

SOCIAL REPORT: Как вы считаете, каким образом бизнес приходит к мысли о помощи университетам или больницам, ветеранам или музеям? Может, есть какой-то порог выручки или возраст организации, после которого в бизнесе негласно принято обращаться к благотворительности?

ЮРИЙ ЛЕВЧЕНКО: Думаю, что в каждой компании история благотворительности складывается по-своему. Нашему банку в этом году исполняется 25 лет, а я пришел сюда работать в 1993 году и тогда в банке уже были благотворительные программы. Если говорить в целом, я полагаю, что на начальном этапе играют роль случайности, личные связи и интересы. Постепенно выкристаллизуются постоянные партнеры. Многолетние целевые благотворительные программы вырастают из разового обращения того или иного учреждения: например, обращается с просьбой больница, но сразу ее всю не отремонтировать, не оснастить, однако можно заниматься отделениями по очереди. Мы таким образом уже несколько лет помогаем ряду больниц. Добавлю, что партнеры — а для нас благополучатели именно партнеры — могут меняться, но выработанные принципы и подходы сохраняются из года в год. Так, мы долгое время сотрудничали с Военно-медицинской академией, потом там сменилось руководство, произошли еще какие-то внешние перемены, и сегодня мы работаем уже с другими, не менее достойными медицинскими институтами, при этом определенный процент от общего бюджета благотворительности, направляемый именно на сферу здравоохранения, остается прежним.

SR: Как формируются ваши благотворительные программы и кто их утверждает?

Ю. Л.: Мы — организация, в которой очень сильны планирование и бухгалтерский учет. В конце года составляется план, который далее рассматривается и утверждается управляющим коллегиальным органом. В рамках данного плана расставляются приоритеты — по направлениям, по сферам, конкретным благополучателям. Здесь же идет распределение и по региональному принципу. Если говорить о пропорциях, то около 60% направляется на нужды благополучателей в Санкт-Петербурге, остальную долю составляют региональные проекты.

В приоритете — детское здравоохранение, образование, поддержка ветеранских организаций. Особое внимание — сохранению культурного наследия, и здесь мы тесно сотрудничаем с нашими многолетними друзьями и партнерами — Русским музеем, Эрмитажем, Мариинским театром. Однако каждый раз, рассматривая тот или иной запрос, мы вынуждены тщательно взвешивать свои возможности.

К слову, иногда мы помогаем не деньгами: в последнее время очень востребованным стало направление, связанное с дарением офисной техники, компьютеров и принтеров, которые согласно внутренним регламентам выведены из эксплуатации. Но по своим техническим характеристикам они вполне пригодны для работы и могут отлично послужить кому-то еще. Мы потихонечку передаем эту технику в детские сады, больницы, пожарные части, даже был случай — в один из институтов Российской академии наук.

SR: За эти годы наверняка сложились определенные традиции, некая система оказания помощи. В чем это заключается?

Ю. Л.: Изначально сложилось так, что помощь оказывается учреждениям, а не физическим лицам. Конечно, бывали единичные случаи, но мы понимаем, что стоит только встать на этот путь — и нам будет невероятно сложно, просто невозможно сделать выбор, кому нужнее деньги: больному ребенку, инвалиду, ветерану?

Для решения этого внутреннего противоречия мы финансируем, например, Российский фонд мира: если какой-то конкретный человек пишет нам, например, с просьбой выделить деньги на лекарства, то это обращение мы направляем в данный фонд, который уже сам занимается распределением средств. Или, например, в фонд «Точка опоры», с которым сотрудничаем с 2011 года. Он адресно поддерживает спортсменов-инвалидов: от выплат ежемесячных стипендий до строительства конного манежа для спортсменов-паралимпийцев Петербурга.

