

Практики компаний в области благотворительности и социальных инвестиций

ПО МАТЕРИАЛАМ ПРОЕКТА
«ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – 2013»

Издание подготовлено и выпущено
при поддержке компаний
ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания»,
«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» и En+Group

Практики компаний в области благотворительности и социальных инвестиций

По материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2013»

Издание подготовлено и выпущено при поддержке компаний ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания», «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» и En+Group.

Издание подготовлено по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2013», который осуществляют деловая газета «Ведомости», Некоммерческое партнерство грантодающих организаций «Форум Доноров» и международная аудиторско-консалтинговая сеть фирм PwC. Книга состоит из нескольких частей: результатов проекта 2013 года, описания корпоративных социальных проектов и программ, которые вошли в шорт-лист номинаций в 2013 году, подготовленного Форумом Доноров, интервью с представителями компаний, вошедших в шорт-лист, а также резюме исследования «Корпоративная благотворительность в глазах россиян» (по данным всероссийских опросов Фонда «Общественное мнение», 2011 — 2013 гг.).

Издание предназначено для представителей бизнеса, ответственных за принятие решений и реализацию проектов в сфере корпоративной благотворительности и социальных инвестиций, сотрудников государственных учреждений, некоммерческих организаций. Издание также будет интересно для исследователей корпоративной благотворительности.

© Форум Доноров, 2013

ISBN 978-5-906251-03-9



9 785906 251039

Вступление

Вот уже шесть лет мы представляем вашему вниманию лучшие практики компаний в сфере благотворительности и социальных инвестиций — проекты и программы, отобранные в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». Для нас — Форума Доноров — это возможность рассказать о той важной работе, которую вы, коллеги, ведете по решению задач, стоящих перед нашим обществом. Этот сборник — не только учебное пособие для компаний, которые только начинают создание собственных программ в благотворительной сфере, но и инструмент самооценки для действующих программ, а также серьезный ответ скептикам, считающим корпоративную благотворительность лишь самопиаром компаний или «замаливанием грехов» их руководителей.

В этом году число представленных в сборнике проектов, как и число номинаций в нашем конкурсе, увеличилось, и это не случайно. Проекты в области образования и культуры присутствуют в портфолио почти каждой компании, системно занимающейся благотворительностью. Поэтому мы решили восполнить этот пробел в нашем конкурсе и предложили экспертному сообществу создать новые номинации. Мы рады представить и проекты-лауреаты, и новых партнеров конкурса: Высшую школу менеджмента СПбГУ и Ассоциацию менеджеров культуры. Министерство экономического развития РФ — партнер конкурса с первого дня его существования — также внесло изменения в свою номинацию, которая с этого года отмечает те проекты компаний, которые направлены на поддержку как отдельных некоммерческих организаций, так и на развитие инфраструктуры некоммерческого сектора в целом. Представляется, что чем больше заявок будет подано на данную номинацию, тем лучше МЭР будет представлять благотворительную деятельность компаний, что, возможно, приведет к быстрейшему решению вопроса о появлении льгот для бизнеса, инвестирующего в социальную сферу. Мы также рады, что номинации Российского союза промышленников и предпринимателей и Комиссии по благотворительности Общественной палаты РФ по-прежнему пользуются популярностью среди участников конкурса, а появившаяся в прошлом году номинация Международного форума лидеров бизнеса собрала в этом году пул интересных проектов. Каждый из организаторов номинаций рассказал о том, как проходила оценка и какие выводы можно сделать на основе представленных проектов во вступительной статье к результатам номинации.

Еще одним новшеством настоящей публикации является подход к представлению лауреатов. И это произошло благодаря вам, участникам нашего проекта. Мы заметили, что кроме награды за лидерство очень важной частью нашего проекта являются деловые практикумы, на которых мы в деталях разбираем признанные экспертами лучшие проекты. И никакое формализованное пусть и подробное изложение лучшей практики не может заменить живого рассказа. Поэтому сборник, который вы держите в руках, — не просто описание компаний и их проектов, но интервью с теми самыми людьми, которые эти проекты придумывали и делали. Мы постарались задать им те вопросы, которые волнуют и вас. Конечно, деловые практикумы также состоятся, и вы сможете еще подробнее ознакомиться с проектами-лауреатами.

Нам важно и интересно ваше мнение о результатах конкурса, потому что благотворительность завтрашнего дня мы создаем вместе. Мы ждем вас на деловых практикумах по номинациям, которые пройдут в декабре 2013 — марте 2014, а также очень ждем новых заявок на конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности — 2014».

*Наталья Каминарская,
исполнительный секретарь
Форума Доноров*

О проекте

«Лидеры корпоративной благотворительности» — совместный проект Форума Доноров, деловой газеты «Ведомости» и международной сети аудиторско-консалтинговых фирм PwC.

Цель проекта — выявить лучшие благотворительные программы компаний и распространить информацию для привлечения внимания общества, бизнеса, власти и СМИ к корпоративной благотворительности в России.

«Лидеры корпоративной благотворительности» — единственный в России проект, полностью направленный на поддержку, развитие и продвижение идей корпоративной благотворительности. Он состоит из двух частей — исследования корпоративной благотворительности и конкурса благотворительных программ, в рамках которого проходит оценка программ компаний в содержательных номинациях. Результатом исследования является рэнкинг, в который попадают только компании с системным подходом к благотворительности — лидеры сектора. Победителей конкурса благотворительных программ определяют партнеры проекта.

Методология исследования разработана экспертами PwC и «Форума Доноров» специально для этого проекта. Анализируются количественные и качественные показатели, представленные участниками исследования. В результате работы экспертного жюри — анализа и оценки информации — каждой компании выставляется итоговый балл, который и формирует рэнкинг.

В исследовании 2013 года приняли участие российские и международные компании с общим оборотом более 100 млн рублей в 2012 г., осуществляющие свою благотворительную деятельность на территории Российской Федерации,

В 2012 году газета «Ведомости» учредила специальный приз «За наибольший прогресс». Приз ежегодно вручается компании, поднявшейся на наибольшее количество мест в рейтинге по сравнению с результатами прошлого года.

Партнерами проекта на протяжении всех лет его существования являются Министерство Экономического развития Российской Федерации, Российский союз промышленников и предпринимателей и Комиссия Общественной Палаты РФ по развитию благотворительности и волонтерства, которые объявляют номинации и выбирают лучшие проекты компаний. Также в 2013 году свою номинацию в рамках проекта объявили Международный форум лидеров бизнеса (IBLF), Ассоциация менеджеров культуры и Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета.



Елена Дубовицкая

**старший менеджер
PwC в России**

«Мы стремимся расширять границы рэнкинга: если в предыдущие годы фокус составляли федеральные компании, то в этом году 10 из 63 участников конкурса благотворительных программ являются региональными компаниями. Это те организации, которые ведут свою деятельность не более чем в двух федеральных округах, исключая Москву и Центральный регион. В этой категории представлены как российские компании, так и представительства международных корпораций и совместные предприятия с иностранным участием практически из всех отраслей. Благотворительная деятельность таких компаний в основном сосредоточена в регионах присутствия».



Глеб Прозоров

**управляющий директор
газеты «Ведомости»**

«Мы достигли той знаменательной точки, когда уже не организаторы рэнкинга объясняют бизнесу в чем польза их детища, а сами лидеры бизнеса говорят, сколь значим для них этот проект. За время подготовки исследования в этом году мы собрали множество таких свидетельств от первых лиц крупнейших российских и международных компаний. Они поделились своим пониманием, почему участие в рэнкинге они считают совершенно необходимым и как, по их мнению, это связано со стратегией устойчивого развития их компаний. А коли так, то и направление нашего движения, и результат очевидны — не за горами массовое участие компаний в нашем замечательном рэнкинге».

РАЗДЕЛ I

РЕЗУЛЬТАТЫ РЭНКИНГА

Победители: Топ-10

ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ — 2013

1 место	ОАО «Северсталь»
2 место	ОАО «Банк Уралсиб»
3 место	ЗАО НПК «Катрен»
4 место	ООО «Содексo ЕвроАзия»
5 место	ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания»
6 место	ООО УК «Металлоинвест»
7 место	Алкоа Россия
8 место	ОАО «ГМК «Норильский никель»
9 место	Группа Компаний Forex Club
10 место	ООО «Дойче Банк»

В 2013 году в проекте принял участие 63 российские и международные компании, осуществляющие программы на территории Российской Федерации:

- Efes Rus
- En+ Group
- Holcim (Rus) CM
- IG Seismic Services (IGSS)
- Mail.Ru Group
- ООО «ГЛОБАЛ Поинт»
- X5 Retail Group
- Алкоа Россия
- Аффилированные компании
«Филип Моррис Интернэшнл» в России
- Банковская группа ЗЕНИТ (БГЗ)
- Бритиш Американ Табакко Россия
- Группа компаний FOREX CLUB

- Группа компаний «АБС Электро»
- Группа Компаний Ростум
- ЗАО «Банк Русский Стандарт»
- ЗАО «ЕВРОЦЕМЕНТ груп»
- ЗАО «Москва-Макдоналдс»
- ЗАО «Золотодобывающая компания «Полюс»
- ЗАО «КПМГ»
- ЗАО «Объединенная Металлургическая Компания»
- ЗАО «Центр Внедрения «ПРОТЕК»
- ЗАО АКБ «НОВИКОМБАНК»
- ЗАО КБ «Ситибанк»
- ЗАО Коммерческий банк «ФиаБанк»
- ЗАО НПК «Катрен»
- ЗАО УК «Петропавловск»
- ЗАО ЮниКредит Банк
- Небанковская кредитная организация
ЗАО «Национальный расчетный депозитарий»
- ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО»
- ОАО «БАНК УРАЛСИБ»
- ОАО «БИНБАНК»
- ОАО «ВымпелКом»
- ОАО «ГМК «Норильский никель»
- ОАО «Императорский фарфоровый завод»
- ОАО «Компания «М.Видео»
- ОАО «Компьюлинк Групп»
- ОАО «Мегафон»
- ОАО «Минерально-химическая компания «ЕвроХим»
- ОАО «Мобильные ТелеСистемы»
- ОАО «Ростелеком»

-
- ОАО «Северсталь»
 - ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания»
 - ОАО «СИБУР Холдинг»
 - ОАО «Трубная Металлургическая Компания»
 - ОАО Банк АББ
 - Объединенная Компания РУСАЛ
 - ООО «Амвэй»
 - ООО «Аристон Термо Русь»
 - ООО «Группа АБСОЛЮТ»
 - ООО «Дойче Банк»
 - ООО «Интел Текнолоджис»
 - ООО «Мон'дэлис Русь»
 - ООО «Нестле Россия»
 - ООО «Самсунг Электроникс Рус Компани»
 - ООО «Содексо ЕвроАзия»
 - ООО «Хотэл Менеджмент Компани»
 - ООО «Хоум Кредит энд Финанс банк»
 - ООО «Эльдорадо»
 - ООО УК «Металлоинвест»
 - Салым Петролеум Девелопмент Н. В.
 - Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.
 - Торгово-сервисная сеть «Талисман»
 - Эксон Нефтегаз Лимитед

