика, — отозвался на просьбу прокомментировать ситуацию Михаил Богданов, заместитель директора ОАО «Третий парк», активно практикующего рекламу на окнах автобусов. — Да, у нас есть реклама на бортах, но ГОСТом перфорированные покрытия на окнах автотранспорта разрешены, а значит, они не препятствуют пассажирам. Что касается их возражений, то у нас люди вечно недовольны. Одни тем, что автобусы быстро ездят, другие тем, что медленно. Кто-то сидит с пивом и готов дать бутылкой водителю по голове, тоже недоволен. А нас спросили, откуда брать средства на развитие? Технику замени, пол низкий обеспечь, а в бюджете предприятия любые деньги решающие, — заключил Михаил Валентинович.

А КАК У НИХ?

Конечно, и в других странах принято размещать рекламу на транспорте. Но не заклеивать ею окна! Так выглядит, к примеру, трамвай в Хельсинки — и рекламодатель доволен, и пассажирам обзор ничего не закрывает. Во всем нужно знать меру.

ГДЕ УВАЖАЮТ ПАССАЖИРОВ

Согласились поступиться этими деньгами немногие — «Пассажир-автотранс» и «Горэлектротранс».

— Последнюю рекламу с окон мы сняли в мае, — сообщила «ВП» Татьяна Клепикова, пресс-секретарь «Пассажир-автотранса». — Как государственный перевозчик, мы выполнили пожелание города.

Пятерку за уважение к пассажирам заслужило и ведомство электротранспорта. Трамваям и троллейбусам первым в городе вернули их классический стильный вид. С чистыми окнами они ездят уже не первый год.

— На окнах петербургских трамваев и троллейбусов на сто процентов нет рекламной обклейки, — заверила нас Татьяна Брындина, пресс-секретарь «Горэлектротранса».

Остальным официальным перевозчикам Смольный отчего-то выделил преференцию непослушания.