Однако чаще всего мы взаимодействуем не с фондами, а с конкретными учреждениями — потому что такая помощь адресная, и мы знаем, на какие конкретно нужды идут деньги. Кстати, по этой причине мы предпочитаем покупать оборудование, а не финансировать ремонты. Ремонт — дело менее прозрачное для благотворителя, а возможности проводить экспертизу у нас нет.

При дарении оборудования мы нередко заключаем тройственное соглашение между банком, поставщиком и учреждением. Таким способом недавно мы покупали оборудование для детской городской больницы имени Раухфуса. Но не всегда это именно оборудование. Тем же больницам нужны халаты, постельное белье. Казалось бы, это такая мелочь, но денег из бюджета на нее не хватает, а как без халатов работать? И, разумеется, мы стараемся не просто подписать сухой акт приема-передачи, а облечь это в приятную форму. Если речь идет о детском учреждении, то устраиваем театрализованное представление, с воздушными шарами и подарками для детей.

SR: Часто ли вы требуете отчета о том, как потрачены средства? И сталкивались ли вы со случаями мошенничества?

Ю. Л.: Мы доверяем нашим партнерам, и не было такого случая, чтобы они нас подвели. Однажды только, помню, к нам обратился за помощью благотворительный фонд, потом другой — и обе эти организации просили денег на одних и тех же сирот. Мы решили избежать этой сомнительной ситуации. Но это было уже давно, в конце девяностых годов. Что до отчетов — мы их не требуем. С ветеранскими организациями, которым мы помогаем, никаких проблем возникнуть не может: ими руководят и в них входят уважаемые люди, они лучше нас знают, как распорядиться каждым рублем. Разумеется, если средства идут на какой-то публичный проект, как Аллея славы в Кирове, где к 70-летию Победы увековечили память героев Вятской земли, то мы интересуемся, как все получилось. А будем сами в Кирове — непременно съездим и полюбуемся. Из вышеупомянутого Фонда мира Лидия Ходченкова сама предоставляет нам отчеты, но это просто список: детским садам перечислено столько-то, школам столько-то.

От вузов, которым мы помогаем с середины девяностых, мы тоже не требуем отчета. Во-первых, средства идут в их эн-

даумент-фонды, то есть понятно, что они не будут потрачены. Во-вторых, мы назначаем именные стипендии, причем стипендиаты пользуются правом прохождения практики в нашем банке — получается живой такой отчет. К слову, достаточное число таких студентов — примерно 10% — уже работают у нас.

От наших партнеров в сфере культуры также нет смысла требовать отчета, как они распорядились средствами. Например, мы помогаем театру-фестивалю «Балтийский дом», выступаем генеральным партнером премии «Балтийская звезда» и присутствуем на их мероприятиях — видим все своими глазами. Или другой пример — благотворительная акция «От сердца к сердцу», в рамках которой картины, написанные талантливыми студентами из художественных лицеев, выставляются в Законодательном собрании, а потом передаются в дар детским больницам. Я неформально разговаривал с главврачами — маленьким пациентам очень нравится такое внимание, а для молодых авторов это один из первых в их жизни больших успехов. Есть какая-то теплота в этом во всем, и формальности ни к чему.

SR: В год 70-летия Победы много говорится о помощи ветеранам. По вашему мнению, достаточно ли делается для них?

Ю. Л.: «Достаточно» не будет никогда, это наш пожизненный долг. Но делать максимум из возможного — это наша святая обязанность и почетное право. С 2005 года банк участвует в губернаторской программе «Долг». В первый год, помню, выделили огромную по тем временам сумму в пять миллионов долларов — покупали для ветеранов стиральные машины, телевизоры, холодильники. Сегодня на программу поддержки ветеранов Великой Отечественной войны у нас запланировано около четырех миллионов рублей, кроме того, на различные региональные проекты мы потратили еще около миллиона. Приятно, что соглашение о перечислении средств в фонд «Победа» по программе «Долг» мы в этом году подписывали в Смольном, с губернатором Георгием Полтавченко в рамках официальной церемонии, куда были приглашены ветеранские организации, основные участники — жертвователи из бизнеса-сферы, представители средств массовой информации. Благодаря таким мероприятиям появляются новые благотворители.