Также в 2013 году был составлен ряд отраслевых субрэнкингов, победителями в которых стали:

СУБРЭНКИНГ «ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР»

- 1 место** ОАО «БАНК УРАЛСИБ»
- 2 место** Группа Компаний FOREX CLUB
- 3 место** ООО «Дойче Банк»

СУБРЭНКИНГ «СЕКТОР РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ПРОИЗВОДСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ»

- 1 место** ЗАО НПК «Катрен»
- 2 место** ООО «Нестле Россия»
- 3 место** Бритиш Американ Табакко Россия

СУБРЭНКИНГ «ГОРНОДОБЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И МЕТАЛЛУРГИЯ»

- 1 место** ОАО «Северсталь»
- 2 место** «Сибирская Угольная
Энергетическая Компания»
- 3 место** ООО УК «Металлоинвест»

СУБРЭНКИНГ «РЕГИОНАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ»

- 1 место** ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания»
- 2 место** ОАО «ГМК «Норильский никель»
- 3 место** Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд

**СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРИЗ ГАЗЕТЫ «ВЕДОМОСТИ»
«ЗА НАИБОЛЬШИЙ ПРОГРЕСС»**

- ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания»

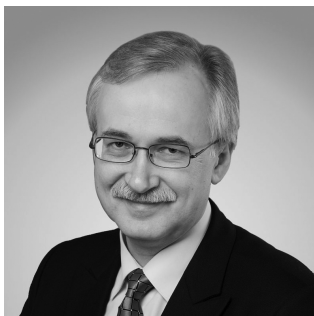
Члены жюри рэнкинга



Ольга Башкирова

генеральный директор БФ «Ренова»

«Конкурс Лидеры корпоративной благотворительности ставит высокую планку профессионализма для участников и требует их большого внимания к подготовке предоставляемых материалов. При этом я могу отметить, что все заявки были заполнены корректно, а высокий уровень качества дополнительных материалов позволял действительно эффективно оценить проекты. При этом выставить финальные оценки было достаточно сложно, так как, на мой взгляд, в этом году было очень много достойных претендентов на высокую награду. Здесь хотелось бы отдельно поблагодарить организаторов конкурса, так как разработанная ими система оценки максимально удобна и понятна для членов жюри, не в ущерб ее эффективности. Важно отметить, что этот конкурс призван не только выбрать компанию наилучшим образом продемонстрировавшую практику реализации благотворительных инициатив, но и выявить наиболее эффективные методики их реализации, сделать доступной информацию об этих инструментах и таким образом дать возможность применить этот качественный опыт».



Юрий Благов

**директор Центра корпоративной
социальной ответственности
им.ПрайсвотерхаусКуперс
Высшей школы менеджмента СПбГУ, к.э.н.**

«За годы существования конкурса накоплен большой и интересный материал о проектах в области корпоративной благотворительности. Практики лучших компаний вышли на уровень лучших мировых образцов по уровню организации. Все больше компаний готовы рационально оценивать создаваемую ими ценность, не снижая высокого уровня своей моральной мотивации. В то же время настораживает чрезмерная приверженность многих компаний однажды выбранным моделям и подходам, тормозящая естественное стремление к изменениям, к использованию опыта других участников конкурса. Хочется верить, что уже в ближайшие годы проект «Лидеры корпоративной благотворительности» будет привлекать компании не столько возможностью заявить о себе, заняв высокие места в рэнкинге, или выиграв ту или иную номинацию, сколько возможностью ускорить свое организационное обучение, ориентируясь на лучшие отечественные практики».



Людмила Владико

главный специалист Агентства по реализации программ общественного развития Красноярского края, ответственный секретарь Совета по краевым социальным грантам

«Экспертная таблица и критерии оценки заявок конкурса разработаны на высоком уровне. Методические рекомендации по подготовке экспертных заключений конкретны, лаконичны, что позволяет сформировать наиболее объективные оценки экспертов. В составе жюри конкурса — эксперты из различных организаций и органов государственного управления, представлен широкий спектр регионов РФ. Это позволяет не только развивать экспертное сообщество в сфере благотворительности, но и продвигает идеи социально ответственного бизнеса в регионы России».



Светлана Герасимова

директор Центра КСО ММВШБ МИРБИС

«На мой взгляд, «Лидеры корпоративной благотворительности» — конкурс зрелый с выверенной методологией и четкими критериями оценки, которые делают работу жюри удобной и интересной. Среди участников проекта — многие крупные компании, о филантропической деятельности которых широко известно. Конечно, всегда есть лидеры сектора, но меня приятно удивило качество заявок и грамотный подход к реализации благотворительных программ, в том числе у сравнительно небольших и региональных компаний. Надеюсь, проект будет и дальше развиваться как вглубь, совершенствуя экспертизу, так и вширь, привлекая к участию все больше компаний».



Ирина Казакова

начальник отдела по организационно-экономическому обеспечению социально значимых проектов и благотворительной деятельности Комитета общественных связей города Москвы

«Проект «Лидеры корпоративной благотворительности» продемонстрировал широкий диапазон организаций. От небольших компаний, которые делают первые шаги в этой сфере, до крупных корпораций, получивших признание сообщества. Все заявки приятно удивили своей уникальностью и привязкой к конкретным потребностям общества».



Михаил Кларин

ведущий научный сотрудник Российской академии образования, глава Комитета по этике Совета директоров ICF-Россия, д.р.н.

«Я вижу наш конкурс как своеобразный радиомаяк, который посылает сигналы для сверки маршрутов корпоративной благотворительности. Участие в нем считаю признаком зрелости подхода к социальной ответственности компаний. Работая в жюри, я был рад обнаружить, что в конкурс включается все больше компаний и что российские организации наращивают качество благотворительной работы. Уверен, что системно выстроенная благотворительность — важный источник социальной поддержки, в которой остро нуждается российское общество».



Александр Лившин

заместитель декана по международным связям факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова, профессор

«С каждым годом конкурс становится все интереснее и по составу участников, и по охвату различных сегментов российского бизнеса, и по качеству оцениваемых заявок. Можно сказать, что сам по себе конкурс сформировался в устойчивый институт, способствующий развитию корпоративной благотворительности и социальной ответственности бизнеса в России. Компании же в целом демонстрируют более современное, соответствующее мировым тенденциям понимание своей роли в осуществлении социальных инвестиций, а также развивают необходимые для этого инструменты. Многолетние лидеры подтверждают свой лидерский статус, но, что особенно отрадно, появляются новые компании, в том числе и в регионах, которые в недалеком будущем в общероссийском масштабе смогут задавать тон в реализации программ корпоративной социальной ответственности».



Елена Малицкая

президент Сибирского центра поддержки общественных инициатив

«Оценивать компании было интересно, но такой огромный пласт работы в сфере социальных инвестиций довольно сложно отразить даже в объемной заявке проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». Поэтому правы компании, предоставляющие дополнительную информацию. В качестве пожелания хотелось бы обратить внимание бизнеса на более четкое определение административных затрат».



Марина Михайлова

директор Архангельского Центра социальных технологий «Гарант»

«Еще совсем недавно эксперты в области благотворительности и социальной ответственности заявляли, что в корпоративной благотворительности отсутствует системность, процветает разовая помощь, которая лишь затыкает дыры, но никак не влияет на решение существующих социальных проблем. Радует, что эта ситуация стремительно меняется. Все больше бизнес компаний серьезно и системно подходят к разработке и реализации своих социальных программ, ориентируются на потребности той территории, где работают. Еще больше радует то, что они готовы рассказывать другим о технологии реализации этих программ, о своих успехах и достижениях, об объемах средств выделенных на эти цели. Все это повышает прозрачность и доверие к благотворительности и социальной деятельности бизнеса, а главное служит примером для других организаций и для людей. Год от года расширяются и программы корпоративного добровольчества, которые становятся частью организационной культуры компаний, и это хороший знак. Сотрудники не просто гордятся тем, что их организация делает добрые дела, но и сами становятся их активными участниками. Хочется, чтобы число компаний, достойных награды в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности», становилось все больше».



Алла Петрова-Лемачко

заместитель директора по развитию и работе с благотворителями Свердловской государственной академической филармонии

«Получила огромное удовлетворение от работы в качестве эксперта, ибо мне была предоставлена возможность увидеть серьезный подход со стороны бизнеса к вопросу участия в благотворительных программах. Также хочу отметить Форум Доноров за их пока не в полной мере оцененный вклад в продвижение в российское общественное сознание темы благотворительности».



Екатерина Плужник

начальник отдела корпоративной социальной ответственности ОАО АКБ «Росбанк»

«За годы работы конкурс стал одним из драйверов российской корпоративной благотворительности на пути стратегического планирования, достижения прозрачности и применения программного подхода. На мой взгляд, благодаря своему участию в конкурсе многие компании постепенно переходят к использованию бизнес-моделей в корпоративной филантропии, тем самым укрепляя её и делая более эффективной».



Андрей Теребенин

вице-президент, руководитель комплекса корпоративных коммуникаций ОАО АФК «Система»

«Лидеры корпоративной благотворительности» стали самым авторитетным российским конкурсом в сфере благотворительности и КСО. Выиграть его престижно, а участие в рассмотрении проектов дает возможность обменяться передовым опытом. Ну и эмоциональный аспект: благотворителей все еще не много, и такой своеобразный парад несет сильный позитивный эмоциональный заряд — «мы не одни».



Ольга Федосеева

руководитель дирекции Семейной филантропии ФК «Уралсиб»

«Проект важен и ценен! Премия престижна среди участников! Показатель этого — ежегодное увеличение числа участников конкурса, рост партнеров конкурса, ежегодный рост качества заявок. Понимание целей, своей социальной роли, переосмысление возможностей своего вклада в развитие общества и территорий присутствия, которое все больше связывается со стратегическими задачами развития компаний, — это то, что дает этот конкурс. Нам всем важно вдохновлять и поддерживать и организаторов, и участников конкурса! И говорить всем слова благодарности — потому что своими усилиями и вовлеченностью они меняют мир».



Елена Феокистова

директор Центра корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности РСПП

«Проект «Лидеры корпоративной благотворительности» реализуется последовательно и на системной основе, благодаря чему заслужил признание бизнес-сообщества и пользуется авторитетом в экспертной среде. С большим удовлетворением можно отметить все большее число компаний, реализующих долгосрочные социально ориентированные проекты, которые нацелены на достижение устойчивых результатов, согласуются с общей стратегией развития бизнеса организации. Растет внимание к эффективности социальных инвестиций, качеству управления и организации работы, расширяется число партнеров, с которыми совместно разрабатываются новые технологии и механизмы участия в решении актуальных для территорий социальных проблем. Важно, что в проект вовлекаются новые участники, а у многих старожилов не ослабевает к нему интерес. В этом большая заслуга команды проекта, профессиональной и очень дружественной по отношению ко всем участникам».



Борис Цирульников

**исполнительный директор
Благотворительного фонда
«Фонд Тольятти»**

«Не готов сказать, что сейчас появляется все больше новых подходов к решению социальных задач территорий в деятельности корпораций, но в одном только уверен — корпорации ищут и применяют эффективные решения».



