

Рекламная кампания фирмы «Дискус-Плюс»
похожа на предвыборную заявку ее директора

Алексей Джулай готовится показать «кузькину мать»

Виктор ПОЛЕВАНОВ,
«Новая Сибирь»

ПЕРВОЕ ощущение у любого, кто подъезжает к площади Ленина по Красному проспекту с северной стороны, — в городе идет какая-то мощная выборная кампания. На людей с мегапостера общей площадью квадратов около сотни смотрит мужественное лицо человека, который явно куда-то выдвигается. Подпись под лицом — Алексей Джулай, директор ЗКПД-6 (ООО «Дискус-Плюс»). Слоган соответствующий, социально ориентированный: «Мы строим город!». По факту речь не про выборы: баннер — фрагмент рекламной кампании, которую завод крупнопанельных домов проводит к своему пятидесятилетию. Однако политическое чутье, скорее всего,

нас не подводит: подоплека обширной рекламной акции явно политическая. Открытым остается только вопрос, на кого будет баллотироваться кандидат?

Интересным и показательным событием в рамках этой «двухслойной» кампании стала пресс-конференция руководителя предприятия-юбилера Алексея Джулая. Тем более что вел ее не какой-нибудь рядовой пиарщик — целый депутат городского совета и один из лидеров депутатского объединения Виктор Козодой. В ходе мероприятия журналистам рассказали про историю предприятия, историю распродажи его активов в рамках конкурсного производства и приобретения их небольшой фирмой, занимавшейся производством металлоизделий. Алексей Джулай при поддержке Виктора Козодоя рассказал,

как буквально из руин предприниматели восстанавливали на приобретенных по случаю площадях производство строительных панелей. Как осваивали оставшееся от советской власти свайное поле на окраине города. Как поставили перед собой задачу: работая на минимальной рентабельности, строить жилье, доступное людям с доходом 10-15 тысяч рублей в месяц. Отвечали и на каверзные вопросы журналистов. О том, почему, даже чтобы заключить договор о долевом участии в строительстве, клиент должен год отстоять в очереди? Почему территории возле сданных домов напоминают стройплощадку, а новосел, чтобы сделать жилье пригодным для эксплуатации по назначению, должен потратить на ремонт сумму, близкую к стоимости квартиры?

Надо отметить, Алексей Джулай от ответов не уходил. «Ну а что вы хотели получить за такую цену? Мы же не требуем от «Жигулей» качества «Мерседеса». И, наконец, я — директор не очень большой строительной компании, и президентскую программу «Доступное жилье» решаю так, как я ее понимаю».

Вот таким простым и харизматичным человеком предстал Алексей Джулай перед журналистами. Да к тому же и необычным: ну скажите, где вы видели бизнесмена, готового в ущерб прибыльности своих предприятий выполнять социальные программы? Ну, на последний вопрос каждый сможет ответить: таких можно встретить на каждой избирательной кампании.



Алексей Джулай сегодня самый приближенный к мэру Новосибирска политик: его рекламный плакат висит всего в четырехестах метрах от кабинета Владимира Городецкого

СО СТРАНИЦЫ 1

АЛЕКСЕЙ Джулай — как раз участник совсем недавно закончившейся такой кампании — на довыборах депутата городского совета в Калининском районе. На встречах с избирателями Алексей Джулай обещал, если победит, продавать квартиры учителям по 15 тысяч рублей за метр. Но учителям не удалось узнать, способна ли фирма «Дискус-Плюс» на такой акт социальной ответственности: Алексей Джулай в горсовет не прошел. Но сегодня все выглядит так, что он вступил в некую очередную избирательную кампанию. Вопрос — в какую именно?

В самом деле: зачем рекламировать квартиры, за которыми и так очередь небогатых сограждан, планирующих сэкономить на отделке и благоустройстве дворов, а, в конечном счете, на собственном комфорте? Голько затем, чтобы вместо тысячи очередников за заключением договора в очередь выстроились две-три

тысячи, а то и больше. А для чего бизнесмену увеличение очереди? Тут есть два варианта. С одной стороны, сегодня все понимают, что на рынке не может быть цены «ниже рыночной», а любой демпинг — часто всего лишь способ снизить налогооблагаемую базу, а то и просто уйти от налогов. С другой стороны, любая очередь может быть использована в качестве политического ресурса. Помните, как другой любитель панельного домостроения Никита Хрущев грозил показать мировому империализму «кузькину мать»? Вот-вот.

В этом контексте выступление известного депутата горсовета Виктора Козодоя в качестве «лица рекламной кампании» Алексея Джулая выглядит вполне оправданным: г-н Козодой мало того, что непосредственный участник неудачных для Джулая выборов в горсовет, но и не последняя фигура в местной организации «Справедливой России». Так что если руководитель «Дискуса» вдруг окажется в списках «справедливых» на пред-

стоящих выборах в Государственную Думу, роль Виктора Козодоя в этом событии будет понятна.

Но ставить в качестве цели нынешней рекламной кампании думские выборы, скорее всего, неправильно: во-первых, осталось не так много времени, во-вторых, желающих попасть на проходное место в думские списки слишком много, чтобы туда удалось протиснуться начинающему (подробный анализ «списочной» ситуации — в другом материале этого выпуска «Новой Сибири»). А если не Дума — тогда что?

Ответов на этот вопрос существует всего несколько. Но, прежде чем попытаться подставить эти константы в вырисовывающееся политическое уравнение, вернемся к бизнесу, с которым ассоциируется главный герой рекламной кампании.

При всех невысоких потребительских качествах предложения «Дискуса» на рынке жилья, сегодня очевидно, что оно привлекает людей больше, чем можно удовлетворить. То есть,

чтобы жилье получил каждый, кто встанет в очередь, «Дискусу» нужен серьезный административный ресурс. Потому без него удерживать демпинговую цену, неся полновесные затраты на создание инфраструктуры, нереально.

Это утверждение отчасти объясняет попытку Алексея Джулая стать депутатом городского совета. Сегодня он наверняка понимает, что зря потратил силы и средства в «чужом» округе. Но до следующих выборов в горсовет — три года, за это время можно будет стать хорошей заменой ныне действующему депутату от Октябрьского района Валерию Черных. Если, конечно, жители «джулаевки» (позволим себе такой неологизм по аналогии с «хрущевками») будут так же довольны жизнью в новых домах, как были довольны в момент приобретения.

Но до горсоветовских выборов будет еще одна большая кампания, мимо которой человек с серьезным политическим ресурсом пройти просто не сможет.

— это выборы мэра. Что там говорить, должность руководителя такого муниципального образования, как Новосибирск, — это очень мощный политический ресурс, который может стать хорошей подмогой любому строителю. Нет, конечно, заявиться сегодня в качестве конкурента действующему мэру было бы самоубийством для любого бизнесмена, тем более связанного со строительством, существенно зависящим от городской власти. Но ведь и необязательно конкурировать, иногда достаточно просто правильно сориентировать свой политический ресурс. Получив взамен те или иные преференции.

Конечно, заглядывать сегодня так далеко — дело не очень-то благодарное. Но, по крайней мере, такой подход помогает понять, зачем из бизнесмена так целенаправленно делают политика городского масштаба.

Виктор ПОЛЕВАНОВ,
«Новая Сибирь»

Фото автора