SR: Я правильно понимаю, что вы не против освещения своих благотворительных дел? Это идет на пользу имиджу банка?

Ю. Л.: В идеале на имидж банка должны влиять спонсорство и реклама, но спонсорскую помощь не оказать ни больницам, ни ветеранским организациям, ни детским учреждениям. Иногда по линии вузов бывают какие-то мероприятия, которые мы можем финансировать как спонсоры, но доля их незначительна. Я думаю, ничего плохого нет в том, что о благотворительных акциях становилось бы известно, это все-таки пример для других — именно так и формируется общественная среда. Обратите внимание, благотворительностью занимаются не только банковские или нефтегазовые организации, которые могут себе это позволить. Более того, корпоративная благотворительность влияет и на частную в итоге: например, наши сотрудники уже несколько лет как взяли шефство над детским домом в Ленинградской области. И это не единичный проект. Вы за-

мечали: в странах Европы, в Штатах в театрах и больницах размещают таблички с именами частных меценатов? Жертвуют — значит ценят искусство, культуру, здравоохранение, и соответствующие учреждения отвечают им благодарностью, которая в итоге привлекает все новых жертвователей. Впрочем, я приветствую и «тихую» благотворительность. Это, вообще-то, личное дело.

SR: Зарубежные партнеры интересуются вашей благотворительной деятельностью?

Ю. Л.: Напрямую нас, конечно, не спрашивают, кому вы помогаете. Но ВТБ был одним из первых в России банков, который стал публиковать социальный отчет. С точки зрения аудиторских компаний и компаний, составляющих различные рейтинги, а также наших многочисленных иностранных партнеров, это существенный фактор, говорящий о высоком уровне ответственности.

SR: Кризис как-то повлиял на ваши благотворительные программы?

Ю. Л.: В целом наши почти уже традиционные обязанности, так это назовем, мы перед своими партнерами намерены выполнять в текущем году в полном объеме и в оговоренные сроки. Но надо признать, что расходовать средства на что-то новое, новые проекты банк пока не планирует. Хотя мы традиционно выделяем некоторые суммы по обращениям организаций, но это незначительный процент от общего запланированного бюджета. Что касается следующего года, то мы надеемся (с учетом мнения экспертов, что ситуация в экономике развивается не по самому пессимистическому сценарию) сохранить объемы благотворительной помощи как минимум на прежнем уровне.

SR: А какие проекты для вас знаковые в этом году?

Ю. Л.: В этом году, как мы уже говорили, акцент на 70-й годовщине Победы в Великой Отечественной войне. Кроме этого, знаковыми мы считаем традиционные совместные проекты с Русским музеем, Мариинским театром, Академической филармонией имени Шостаковича, театром «Балтийский дом», Санкт-Петербургским университетом экономики и финансов и Государственным политехническим университетом, Федерацией космонавтики РФ и многими другими учреждениями.

Активно работаем в рамках корпоративной благотворительной программы «Мир без слез» — помощь уже оказана Калининградской средней общеобразовательной школе-интернату для слабовидящих детей, Северному медицинскому клиническому центру имени Семашко в Архангельске, дому-интернату № 4 в Павловске. В ближайших планах — приобретение медицинского оборудования для детской консультативно-диагностической поликлиники в Мурманске, детской областной больницы Пскова.

SR: Что значит благотворительность лично для вас?

Ю. Л.: Лично для меня участие в благотворительных мероприятиях — это почетная обязанность. Приходится много где бывать: от детских домов до университетов, в больницах и на новых выставках в Эрмитаже. В итоге завязываются новые контакты, лучше познается жизнь во всех проявлениях. Но при этом я, конечно, помню, что я только представляю благотворителя, коим является банк ВТБ.

БЕСЕДОВАЛА СВЕТАНА ХАМАНОВА