Артем Шадрин

**директор Департамента инновационного
развития Министерства экономического
развития Российской Федерации**

«Выражаю большую признательность организаторам конкурса, экспертам и компаниям, принявшим в нем участие. Хочется отметить высокий уровень представленных программ, последовательность и системность в их реализации, долгосрочный характер, творческие подходы к организации деятельности».

Участники проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» 2008—2013 гг.

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Alliance РОСНО Жизнь, Страховая компания, ООО						
Efes Rus						
En+ Group, Группа компаний						
Forex Club, Группа компаний						
IG Seismic Servieces (IGSS)						
Mail.Ru Group						
X5 Retail Group N.V.						
АБС Электро, Группа компаний						
Автовазбанк, ОАО						
Акрон, ОАО						
Алкоа Россия						
Амвэй, ООО						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Аристон Термо Русь						
Балтика, ОАО Пивоваренная компания						
Банк АБЕ, ОАО						
БАНК УРАЛСИБ, ОАО						
Барклайс Банк, ООО						
БИНБАНК, ОАО						
БиПи Эксплорэйшн Оперейтинг Компани Лимитед						
Бритиш Американ Табакко Россия, ОАО						
Волжская территориальная генерирующая компания, ОАО						
Волжский трубный завод, ОАО						
Вольскцемент, ОАО						
Вымпелком, ОАО						
ГлаксоСмитКляйн Трейдинг, ЗАО						
ГЛОБАЛ Поинт, ООО						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Группа АБСОЛЮТ, ООО						
Детский мир — Центр, ОАО						
Дикси, Группа компаний						
Дирол Кэдбери, ООО						
Дойче Банк, ООО						
ЕвроХим, Минерально-химическая компания ОАО						
Евроцемент Групп, ЗАО						
ЗЕНИТ Банковская группа						
Золотодобывающая компания Полюс, ЗАО						
Императорский фарфоровый завод, ОАО						
Интел Текнолоджис, ООО						
Катрен, ЗАО НПК						
Клиффорд Чанс СНГ Лимитед, ООО						
Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия, ООО						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Кольцово, Международный аэропорт ОАО						
Комплексные энергетические системы, ЗАО						
Компьюлинк Групп, ОАО						
Комстар — Объединенные телесистемы, Группа компаний						
КПМГ, ЗАО						
Кузбассэнерго, ОАО						
КуйбышевАзот, ОАО						
Лада-Кредит, ЗАО КБ						
ЛГ Электроникс РУС, ООО						
Леруа Мерлен Восток, ООО						
Л'Ореаль, ЗАО						
ЛУКОЙЛ — ПЕРМЬ, ООО						
ЛУКОЙЛ, ОАО						
М.Видео, Компания ОАО						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
МДМ-БАНК, ОАО						
Мегафон, ОАО						
Мерседес-Бенц РУС, ЗАО						
МЕТАЛЛОИНВЕСТ, УК ООО						
Мобильные ТелеСистемы, ОАО						
Мондэлис Русь, ООО						
Москва-Макдоналдс, ЗАО						
Московский банк реконструкции и развития, ОАО АКБ						
Национальный расчетный депозитарий, ЗАО						
Нестле — Россия, ООО						
НОВАТЭК, ОАО						
Новикомбанк, ЗАО АКБ						
Норильский Никель, ОАО						
Объединенная Металлургическая Компания, ЗАО						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ОТП Банк, ОАО						
Первая генерирующая компания, ОАО						
Петропавловск, ЗАО УК						
Проктер энд Гэмбл Россия						
Профайн РУС, ЗАО						
Райффайзенбанк, ЗАО						
Ренова, Группа компаний						
Росбанк, ОАО АКБ						
Ростелеком, ОАО						
Ростум, Группа компаний						
Рус Гидро, ОАО						
РУСАЛ, Объединенная Компания						
Русский Стандарт, Корпорация						
САБМиллер РУС, ООО						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Салым Петролеум Девелопмент Н.В. (СПД)						
Самсунг электроникс Рус Компании						
Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.						
Северсталь, ОАО						
Сибирская угольная энергетическая компания, ОАО						
Сибирьтелеком, ОАО						
СИБУР Холдинг, ЗАО						
Система, ОАО АФК						
Ситибанк, ЗАО КБ						
Содексo ЕвроАзия, ООО						
Сфера, Группа компаний						
Талисман, Торгово-сервисная сеть						
Татнефть имени В.Д. Шашина, ОАО						
Территориальная генерирующая компания №5, ОАО						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Титан, ЗАО Группа компаний						
ТНК-ВР Холдинг, ОАО						
Тольяттистройзаказчик, ЗАО						
Трансаэро, Авиационная компания, ОАО						
Трубная металлургическая компания, ОАО						
УРСА Банк, ОАО						
ФиаБанк, ЗАО КБ						
Филип Морис Интернэшнл, Аффилированные компании						
Химпром, ОАО						
Холсим(Рус), ОАО						
Хотэл Менеджмент Компани, ООО						
Хоум Кредит энд Финанс банк, ООО						
Центр Внедрения ПРОТЕК, ЗАО						
Центр-инвест, ОАО КБ						

Компания	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Чувашская энергосбытовая компания, ОАО						
ЭксонМобил Раша Инк						
Эльдорадо, ООО						
Энел ОГК-5, ОАО						
ЮниКредит Банк, ЗАО						
ЮНИМИЛК, ОАО Компания						
Юрико, Юридическая контора						

РАЗДЕЛ II

КОНКУРС
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ
ПРОГРАММ

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ КО ВСЕМ НОМИНАЦИЯМ

На участие в Конкурсе принимались программы, соответствующие критериям прозрачности, четкости стратегии, последовательности в реализации, внешние по отношению к компании, не направленные на сотрудников или членов их семей. Программы должны были быть реализованы в течение 2012 года или его части (но не менее 3-х месяцев). Если программа является многолетней, то необходимо было указать ее общую продолжительность и описать деятельность, соответствующую 2012 году.



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
Российской Федерации

Номинация «Лучшая программа (проект), способствующая развитию инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и добровольчества в регионе присутствия компании»

Партнер номинации: Министерство экономического развития Российской Федерации.

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы компаний, направленные на развитие местных сообществ, поддержку общественно полезных инициатив активных граждан, улучшение социального климата в регионе присутствия компании, а также улучшение качества жизни различных целевых аудиторий (детей, молодежи, людей с инвалидностью, пожилых людей, ветеранов).

Приоритет: программы, которые реализуются на условиях равноправного партнерства с НКО, региональными и местными органами власти, другими бизнес-структурами.

Победитель:

ОАО «Северсталь» (программа «Ресурсно-методический центр для социально ориентированных НКО» в регионах присутствия «Северстали»).

Лауреаты:

Корпоративный благотворительный фонд «Катрен» (программа «Дети дома»);

ОАО «Авиационная компания «Трансаэро» (программа «Краткая история авиации» — анимационная арт-терапия, творящая чудеса).

Шадрин А.Е.

**директор Департамента инновационного развития
Министерства экономического развития Российской Федерации**

Министерство экономического развития Российской Федерации традиционно принимает участие в Конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности», направленном на выявление передовых практик реализации благотворительных программ в новых экономических условиях и распространение информации о корпоративной благотворительности в бизнес-среде и в обществе в целом.

Трехстороннее взаимодействие государства, бизнеса и некоммерческих организаций предусматривает совместную реализацию проектов, направленных на повышение качества жизни и решение острых социальных проблем. Минэкономразвития России поддерживает инициативы бизнеса по участию в развитии социальной сферы и человеческого капитала, а также по поддержке новых форм социального партнерства.

Необходимо отметить, что все большее число компаний, работающих на территории России, реализуют долгосрочные социально ориентированные программы и проекты, основанные на глубоком анализе социально-экономической ситуации на территориях своего присутствия, на выявлении при участии органов власти всех уровней и некоммерческих организаций актуальных проблем и на совместной разработке новых форм и механизмов их решения.

Именно поэтому Минэкономразвития России учредило номинацию «Лучшая программа (проект), способствующая развитию инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и добровольчества в регионе присутствия компании».

В 2013 году в номинации рассматривались социальные программы (проекты) 9 компаний, направленные на развитие местных сообществ, поддержку общественно-полезных инициатив активных граждан, на улучшение социального климата в регионе присутствия компании, а также на повышение качества жизни различных целевых аудиторий.

Победителем номинации Минэкономразвития России признана социальная программа ОАО «Северсталь» «Ресурсно-методический центр для социально ориентированных НКО» в регионах присутствия «Северстали», а лауреатами номинации стали программы «Дети дома» компании ЗАО НПК «Катрен» и «Краткая история авиации» — анимационная арт-терапия, творящая чудеса» ОАО «Авиационная компания «Трансаэро».

ОАО «Северсталь» в рамках своей программы «Ресурсно-методический центр для социально ориентированных НКО» в регионах присутствия «Северстали» способствовал выстраиванию межсекторного взаимодействия между государственными учреждениями, НКО и бизнесом, построению профессиональной сети (networking) среди НКО, работающих в области профилактики социального сиротства в регионах присутствия «Северстали». Создание межрегионального Центра для социально ориентированных НКО и начало его работы

в 2012 году стало логическим продолжением реализации благотворительной деятельности ОАО «Северсталь» в направлении ее распространения на все регионы присутствия компании.

В целом считаем необходимым отметить растущую ответственность бизнес-структур в регионах своего присутствия. Все больше компаний развивает собственные благотворительные программы и стремится сделать их максимально эффективными, объединяя разовые пожертвования в целевые проекты, контролируя их реализацию, отслеживая долгосрочный и системный эффект. Конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности» заслуженно занимает место в числе мероприятий, способствующих популяризации и дальнейшему распространению этой деятельности.

Участие в конкурсе способствует развитию социальной деятельности компаний, позволяет анализировать свой опыт с учетом успешной практики другого бизнеса, подвигает компании к осмыслению и более тщательной оценке качества и результативности собственных программ и проектов в сфере корпоративной благотворительности и их развитию.

В связи с этим выражаю большую признательность организаторам конкурса, экспертам и компаниям, принявшим в нем участие, а также сообщаю, что членами экспертного жюри особо отмечены высокий уровень представленных программ, последовательность и системность в их реализации, долгосрочный характер, творческие подходы к организации деятельности.

Победитель номинации



**«РЕСУРСНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ДЛЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ
НКО», ОАО «СЕВЕРСТАЛЬ»**

Цель программы: создание условий для профессионального обмена информацией об опыте и лучших практиках в сфере профилактики социального сиротства, безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних среди социально ориентированных некоммерческих организаций.

Сроки реализации: январь-декабрь 2012 г.

География проекта: Вологодская область, Саратовская область, Республика Карелия, Мурманская область, Республика Коми.

Бюджет программы: 6 021 537 руб.

Целевая аудитория: специалисты (работники) и волонтеры социально ориентированных НКО в регионах присутствия бизнеса ОАО «Северсталь».

