



ИТАР-ТАСС



ДМИТРИЙ ЛЕВЧЕНКО



ИТАР-ТАСС

работе с попечителями и спонсорами. Такие подразделения существуют в большинстве крупных западных культурных учреждений. Однако оказалось, что в России новое понятие «fundraising» имеет свою специфику. По словам сотрудников Большого театра, занимающихся привлечением инвестиций «со стороны», в нашей стране сложность общения с потенциальными спонсорами заключается в нескольких вещах. «Во-первых, понятие социальной ответственности далеко не везде стало нормой. Но даже если это так, то нужно быть готовым к тому, что принятие решения о сотрудничестве может растянуться надолго. Например, компания говорит, что теоретически не против, но сейчас у нее нет бюджетов или подходящего для меценатства повода в виде юбилея или тематического проекта. А потом проходит, например, год, ты уже не надеешься ни на какое сотрудничество, и вдруг тебе звонят и говорят: давайте, мы очень хотим с

вами работать», — рассказывает сотрудник отдела по работе с попечителями и спонсорами Анна Зуева.

На вопрос о критерии отбора потенциальных кандидатов в спонсоры в Большом отвечают кратко: статус. В 2003 году Shell попала в список компаний, репутацию и вес которых театр считал достаточными для того, чтобы сделать предложение о сотрудничестве. Первая реакция Shell на инициативу Большого была настороженной. Частично это можно объяснить тем, что в социальной деятельности компании в мире акцент делается не на культуру — основные проекты Shell связаны со спортом и экологией. И очевидно, что исходившее именно от России революционное предложение поддержать главный театр страны было воспринято с некоторой опаской.

Моментов, которые склонили Shell к принятию положительного решения о сотрудничестве с Большим театром, было несколько. Первый — это совпадение инициативы

театра с большим инвестиционным проектом «Сахалин-2». Западная компания, для которой демонстрация социальной ответственности перед обществом давно стала частью ведения бизнеса, созрела для того, чтобы показать эту ответственность и России — другое дело, что возможностей для такой демонстрации могло быть множество и без финансовой поддержки оперы и балета. Но еще одним счастливым обстоятельством стала личная заинтересованность Джона Барри. Занимавший до недавнего времени должность председателя концерна в России англичанин сумел убедить руководство компании принять предложение русских, к которому в Лондоне поначалу отнеслись без особого энтузиазма.

Идея была проста: поддержка Большого театра не просто спонсорство, а красивый жест, который гарантированно принесет компании имиджевые дивиденды. Джону Барри удалось уговорить руководство Shell, возможно,