

Пресс-секретарь президента Дмитрий Песков сообщил, что контракт с компанией все-таки был продлен



Американская PR-компания Ketchum продолжит заниматься имиджем российской власти. Пресс-секретарь президента России Дмитрий Песков рассказал «Известиям», что контракт с Ketchum был продлен.

— Агентство продлило свои контрактные обязательства и продолжает заниматься своей деятельностью на прежних условиях, — рассказал представитель главы государства.

Дмитрий Песков напомнил, что Кремль не является прямым заказчиком Ketchum.

— У них свой работодатель, и там действительно были некие переговоры, после которых контракт было решено продлить, — рассказал пресс-секретарь президента.

В официальных отчетах Ketchum в качестве клиента указана Российская Федерация. Однако контракт у агентства был заключен с Еврофинанс Моснарбанком.

Напомним, что в сентябре 2012 года стало известно, что истекший контракт с компаний продлен не будет. Источники, близкие к Кремлю, сообщили, что ведется подбор нового агентства для продолжения имиджевой работы.

Косвенно эту информацию тогда подтверждал и пресс-секретарь президента России Дмитрий Песков.

— В настоящее время срок действия контракта между Ketchum и одним из коммерческих банков, насколько нам известно, истек, и сейчас какие-либо работы не ведутся. Вместе с тем, насколько нам известно, обсуждается возможность продолжения в той или иной форме этой работы. Не обязательно Ketchum, и не обязательно будет, — заявлял он.

На вопрос о том, возможна ли смена партнера и когда это произойдет, пресс-секретарь президента ответил: «Это будет ясно по мере готовности».

Свое сотрудничество с российскими властями агентство Ketchum начало в апреле 2006 года перед саммитом «большой восьмерки» в Санкт-Петербурге. Официального тендера проведено не было, однако, оргкомитет по подготовке саммита G8 в России выбирал из нескольких коммуникационных агентств. Выбор в итоге пал на Ketchum.

Компания обязалась вести разработку стратегии и логистики предоставления консультационных и коммуникационных услуг по продвижению «основных тем российского председательства в G8».

В дальнейшем агентство освещало такие события, как вступление России в ВТО и предвыборную кампанию Владимира Путина. Помимо оказания имиджевых услуг в сфере политики, Ketchum работало в интересах российских бизнес-структур, например «Газпрома» и ВТБ.

Информация об оказанных услугах и расходах PR-агентства есть на сайте минюста США. Из приведенных документов следует, что за первое полугодие 2012 года Ketchum через субподрядчиков истратило на деятельность по поддержанию имиджа России \$352,9 тыс.

Политолог Дмитрий Орлов считает, что дальнейшие отношения у российской власти и компании Ketchum будут складываться удачно, потому что агентство профессионально выполняет свою функцию коммуникации и трансляции, при этом не навязывая свое видение ситуации заказчику.

— Они прекрасно знают все детали работы с западным информационным полем с учетом российской специфики. При этом они не навязывают своего представления о ценностях российской политики. Они занимаются распространением того послания, которое им предлагается, в отличие от многих других структур на Западе, — говорит он.

Член Общественной палаты Иосиф Дискин убежден, что для выстраивания имиджа России не следовало бы прибегать к услугам американской компании.

— Хорошо выстраивать имидж в Германии, так как Германия сильно завязана на отношения с Россией. А экономических интересов России в Америке почти нет, и в силу вступают идеологические спекуляции, — отмечает он.

Иосиф Дискин также считает, что для создания имиджа России недостаточно деятельности одного агентства. По его словам, требуется целостная стратегия, по которой имиджевая работа велась бы скоординированными усилиями большого количества ведомств.

— Руководить этим процессом должен на очень высоком уровне — на уровне помощника президента или вице-преьера, — заявил Дискин.

Руководитель российского представительства Ketchum Михаил Маслов находится за границей и недоступен для комментариев.