В основе программы — конференции, семинары, стажировки, индивидуальные и групповые консультации, on-line консультации и вебинары, а также индивидуальные программы для подавших заявки НКО. В ходе реализации программы осуществлялся регулярный мониторинг деятельности НКО, была исследована ситуация в сфере деятельности социально ориентированных НКО, работающих в регионах присутствия бизнеса ОАО «Северсталь», а также проведен ряд мероприятий по расширению кадрового потенциала НКО за счет приема квалифицированных специалистов. По итогам реализации программы была разработана методика оценки и показателей эффективности деятельности НКО, проведен анализ и обобщение результатов и оценки деятельности. Тренерами и специалистами по разным темам на мероприятиях программы выступали сотрудники БФ «Дорога к дому» и представители ведущих российских некоммерческих организаций.

Подробнее о программе — в интервью начальника отдела корпоративной социальной ответственности ОАО «Северсталь» Натальи Поппель (раздел III).

Лауреат номинации

**KATREN****«ДЕТИ ДОМА»
ЗАО НПК «КАТРЕН»**

Цель программы: Основное предназначение журнала «Дети дома» — содействие жизненному устройству детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. В качестве главной темы журнала рассматривается тема социального сиротства во всех аспектах.

Сроки реализации: с 2007 г. по н.в.

География проекта: вся Россия.

Бюджет программы: 10 297 517 руб.

Целевая аудитория:

- Родители, педагоги, воспитатели, психологи, потенциальные приемные семьи
- Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей
- Местные администрации/Органы опеки и попечительства/Департаменты образования
- Администрации детских интернатов

Издание всероссийского информационно-аналитического журнала «Дети дома», общий тираж в 2012 году составил 9 000 000 экз., периодичность — 6 номеров в год. Журнал распространяется для населения бесплатно через логистическую сеть компании в аптеки по всей стране (50 городов). В журнале публикуются материалы экспертов в области психологии, медицины, педагогики, истории детей, нуждающихся в семейном устройстве, истории принимающих семей и фотографии детей-сирот из государственного банка данных.

Подробнее о программе — в интервью директора КБФ «Катрен» Инны Прохоровой (раздел III).

Лауреат номинации



**«КРАТКАЯ ИСТОРИЯ АВИАЦИИ»,
АНИМАЦИОННАЯ АРТ-ТЕРАПИЯ,
ТВОРЯЩАЯ ЧУДЕСА
ОАО «АВИАЦИОННАЯ КОМПАНИЯ
«ТРАНСАЭРО»**

Цель программы: разработка и реализация эффективного инструмента реабилитации детей-инвалидов, перенесших/страдающих онкологическими заболеваниями, для развития и поддержания их сильной мотивации к борьбе за жизнь и здоровье, преодоления внутренних комплексов и страхов.

Сроки реализации: 2010-2014 гг.

География проекта: Москва, Санкт-Петербург, Владивосток, Красноярский край.

Бюджет программы: 1 800 000 руб. (до окончания проекта в июне 2014 г.).

Целевая аудитория: 350 детей, перенесших/страдающих онкологическими заболеваниями.

Проект по созданию анимационного сериала руками детей с онкологическими заболеваниями. Для его реализации к сотрудничеству была привлечена петербургская детская анимационная студия «Да», занимающаяся реабилитацией детей в сложной жизненной ситуации методом анимационной арт-терапии. Участвуя в творческом процессе над созданием мультфильмов, дети общаются, учатся учитывать интересы партнеров, дают волю воображению, раскрепощаются психологически. В данном проекте инновационна сама идея — использования мультипликации как арт-терапии для пациентов онкологических и гематологических отделений и детей, проходящих реабилитацию после тяжелых заболеваний; а также необходимый детям видимый результат, конечная цель — появление первого анимационного сериала, созданного руками детей. В данный момент проект находится в стадии реализации, идут съемки второго эпизода анимационного сериала, посвященного современным летающим машинам.

Подробнее о программе — в интервью директора по социальной политике ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО» Елены Журавлевой (раздел III).



Номинация «Лучшая программа (проект) корпоративной благотворительности в стратегии развития компании»

Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы и проекты, раскрывающие связь программ с общей стратегией деятельности компании, качество организации работы и управления благотворительной деятельностью, результативность социальных инвестиций и благотворительных программ.

Приоритет: наличие у компании единых целей, принципов и стандартов разработки и реализации благотворительных программ с указанием связи с общей стратегией и политикой компании, наличие развитых механизмов формирования, применение новых идей, подходов и технологий, актуальность и статус программы для региона, сотрудничество, последовательность и эффективность реализации.

Победители:

I место

«Сахалинский совет по вопросам дорожной безопасности», «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»;

«Школа социального предпринимательства», ОАО «СУЭК».

Лауреаты:

II место

Образовательная программа в области питания «Разговор о правильном питании», ООО «НЕСТЛЁ РОССИЯ»;

III место

«Выкса — город равных возможностей», ОАО «ОМК».

Феокистова Е.Н.

**директор Центра корпоративной социальной ответственности
и нефинансовой отчетности РСПП**

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) традиционно учреждает в Конкурсе номинацию «Лучшая программа (проект) корпоративной благотворительности в стратегии развития компании».

РСПП высоко оценивает конкурс «Корпоративный донор России», который преобразовался в конкурс программ в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности».

В настоящее время происходит все более осознанный выбор бизнес-организациями тем для благотворительности, которая все чаще становится частью стратегии развития бизнеса. Во многих крупных компаниях появились комитеты, которые координируют все вопросы, связанные с благотворительной деятельностью, разрабатывают критерии направлений корпоративной благотворительности и мотивации для сотрудников компании.

В бизнес-сообществе вопросы социальной результативности инвестиций и экономической эффективности признаются важным аспектом корпоративной социальной политики как части общей стратегии бизнеса, особенно в условиях все более тесной интеграции в мировую экономику.

Необходимо отметить, что все большее число компаний реализуют последовательно долгосрочные социально ориентированные проекты, проводя глубокий анализ ситуации и выявляя наиболее актуальные проблемы при участии органов власти и некоммерческих организаций на территориях своего присутствия, совместно разрабатываются новые технологии и механизмы участия в реализации этих проблем.

В 2013 году в номинации рассматривались социальные проекты (программы) в области социальных инвестиций и благотворительности 25 компаний. В ходе оценки приоритет имели долгосрочные и результативные проекты. Учитывались такие факторы, как наличие стратегии в сфере социальных инвестиций благотворительной деятельности, демонстрация связи с общей стратегией компании; качество организации работы и управления, открытость, прозрачность этой деятельности; применяемые принципы, технологии и стандарты; использование развитых механизмов формирования и реализации программ, партнерское взаимодействие в этом процессе с другими заинтересованными сторонами; эффективность социальных инвестиций, влияние на создание благоприятных условий для развития бизнеса, подтвердившие свою высокую социальную эффективность.

Членами экспертного жюри отмечается достаточно высокий уровень представленных программ, последовательность и системность в их реализации, долгосрочный характер, творческие подходы к организации деятельности.

Российский союз промышленников и предпринимателей с удовлетворением отмечает растущее количество компаний, заинтересованных в повышении стандартов деятельности в области корпоративной благотворительности и выражает признательность организаторам Конкурса, экспертам и компаниям, принявшим в нем участие.

Победитель номинации



**«САХАЛИНСКИЙ СОВЕТ ПО ВОПРОСАМ
ДОРОЖНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»,
«САХАЛИН ЭНЕРДЖИ ИНВЕСТМЕНТ КОМПАНИ ЛТД.»**

Цель программы: содействие сокращению количества дорожно-транспортных происшествий в Сахалинской области и сокращению травматизма и смертности в результате ДТП.

Сроки реализации: 2005 — настоящее время.

География проекта: Сахалинская область.

Бюджет: 2012 г. — 5, 3 млн руб. (вклад компании «Сахалин Энерджи» в реализацию проектов и информационно-просветительских кампаний).

Целевая аудитория: участники дорожного движения, включая водителей и пешеходов всех возрастов и социальных групп, в том числе:

- дети
- подростки
- родители
- учителя
- водители
- пассажиры автотранспортных средств
- сотрудники ГИБДД
- сотрудники МЧС (экстренно-спасательные службы)
- сотрудники медицинских учреждений (включая службу скорой помощи).

Сахалинский совет по вопросам дорожной безопасности — инициатива «Сахалин Энерджи», Правительства Сахалинской области и УМВД России по Сахалинской области. Деятельность Совета основана на принципах партнерства, доступности и прозрачности информации. Начиная с 2005 года партнеры реализовали ряд проектов, среди которых просветительские кампании по пропаганде удерживающих устройств и светоотражающих элементов, развитие системы догоспитальной помощи при ДТП, обустройство опасных участков дороги.

Подробнее о программе — в интервью начальника управления по связям с общественностью «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» Олега Сапожникова (раздел III).

Победитель номинации



СУЭК
СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

**«ШКОЛА СОЦИАЛЬНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»,
ОАО «СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»**

Задачи программы:

- организация запуска и экспертного сопровождения реализации социально-предпринимательских проектов;
- проведение обучающих мероприятий по основам социального предпринимательства;
- обеспечение качественно нового уровня поддержки проектов и инициатив социального предпринимательства;
- объединение представителей НКО, представителей бизнеса и органов исполнительной власти;
- повышение эффективности освоения бюджетных средств, выделяемых на развитие малого бизнеса;
- увеличение числа рабочих мест.

Сроки реализации: 2012 г.

География проекта: Кемеровская область, Республика Хакасия, Хабаровский край.

Бюджет проекта: 15 747 440 руб., из них собственных средств предпринимателей — 11 613 840, бюджетные и грантовые — 4 133 600 руб.

Целевая аудитория: социально активная часть населения, способная к предпринимательской деятельности и желающая открыть собственный бизнес. Проект направлен на повышение эффективности решения социальных проблем территорий и создание благоприятной, комфортной среды проживания. К обучению в Школе приглашались люди, заинтересованные в создании своего социального бизнеса, имеющие проект или проектную идею будущего дела и, главное, желание решать социальные проблемы. В основе программы — обучающие семинары по социальному предпринимательству, экспертное сопровождение деятельности слушателей по подготовке и реализации социально-предпринимательских проектов, публичные мероприятия для презентации хода реализации и итогов проекта, а также активная деятельность по объединению представителей НКО, бизнеса и органов исполнительной власти.

Подробнее о программе — в интервью заместителя генерального директора ОАО «СУЭК», президента Фонда «СУЭК-РЕГИОНАМ» Сергея Григорьева (раздел III).

Лауреат номинации — II место

**Nestlé**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА В ОБЛАСТИ
ПИТАНИЯ «РАЗГОВОР О ПРАВИЛЬНОМ ПИТАНИИ»,
ООО «НЕСТЛЕ РОССИЯ»**

Цель программы: через образование и воспитание способствовать сохранению и укреплению здоровья подрастающего поколения как в России, так и во всем мире.

Сроки реализации: с 1999 г. по н.в.

Регионы: 48 регионов России.

Бюджет программы: в настоящее время ежегодный бюджет программы — 50-52 млн руб. За годы реализации программы компания инвестировала в него более 310 млн руб.

Целевая аудитория:

- дети и подростки 6-14 лет, посещающие образовательные учреждения
- семьи детей и подростков, изучающих программу
«Разговор о правильном питании»
- педагоги, реализующие программу

Образовательная программа для детей, основная цель которой — формирование культуры питания как составляющей здорового образа жизни. Ее разработка была осуществлена в Институте возрастной физиологии Российской академии образования. В рамках программы подготовлено 3 учебно-методических комплекта, включающих рабочие тетради для детей различного возраста, мультимедийное приложение, методические пособия для педагогов, плакаты и брошюры для родителей. Все участники программы обеспечиваются учебными материалами бесплатно. Участниками являются школы и дошкольные учреждения России. Регулярно проходят три межрегиональных конкурса — для учителей, учащихся, а также семей. Ежегодно в Москве проводится межрегиональная конференция «Воспитываем здоровое поколение», в которой участвуют представители из всех регионов, реализующих программу.

Подробнее о программе — в интервью руководителя программы «Разговор о правильном питании» «Нестле Россия» Александры Макеевой (раздел III).

Лауреат номинации — III место



**«ВЫКСА — ГОРОД РАВНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ»,
ЗАО «ОБЪЕДИНЕННАЯ
МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»**

Цель программы: формирование системы комплексной, многопрофильной реабилитации, позволяющей решать проблемы интеграции в общество людей с ограниченными возможностями.

Сроки реализации: 2012—2013 гг.

Регионы: г. Выкса, Нижегородская область.

Бюджет программы: за 9 месяцев — 5 589 000 руб.

Целевая аудитория: дети-инвалиды и их родители, педагоги коррекционной школы, преподаватели и воспитанники социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних, инвалиды, горожане, студенты, молодые специалисты, спортсмены, люди с ограниченными возможностями передвижения.

Программа состоит из нескольких проектов, связанных между собой, при этом работающих на одну цель — создать в городе Выксе единое социально-культурное пространство, адаптированное для всех жителей города:

- социализация людей с особенностями развития;
- формирование доступной среды жизнедеятельности инвалидов;
- привлечение граждан с ограниченными возможностями в качестве членов Выксунского общества молодых инвалидов «Эдельвейс»;
- пробуждение творческих инициатив ВОМИ «Эдельвейс»;
- адаптация инвалидов к общественной, социальной и культурной жизни в городе;
- помощь учреждениям, работающим с инвалидами и обществом инвалидов.

Подробнее о программе — в интервью директора по связям с общественностью ЗАО «ОМК» Александра Кастратца (раздел III).



ОБЩЕСТВЕННАЯ ПАЛАТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
CIVIC CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION

Номинация «Лучшая программа (проект), способствующая развитию волонтерства в России»

Партнер номинации: Комиссия Общественной палаты Российской Федерации по развитию благотворительности и волонтерства.

Какие проекты рассматриваются: программы и проекты, направленные на выявление лучших практик компаний по вовлечению в корпоративную благотворительность сотрудников компаний и новых участников, в первую очередь, партнеров и клиентов компаний, а также представителей местных сообществ.

Приоритет: актуальность программы для компании и целевых групп, устойчивость и системность программы, степень вовлечения сотрудников в программу в качестве активных участников, рост числа добровольцев/добровольных вкладов, если программа проводится не первый год, вовлечение партнеров, клиентов компании, граждан в реализацию программы, участие компании в распространении лучших волонтерских практик.

Победитель:

Программа развития корпоративного волонтерства среди сотрудников ОАО «Северсталь».

Лауреаты:

Программа «Добровольцы», ОАО «БАНК УРАЛСИБ».

Благотворительная программа «Бизнес для экологии», ОАО «СИБУР Холдинг».

Зелькова Л.Г.

**генеральный директор Благотворительного фонда В. Потанина,
заместитель председателя Комиссии Общественной Палаты РФ
по развитию благотворительности и волонтерства**

Комиссия Общественной Палаты по развитию благотворительности и волонтерства традиционно предлагает свою номинацию «Лучшая программа (проект), способствующая развитию волонтерства в России». Комиссия считает важным поощрять инициативы бизнеса по развитию добровольческой активности, вовлечению в нее сотрудников компаний и распространению лучших волонтерских практик.

Необходимо отметить, что все большее число компаний не только реализует собственные программы корпоративного волонтерства, но и стремится привлечь к ним новых участников, в первую очередь партнеров и клиентов компаний, а также представителей местных сообществ.

Участие в конкурсе позволяет компаниям проанализировать и оценить свой собственный опыт реализации программ корпоративного волонтерства, представить их в более широкой перспективе, оценить добровольческий вклад сотрудников в развитие местного сообщества, а также предложить перспективы дальнейшего развития.

В 2013 году в номинации рассматривались проекты 7 компаний, в которых представлены практики по вовлечению своих сотрудников и партнеров в добровольческую активность. В ходе оценки проектов и программ приоритет отдавался тем программам, которые предполагают системный подход, взаимодействие с местным сообществом и некоммерческими организациями, а также тиражирование результатов. Учитывались в том числе такие факторы как обучение сотрудников работе с волонтерами, проведение семинаров для самих волонтеров, привлечение внешних экспертов для развития программ корпоративного волонтерства, выстраивание устойчивых партнерств, эффективность программ и их результативность.

Следует отметить высокий уровень представленных проектов, и выделить некоторые общие характеристики представленных практик: значительный упор на обучение, в том числе самих волонтеров, переход от отдельных акций к системной работе, расширение возможностей участия сотрудников компаний в благотворительной деятельности, корректировку программ в процессе их реализации и проведение промежуточных оценок, целенаправленную работу по тиражированию опыта и т.д.

В 2013 году победителем в номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию волонтерства в России» признана «Программа развития корпоративного волонтерства среди сотрудников ОАО «Северсталь»». Победитель номинации реализует данную программу с 2012 г. С одной стороны, программа достаточно новая, но ее появление неслучайно, она является результатом многолетней деятельности компании в сфере корпоративной соци-

альной ответственности, с другой — с самого начала программа предполагает комплексный, системный подход к развитию корпоративного волонтерства и рассматривается как новое важное направление в развитии компании. Предложенная модель создания программы корпоративного волонтерства может быть использована в качестве типовой.

Лауреатами номинации стали:

II место — Программа «Добровольцы», ОАО «БАНК УРАЛСИБ».

III место — Благотворительная программа «Бизнес для экологии», ОАО «СИБУР Холдинг».

В целом следует отметить растущий интерес компаний к вовлечению своих сотрудников в волонтерскую деятельность именно на системном уровне. Все больше компаний отдает приоритет не участию сотрудников в отдельных волонтерских акциях, а развитию долгосрочных программ и проектов.

Победитель номинации



«ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА СРЕДИ СОТРУДНИКОВ ОАО «СЕВЕРСТАЛЬ»

Цель программы: разработка устойчивой, долгосрочной и системной программы волонтерства на территориях присутствия компании для формирования навыков и создания механизмов самостоятельного решения социальных вопросов сообществом на территориях присутствия компании, передачи обществу и действующим НКО и последующему автономному развитию социальных программ, запущенных «Северсталью» на территориях присутствия, поиска новых ресурсов социального развития территорий.

Сроки реализации: с 2012 г. по н.в.

География проекта: все регионы присутствия компании.

Бюджет программы: 600 000 руб.

Целевая аудитория: дети-сироты, семьи в трудной жизненной ситуации, люди с ограниченными возможностями, пожилые люди.

Корпоративное волонтерство рассматривается как передача бизнес-навыков местным некоммерческим организациям и обществу, способствует созданию и распространению механизмов долгосрочного партнерства с НКО и муниципальными учреждениями, улучшению качества жизни местного сообщества и решению социальных вопросов в моногородах. Также одной из важных причин инициации волонтерства в «Северстали» — это наличие крупных, долгосрочных корпоративных благотворительных программ в регионах присутствия. Основными задачами развития волонтерства являются поддержка социально уязвимых групп населения, распространение лучших волонтерских практик, увеличение числа добровольцев и вовлечение партнеров, клиентов и граждан в реализацию благотворительных проектов.

Подробнее о программе — в интервью начальника отдела корпоративной социальной ответственности ОАО «Северсталь» Натальи Поппель (раздел III).

Лауреат номинации — II место

**УРАЛСИБ****ПРОГРАММА «ДОБРОВОЛЬЦЫ»
ОАО «БАНК УРАЛСИБ»**

Цель программы: способствовать духовно-нравственному росту и самореализации детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, и социально-активных граждан через создание поддерживающей среды для их общения и совместной добровольческой деятельности.

Сроки реализации: 2008 — 2012 гг.

География проекта: Краснодарский край, Нижегородская, Смоленская, Вологодская, Волгоградская, Калининградская, Тверская, Саратовская, Челябинская, Кемеровская области, Республика Башкортостан и г. Москва.

Бюджет программы: 14 400 000 руб. (в 2012 г.).

Целевая аудитория: дети-сироты, учащаяся молодежь, сотрудники бизнес-компаний.

Программа создает долгосрочную модель помощи детям в трудной жизненной ситуации на основе развития корпоративного, молодежного и системного добровольчества в России, предоставляя возможность равнодушным людям реализовать себя в качестве помощников и наставников. В роли координатора процесса выступает БДФ «Виктория»: внедряет социальные инновации, выявляет потребности благополучателей, организует обучение ключевых игроков программы, обеспечивает методическое сопровождение, а также осуществляет мониторинг и контроль эффективности деятельности. Модель программы «Добровольцы» основана на социальном партнерстве и взаимодействии всех участников с конкретным разделением зон ответственности. В программе приняли участие 6048 волонтеров. Создана и отработана организационная модель добровольческой деятельности, готовая для тиражирования.

Подробнее о программе — в интервью главного исполнительного директора Банка УРАЛСИБ Александра Вихрова (раздел III).

Лауреат номинации — III место



**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«БИЗНЕС ДЛЯ ЭКОЛОГИИ»
ОАО «СИБУР ХОЛДИНГ»**

Цели программы:

- Изменение отношения населения к роли бизнеса в области охраны окружающей среды
- Формирование экологического сознания в регионах присутствия через вовлечение жителей на волонтерской основе в природоохранные мероприятия
- Улучшение экологической ситуации в регионах работы компании

Сроки реализации: с 2011 г. по н.в.

География проекта: вся Россия.

Бюджет программы: 20 000 000 руб.

Целевая аудитория: жители городов, в которых расположены предприятия СИБУРа, студенты, школьники, сотрудники предприятий СИБУРа.

«Бизнес для экологии» — специальная благотворительная программа, направленная на поддержку экологических инициатив, развитие экологического сознания и волонтерской деятельности в регионах деятельности компании. В 2011—2012 гг. было реализовано более 80 проектов экологической направленности, в том числе:

- Проведение информационных и просветительских кампаний на экологические и природоохранные темы
- Участие во всероссийских экологических акциях
- Создание эконоинфраструктуры (велодорожки, экологические маршруты и т.д.)
- Озеленение городских территорий и посадка леса
- Экологические конкурсы
- Экологический мониторинг

В 2012 году в программе приняли участие более 18,5 тысяч человек, в том числе более двух тысяч работников предприятий СИБУРа.

Подробнее о программе — в интервью директора по корпоративным коммуникациям ОАО «СИБУР Холдинг» Рашида Нуреева (раздел III).



Номинация «Лучшая программа (проект), способствующая вовлечению молодежи в социально-экономическое развитие регионов РФ»

Партнер номинации: Международный форум лидеров бизнеса (IBLF).

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы компаний, направленные на вовлечение молодежи в социально-экономическое развитие российских регионов, поддержку малого бизнеса и предпринимательской активности молодежи, развитие навыков и повышение уровня знаний молодых людей (в том числе, предпринимательской, правовой и финансовой грамотности).

Приоритет: программы (проекты), которые реализуются на условиях межсекторного партнерства бизнеса, государства и некоммерческого сектора с элементами корпоративного волонтерства.

Победитель:

Благотворительная программа «УРАЛСИБ дает надежду: образование — работа — жилье», ОАО «БАНК УРАЛСИБ»

Лауреаты:

Программа «Развитие навыков трудоустройства студентов профессиональных училищ г. Коломны», ЗАО КБ Ситибанк.

Программа «Школа Экологического Предпринимательства», En+ Group.

Ткаченко Б.Н.

руководить филиала IBLF в России, руководитель программы «Молодежный бизнес России»

Проблема вовлечения молодежи в социально-экономическую жизнь общества стоит остро не только в России. На сегодняшний день уровень молодежной безработицы в мире (люди в возрасте 15-24 лет) составляет более 12,5%. Ожидается, что к концу 2013 г. на планете работу будут искать более 73,4 млн молодых людей — на 3,5 млн больше, чем в предкризисный 2007 г. При этом одной из характерных черт начавшегося в 2008 г. глобального экономического кризиса стало увеличение количества незанятого молодого населения в развитых странах. Уровень молодежной безработицы в продвинутых экономиках в 2012 г. составил 18,1%. В России пока дела обстоят лучше, чем у многих западных соседей: только 14% в возрастной группе до 24 лет и немногим более 5% среди тех, чей возраст от 25 до 30 лет, не имеют работы.

Еще одной особенностью нынешнего кризиса стало то, что возникшие в экономике развитых стран трудности спровоцировали массовые увольнения именно молодых сотрудников. В сравнении с зарплатами работников старше 25 лет продолжает снижаться и уровень дохода трудящейся молодежи. Для многих предыдущих рецессий были характерны противоположные тенденции.

Беспрецедентно высокий уровень молодежной безработицы сказывается как на самих «жертвах» неустroенности, так и на состоянии национальных экономик и на настроении в обществе. С одной стороны, отсутствие работы в самом продуктивном возрасте негативно влияет на судьбоносные для любого человека решения: вступление в брак, рождение ребенка, приобретение жилья. С другой, безработица среди молодых людей больно бьет по внутреннему спросу и налоговым сборам, тормозя экономический рост. Кроме того, отсутствие работы и перспектив толкает молодых людей в сторону маргинализации, криминальных элементов и других опасных экспериментов.

Ненамного легче приходится и тем «счастливчикам», кто все-таки устраивается на работу: часто ради получения заветного места они соглашаются на небольшую зарплату, занимаясь при этом деятельностью, не соответствующей их квалификации. Напряженная ситуация на рынке труда давит на молодежь, лишая ее времени для поиска по-настоящему интересной работы.

В самой неблагоприятной ситуации оказываются молодые люди и девушки, проживающие вдали от культурных и научных центров, в моногородах, а также выпускники детских домов и интернатов. Их шансы на получение хорошего образования и достойной работы очень невысоки.

В сложившихся обстоятельствах выходом является создание своего бизнеса, получение действительно полезной (а не формальной) специальности, активная жизненная позиция. Именно поэтому мы хотим привлечь внимание к проектам корпоративной социальной ответственности, направленным на формирование у молодежи такой позиции и вовлечение ее в общественную жизнь

на ранних этапах формирования личности и именно поэтому мы участвуем в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности». Мы признательны Форуму Доноров и всем участникам и организаторам конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» за сотрудничество в номинации «Лучшая программа, способствующая вовлечению молодежи в социально-экономическую жизнь».

В этом году нам было непросто принять решение о награждении победителей в нашей номинации: на конкурс были представлены очень интересные программы. При вынесении решения мы руководствовались следующими критериями: устойчивость программы, ее нацеленность на будущее; широкий охват определенных категорий молодежи; эффективность; развитие у молодежи собственной инициативы.

Исходя из этого, мы распределили первые три места следующим образом:

1 место — ОАО «БАНК УРАЛСИБ»

Благотворительная программа «УРАЛСИБ дает надежду: образование — работа — жилье».

2 место — ЗАО КБ Ситибанк

Программа «Развитие навыков трудоустройства студентов профессиональных училищ г. Коломны».

3 место — En+ Group

Программа «Школа Экологического Предпринимательства».

Мы надеемся на продолжение сотрудничества с участниками конкурса и ждем новые интересные проекты в следующем году.

Победитель номинации



**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«УРАЛСИБ ДАЕТ НАДЕЖДУ:
ОБРАЗОВАНИЕ — РАБОТА — ЖИЛЬЕ»,
ОАО «БАНК УРАЛСИБ»**

Цели программы:

- Создать дополнительные мотивации у детей-сирот к получению образования к обучению и освоению престижных профессий.
- Предоставить детям-сиротам возможность внешкольного дополнительного образования, профориентации и психологической подготовки к самостоятельной жизни, трудоустройства и улучшения жилищных условий.

Сроки реализации: 2005 — 2015 (2017) гг. с последующим продлением.

География проекта: Вологда, Кемерово, Калининград, Пермь, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург, Уфа.

Бюджет программы: 7—11 млн руб. за учебный год.

Целевая аудитория: учащиеся 10-11 классов из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, воспитывающиеся в детских интернатных учреждениях и в замещающих семьях.

Программа нацелена на комплексную долговременную помощь детям-сиротам в получении профессионального образования, трудоустройстве и получении жилья. Специальные методики социализации воспитанников детских учреждений направлены на выявление и поддержку талантливых детей.

Ежегодно в проекте принимают участие 175 учащихся старших классов. В каждом регионе отбирается по 25 человек. В каждом регионе на конкурсной основе отбирается организация-исполнитель. Техническое задание для Исполнителя готовится с учетом региональных особенностей. Через Детский фонд «Виктория» налаживается взаимодействие с местными органами власти, организуется поддержка проекта и вовлечение партнеров на региональном уровне.

Подробнее о программе — в интервью главного исполнительного директора Банка УРАЛСИБ Александра Вихрова (раздел III).

Лауреат премии — II место



**ПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ
ТРУДОУСТРОЙСТВА СТУДЕНТОВ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧИЛИЩ Г. КОЛОМНЫ»,
ЗАО КБ «СИТИБАНК»**

Цель программы: трудоустройство студентов ПТУ путем развития личностной и социальной компетенций студентов ПТУ, проведения обучения и консультаций и вовлечения их в общественную и волонтерскую деятельность, способствующую развитию коммуникативных навыков, целеустремленности и навыков отстаивания своих прав, а также организация стажировок, после которых студенты могли бы устроиться на работу.

Сроки реализации: 1 сентября 2011 г. — 31 июля 2013 г.

География проекта: город Коломна.

Бюджет программы: 180 000 долларов США.

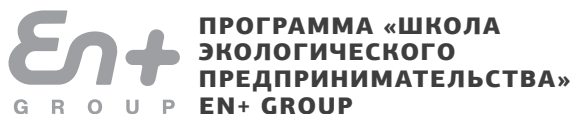
Целевая аудитория: ученики профтехучилищ.

Программа, позволяющая комплексно подойти к вопросу трудоустройства и развития потенциала уязвимой молодежи. Включает тренинги для педагогов, работающих с молодежью. Темы тренинга: основы мотивации участников, повышение уровня активности подростков, эффективные способы донесения информации о здоровье, привлечение к участию в мероприятиях. В задачи такого тренинга входит раскрытие творческого потенциала, развитие коммуникативных функций или коррекция навыков общения.

Программа разработана Фондом социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА» при поддержке Фонда Citi. Программа впервые была реализована в 2011-2012 учебном году в трех профтехучилищах г. Коломна. В 2012-2013 учебном году к проекту подключились аграрный и политехнический колледжи. Программа была поддержана Коломенской Торгово-Промышленной палатой и Комитетом по делам молодежи г. Коломны.

Подробнее о программе — в интервью с руководителем направления по работе с общественными организациями ЗАО КБ «Ситибанк» Татьяной Авраменко (раздел III).

Лауреат премии — III место



Цель программы: стимулирование развития малого бизнеса и изменение структуры экономики Байкальска, который является моногородом.

Сроки реализации: с 2012 г. по н.в.

География проекта: г. Байкальск Иркутской области.

Бюджет программы: 600 000 руб.

Целевая аудитория: молодые люди в возрасте от 15 до 30 лет, учащиеся старших классов общеобразовательных школ, средне-специальных учебных заведений и вузов, молодые предприниматели и те, кто только собирается попробовать себя в сфере предпринимательства, а также студенты вузов и сузов.

Программа призвана, с одной стороны, создать кузницу креативных экологических бизнес-идей и бизнес-проектов, с другой стороны — образовательную площадку для молодых кадров особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на южном Байкале, а так же привитие экологоориентированности в работе молодым и начинающим предпринимателям.

В рамках школы ее слушателям преподаются основы экономики, финансов, планирования и менеджмента, маркетинга и других дисциплин, необходимых для успешного запуска собственного бизнеса. К проекту привлечены преподаватели из ведущих сибирских вузов и бизнес-школ. В ходе обучения слушатели «Школы экологического предпринимательства» разрабатывают конкретные бизнес-идеи, которые потом представляют потенциальным инвесторам.

Программа реализуется совместно с Благотворительным Фондом «Возрождение Земли Сибирской».

Подробнее о программе — в интервью руководителя программ En+ Group Марии Грачевой (раздел III).



АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ КУЛЬТУРЫ

Номинация «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку современного искусства»

Партнер номинации: Ассоциация менеджеров культуры (АМК).

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы (проекты) компаний, направленные на развитие и поддержку современного искусства на территории РФ силами молодых представителей творческих профессий (архитекторов, художников, драматургов, режиссеров, музыкантов).

Приоритет: уникальность проекта (программы), четкая формулировка цели и задач, оценка результатов, возможность тиражирования.

Победитель:

ЗАО «Объединенная Металлургическая Компания»: Программа Международного фестиваля новой культуры «Арт-Овраг».

Фокина Е. Б.**исполнительный директор Ассоциации менеджеров культуры**

В номинации «Лучшая программа (проект) направленная на поддержку современного искусства» рассматривались программы и проекты, демонстрирующие наиболее интересные инициативы коммерческих компаний в сфере искусства. В 2013 году в нее было подано 4 заявки, в которых наглядно представлены практики компаний по организации фестивалей, изданию художественных монографий и созданию корпоративного музея. Все проекты интересны и значительны. Они обладают рядом общих черт — ориентированы на работу с местным сообществом, расширяют ореол деятельности коммерческих предприятий, транслируют во внешнюю среду уникальное содержание, характерное для произведений искусства, и в большинстве случаев улучшают культурную среду своего региона. Последнее является особенно важным для Ассоциации менеджеров культуры, ведь именно понимание культуры, как ключевого ресурса общественного и территориального развития отличает все проекты АМК.

АМК — это культурная сеть национального масштаба, объединяющая экспертов, консультантов и менеджеров социально-культурных проектов, направленных на поддержку частных и институциональных инициатив, работающих с культурным потенциалом территорий; развитием сотрудничества и горизонтальных связей в сфере культуры и выявлению в ней наиболее ярких и актуальных трендов. Открытость вызовам современности, созвучность проблематике дня сегодняшнего, характерные для современного искусства, являются вторым базовым фокусом деятельности Ассоциации менеджеров культуры. Этому критерию должны были также соответствовать проекты, поданные в номинацию, учрежденную АМК. Любопытно отметить, что сквозь этот дополнительный фильтр прошел только проект-победитель. Ведь, если понимать современное искусство как совокупность художественных практик, работающих с актуальными темами при использовании новых технических средств, то первое место в данной номинации по праву занимает ОАО «Объединенная Металлургическая Компания» с проектом международного фестиваля «Арт-Овраг» (место проведения г. Выкса, Нижегородская область), так как он направлен именно на поддержку современного искусства, а не на продолжение традиций, развитие духовности или исследование творческой биографии художника XIX века.

Я поздравляю Объединенную Металлургическую Компанию с победой и надеюсь, что все программы направленные на поддержку как современного, так и классического искусства будут иметь свое продолжение.

Победитель номинации



ЗАО «ОБЪЕДИНЕННАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»: ПРОГРАММА МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ НОВОЙ КУЛЬТУРЫ «АРТ-ОВРАГ»

Цель программы:

- сформировать образ Выксы в качестве интеллектуального и образовательного центра молодежной культуры, «малого города», воплощающего дух современной России
- новый стереотип города Выксы — металлургической столицы, обладающей уникальными современными производствами и уникальным фестивалем современных форм

Сроки реализации: с 2011 года (ежегодно).

География проекта: г. Выкса Нижегородской области .

Бюджет программы: более 10 млн руб.

Целевая аудитория: жители города Выкса.

Ежегодно с 31 мая по 2 июня в г. Выксе Нижегородской области проходит международный фестиваль новой культуры «Арт-Овраг». Инвестором и организатором фестиваля выступает Объединенная металлургическая компания. Тематика фестиваля представлена направлениями современного искусства — Street Art и Public Art. Организаторы стремились создать формат фестиваля, позволяющий объединить жителей города всех возрастов и реализовать культурный и художественный потенциал горожан через современные виды искусства. Организатор фестиваля, команда ОМК, активно работает с местной молодежью, привлекая ее к волонтерской работе — в 2012 году задействовано 50 волонтеров.

Кураторами и партнерами фестиваля выступают: Государственный Центр Современного Искусства в Нижегородском регионе, Московский Музей Архитектуры им .Щусева, Институт Сервантеса, Благотворительный фонд «ОМК-Участие», Администрация г. Выкса, а также международный творческий проект «Арт-Резиденция».

Подробнее о программе — в интервью директора по связям с общественностью ЗАО «ОМК» Александра Кастратца (раздел III).



Высшая школа менеджмента

Санкт-Петербургского
государственного университета

Номинация «Лучшая программа (проект), способствующая развитию профессионального образования в Российской Федерации»

Партнер номинации: Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета.

Какие проекты рассматриваются: благотворительные программы (проекты) компаний, направленные на поддержку учреждений начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования в Российской Федерации.

Приоритет: программы (проекты), поддерживающие инновационные образовательные программы, направленные на подготовку квалифицированных кадров для развития приоритетных направлений модернизации российской экономики, а также способствующие развитию предпринимательской активности в Российской Федерации.

Победитель:

Методический и общепросветительский портал о металлургии Metalspace.ru, ЗАО «Объединенная Металлургическая Компания» совместно с НИТУ «МИСиС».

Лауреаты:

«УРАЛСИБ за равные возможности», ОАО «БАНК УРАЛСИБ».

Профессиональное самоопределение, ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания».

Благов Ю.Е.

директор Центра корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвотерхаусКуперс Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета принимает участие в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности» начиная с 2010 г. Мы традиционно участвуем в работе жюри рэнкинга, проводим продолжающееся аналитическое исследование на материалах проекта, результаты которого регулярно публикуются в ведущих российских и международных научных журналах. Представление собственной номинации в рамках конкурсной программы 2013 г. стало для нас важным шагом в развитии сотрудничества с проектом и новым интересным вызовом.

В номинации рассматривались программы (проекты) девяти компаний, направленные на решение различных проблем развития профессионального образования: вовлечения молодежи в научно-техническое творчество, ранней профессиональной ориентации, создания безбарьерной среды обучения лиц с ограниченными физическими возможностями и ограниченными возможностями здоровья, развития инженерной подготовки, создания условий для профессионального развития молодежи из отдаленных районов. Большинство представленных программ (проектов) четко отражают современные тенденции развития корпоративной благотворительности: они увязаны с корпоративной стратегией; направлены на создание не только «социальной», но и «разделяемой» ценности в интересах бизнеса и общества; имеют развитую систему управления с соответствующими организационными рутинami, целеполаганием и показателями эффективности. Лучшие из представленных программ (проектов) далеко выходят за рамки укрепления кадрового потенциала конкретных компаний, реально способствуя развитию человеческого капитала в рамках и в интересах целых отраслей и регионов.

Победителем в номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию профессионального образования в Российской Федерации» 2013 г. признан проект «Методический и общепросветительский портал о металлургии metalspace.ru, представленный ЗАО «Объединенная Металлургическая Компания» совместно с НИТУ «МИСиС».

Лауреатами номинации стали: II место — программа «УРАЛСИБ за равные возможности» компании ОАО «БАНК УРАЛСИБ»; III место — проект «Профессиональное самоопределение» компании ОАО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания» (СУЭК).

Мы также хотим особо отметить системный подход, представленный в программе компании ОАО «Минерально-химическая компания «ЕвроХим», охватывающий все основные уровни инженерно-химической профессиональной подготовки: школы, вузы, научные учреждения и химические предприятия, а также направленность на развитие высоких технологий, отличающая проект компании En+ Group.

Как представители старейшего классического университета нашей страны мы надеемся, что номинация «Лучшая программа (проект), способствующая развитию профессионального образования в Российской Федерации» поможет привлечь внимание отечественных компаний к проблемам образования и будет способствовать выявлению и распространению лучших практик, реализуемых в интересах бизнеса и общества.

Победитель номинации



**МЕТОДИЧЕСКИЙ И ОБЩЕПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ
ПОРТАЛ О МЕТАЛЛУРГИИ METALSPACE.RU,
ЗАО «ОБЪЕДИНЕННАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ
КОМПАНИЯ» СОВМЕСТНО С НИТУ «МИСИС».**

Цель программы: популяризация истории металлургии, как передовой отрасли промышленности, а также повышение престижа образования в области металлургии, формирование позитивного образа профессиональной деятельности металлурга.

Сроки реализации: с января 2012 по июль 2014 г.

Бюджет программы: общий бюджет проекта за период 2012-2013 гг. составляет 4 600 000 руб.

Целевая аудитория: школьники и их родители, студенты, отраслевые специалисты, выпускники вузов, кадровые службы, музейные работники.

Интернет-портал metalspace.ru, рассказывающий в доступной форме об истории металлургии, современных предприятиях и технологиях на примере заводов ОМК. Основные цели — расширение границ аудитории и информационной доступности ОМК и металлургии в целом, формирование позитивного образа профессиональной деятельности металлурга.

Показатели проведенного исследования в городе Выксе в закрытых фокус-группах показали, что портал интересен и пользуется популярностью как у студентов, преподавателей техникума и Выксунского филиала МИСиС, так рабочих, инженеров Выксунского металлургического завода и обычных жителей.

Подробнее о программе — в интервью директора по связям с общественностью ЗАО «ОМК» Александра Кастратца (раздел III).

Лауреат номинации — II место

**УРАЛСИБ****«УРАЛСИБ ЗА РАВНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ»,
ОАО «БАНК УРАЛСИБ»**

Цель программы: способствовать созданию безбарьерной среды в обучении и профессиональной подготовке молодых людей с ограниченными физическими возможностями и ограниченными возможностями здоровья в приоритетных регионах ФК «УРАЛСИБ».

Сроки реализации: с 2007 по 2013 гг.

География проекта: семь регионов России.

Бюджет программы: общий бюджет программы с начала реализации (из средств Банка «УРАЛСИБ») — 12 800 000 руб., бюджет 2012—2013 учебного года — 11 700 000 руб. Доля фандрайзинга в бюджете программы в 2012 году — 49%.

Целевая аудитория: молодые люди с ограниченными физическими возможностями и ограниченными возможностями здоровья.

Программа направлена на создание возможностей и дополнительных стимулов у детей-инвалидов к получению высшего образования и престижных профессий. В целях расширения регионального охвата и методической обеспеченности программа «УРАЛСИБ — за равные возможности» реализуется совместно с Фондом просвещения «МЕТА». В рамках программы предусмотрены стипендии и иные материальные поощрения для студентов-инвалидов. В программу вовлечены сотрудники-добровольцы из филиалов Банка «УРАЛСИБ» в регионах реализации программы для участия в мероприятиях по профессиональной ориентации абитуриентов и профессиональной подготовке студентов (услуги pro bono). Обязательным условием при отборе участников стало привлечение партнеров и наличие софинансирования. Отбор участников (вузов) осуществляется по результатам конкурса на основании поданных заявок. В программу отбираются наиболее яркие, инновационные идеи проектов, возможных к тиражированию и распространению на другие регионы.

Подробнее о программе — в интервью главного исполнительного директора Банка УРАЛСИБ Александра Вихрова (раздел III).

Лауреат номинации — III место

**СУЭК**СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
САМООПРЕДЕЛЕНИЕ,
ОАО «СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ»**

Цель проекта: профессиональное самоопределение молодежи в регионах присутствия СУЭК с учетом местных потребностей, потребностей Компании и региональных особенностей.

Сроки реализации: с 2008 г. по н. в.

География проекта: Кемеровская область, Республики Хакасия и Бурятия, Красноярский, Хабаровский, Приморский края.

Бюджет программы: 4 025 000 руб.

Целевая аудитория: школьники и молодежь, организации и специалисты, занимающиеся подготовкой молодежи к выбору профессии.

Задачи проекта: подготовка молодежи к выбору востребованной профессии, обучение специалистов, работающих с детьми и молодежью, а также открытие музеев занимательной науки как нового регионального инструмента профессионального самоопределения молодежи и школьников. В ходе реализации была разработана модель развития кадрового потенциала территории, которая включает инфраструктуру профессионального самоопределения молодежи, интегрированные образовательные программы, мобильную систему подготовки и переподготовки преподавательских кадров с учетом потребности муниципалитетов и работодателей.

Программа реализуется в партнерстве с учреждениями среднего, начального профессионального и высшего образования, региональными предприятиями СУЭК и Фондом «Новая Евразия».

Подробнее о программе — в интервью заместителя генерального директора ОАО «СУЭК», президента Фонда «СУЭК-РЕГИОНАМ» Сергея Григорьева (раздел III).

РАЗДЕЛ III

ИНТЕРВЬЮ
С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ
КОМПАНИЙ —
ПОБЕДИТЕЛЯМИ
И ЛАУРЕАТАМИ
НОМИНАЦИЙ

Мария Грачева**Руководитель программ En+ Group**

Программа «Школа экологического предпринимательства» Компании En+ Group — лауреат номинации Международного форума лидеров бизнеса «Лучшая программа, способствующая развитию волонтерства в России».

— **Почему работа с молодежью представляется актуальной для компании?**

— Потому что уже сегодня мы формируем кадровую основу для развития наших бизнесов в будущем. Мы понимаем, что все начинается с подрастающего поколения, в том числе и социально-экономическая стабильность регионов, в которых работают предприятия группы. Взаимодействие с местным населением и в особенности с молодежью — важнейшая составляющая политики устойчивого развития нашей компании. Закладывать стремление к самосовершенствованию, к образованию и личностному росту необходимо с детства. «Потом» очень часто становится синонимом провала. А мы не любим проигрывать.

— **С кем вы сотрудничаете в программе «Школа Экологического Предпринимательства»? Кто проводит подбор экспертов и тренеров, набор участников, проводит семинары и мастер-классы и т.п.?**

— Проект «Школа Экологического Предпринимательства» мы реализуем с Молодежным благотворительным фондом «Возрождение Земли Сибирской». Набор участников проводим совместными усилиями в несколько этапов. В рамках первого этапа очередная сессия презентуется учащимся ссузов, студентам вузов, а также начинающим бизнесменам Байкальска (в конечном итоге наши усилия направлены на экономическое развитие именно этого города). Следующий шаг — вводное задание для желающих поступить в ШЭПР, по результатам выполнения которого принимается решение о «зачислении» того или иного претендента.

Что же касается поиска экспертов и тренеров, то еще во время подготовки к первой очной сессии в Школе сформировался сильный профессиональный костяк, в который вошли преуспевающие предприниматели, преподаватели высших учебных заведений, ведущие НКОшники региона, а также представители областной и местной администрации. Разумеется, однако, что от раза к разу мы совершенствуем этот экспертный список, корректируя и его, и идеологию проекта в целом — с учетом актуальных потребностей Байкальска.

— **В качестве экспертов Школы привлекаются представители бизнеса, администрации Байкальска и успешные предприниматели. Они еще как-то задействованы в программе?**

— Помимо осуществления своих непосредственных функций эксперты Школы могут пригласить молодых специалистов на работу (для нас это особенно ценно), автономно поддержать перспективный с их точки зрения проект или, как это было в ходе третьей сессии ШЭПР, запустить собственный.

Именно нашим экспертам принадлежит идея образования социального холдинга «Байкальск Эко», целью которого стало превращение Байкальска — здесь, напомним, и работает Школа — в экоград. У этого холдинга нет одного лидера — есть сообщество заинтересованных: экологов, общественных деятелей, государства, предпринимателей, инвесторов и местного населения. «Байкальск Эко» объединяет людей, реализующих экопроекты на южном Байкале. Вот только некоторые из них: туристические экокомплексы, мастерские подворья, натуральные соки из байкальских ягод, агентство событий и маркетинга.

— **Финальная защита проектов происходит перед потенциальными спонсорами. Удалось ли проектам найти своих спонсоров?**

— Безусловно! Каждая сессия ШЭПР дает старт новым проектам. Реализуется около 30% идей учеников Школы. Одним из наиболее ярких примеров удачной защиты, на мой взгляд, стал проект многодневной велогонки на озере Ольхон, которая вот уже второй год подряд привлекает на Байкал профессиональных спортсменов и любителей велоспорта не только из России, но и из-за рубежа.

Baikal Bike Trophy не случайно поддерживают такие статусные структуры, как Министерство по физической культуре, спорту и молодежной политике Иркутской области и Федерация велосипедного спорта Иркутской области: этот проект не просто популяризирует спорт и здоровый образ жизни, он развивает экотуризм, который должен стать залогом дальнейшего социально-экономического роста региона.

— **Вы отслеживаете, сколько проектов удается осуществить? Сколько уже реализовано после трех прошедших сессий?**

— Разумеется. Но мы не просто отслеживаем начинания наших бывших учеников — мы стараемся их максимально поддерживать. На данный момент полностью реализовано более трети проектов, идеи которых когда-то родились в стенах Школы. Однако это еще не конечный результат: большая часть стартапов пока находится в стадии проработки.

— **Как вы думаете, компании удалось создать образовательную площадку по возвращению молодых кадров для особой экономической зоны (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа на южном Байкале?**

-
- Да, причем нам удалось подготовить к этому не только молодых специалистов, но и экспертное сообщество. Мы добились понимания идей и целей экобизнеса экспертами, которые не связаны непосредственно с экологией, но от которых тем не менее многое зависит.
 - **Сотрудники компании как-то задействованы в этой программе?**
 - Наши сотрудники принимают участие в подготовке и проведении очных сессий Школы, а по ряду направлений привлекаются в качестве экспертов и тренеров. Такие «субботники» освежают: позволяют по-новому взглянуть на то, чем ты занимаешься изо дня в день, систематизировать мысли и даже почерпнуть профессиональное вдохновение.
 - **Что было самым сложным в этом проекте, а что, наоборот, удалось легко?**
 - Труднее всего было заинтересовать Школой молодежь Байкальска. Несмотря на то, что очные сессии проходят именно там, большинство участников проекта — жители других городов. Но мы не сдаемся.
Вторая проблема возникла непосредственно с понятием «экобизнес», которое многим было неясно и потому довольно долго не приживалось. Впрочем, с этой сложностью мы тоже почти справились.
А вот задача формирования экспертной команды далась на удивление легко. «На удивление» — потому что работа на сессиях Школы никак не оплачивается. Все наши эксперты участвуют в проекте на безвозмездной основе.
 - **Что бы вы посоветовали компаниям, решившим сделать что-то подобное?**
 - Не изобретайте велосипед! Мы с удовольствием поделимся опытом в организации и проведении подобных проектов. Наша цель — решить проблемы, поэтому мы всегда приветствуем тиражирование успешных практик.
 - **Как вы видите дальнейшее развитие программы?**
 - Мы стремимся к созданию многоступенчатой системы работы с проектами и их авторами. Участники очных сессий ШЭПР должны получить возможность перейти на следующий этап. Дело в том, что многие ученики нашей Школы привыкли жить далекой мечтой: они не осознают и не видят необходимости в том, чтобы воплощать свои идеи здесь и сейчас. Наша же задача — помочь им до этого понимания дорасти. Это позволит увеличить число реализованных экологоориентированных проектов, а главное — повысит их качество.

Александр Вихров

главный исполнительный директор
Банка УРАЛСИБ



Программы «Добровольцы» и «УРАЛСИБ за равные возможности» — лауреаты номинаций Комиссии ОПРФ по развитию благотворительности и волонтерства в России и Высшей школы менеджмента СПбГУ.

Программа «УРАЛСИБ дает надежду: образование — работа — жилье» — победитель номинации Международного форума лидеров бизнеса «Лучшая программа, способствующая развитию волонтерства в России».

— У банка УРАЛСИБ сразу несколько программ посвящено работе с детьми. Расскажите, пожалуйста, как появилась идея комплексного подхода к решению проблем детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей?

— Сначала мы, как и все, занимались в основном оказанием разовой помощи по запросам — в разных направлениях. На каком-то этапе проанализировали объем средств на благотворительность, и оказалось, что вкуче это весьма значительно. Естественно, что мы как финансовая структура с системой планирования по западному принципу начали думать о том, как эту помощь сконцентрировать на какой-то теме. И поняли, что пора переходить от разовой помощи к целенаправленной.

Выбирая направление, ориентировались и на подразделения нашей филиальной сети: анализировали запросы, которые туда поступали. Выяснилось, что больше всего просьб касалось детей, которые попали в сложные жизненные обстоятельства и находились в детских домах, интернатах. Как ни странно, переход к системной помощи дает нам возможность сделать ее более личностной. Ведь разовая помощь — это, как правило, финансовые отчисления средств самой организацией для решения какого-то вопроса. А работа с детскими домами предполагает большую степень человеческого участия, самоотдачи. Постепенно пришли к тому, чтобы перестроить благотворительность таким образом, чтобы в ней могли деятельно участвовать много людей. Потому что вовлеченность сотрудников в социальные проекты компании — это важная часть создания единого коллектива и корпоративной культуры.

И следующий момент понимания был в том, что эффективность от нашей благотворительности будет больше, если не идти вслед за разовыми просьбами, а самим что-то предлагать, используя потенциал корпорации, в том числе интеллектуальный. У нас работают многие сотни людей в разных регионах, в основном — с высоким уровнем образования. Надо дать им возможность проявить инициативу. И тогда в составе корпорации у нас

появилось специальное подразделение с необычным названием: Служба инициативных программ. Именно для того, чтобы анализировать и предлагать какие-то решения в социальной сфере, как мы предлагаем своим клиентам и партнерам эффективные решения в бизнесе. Именно оттуда выросли ноги всех наших благотворительных программ.

— **Эта Служба, как появилась, так и существует до сих пор?**

— Сейчас уже Служба инициативных программ преобразована в более крупное подразделение по внешним коммуникациям с добавлением GR функционала. Но менеджеры остались те же, кто занимался этим с самого начала.

— **Как возникла программа поддержки детдомовских детей «УРАЛСИБ дает надежду: образование — работа — жилье»?**

— Среди множества проблем детей, попавших в сложную жизненную ситуацию, есть одна особая: проблема социализации. Не секрет, что уровень самоубийств среди выпускников детских домов именно на рубеже 18-20 лет до недавнего времени был высокий, есть официальная статистика. От неустроенности, от страха перед будущим происходят многие беды. Мы знаем об этих проблемах не понаслышке.

У нас уже давно установились неформальные связи с детскими домами. Многие сотрудники общаются с детьми постоянно. По себе знаю, что если однажды заняться вопросами этих детей, от них уже невозможно отойти. Наша семья, например, на протяжении нескольких лет была гостевой семьей для нескольких детей — пока они не подросли. Мы забирали их из интерната на каникулы, на выходные. Много нужно было сделать, чтобы они оттаяли... С первых дней мы обратили внимание на то, что эти дети плохо приспособлены к жизни, и не потому, что они не хотят, а потому, что они мало видят, мало знают. У них не было даже навыков обращения с домашними бытовыми предметами. А когда их научишь, покажешь — делают все с большим удовольствием.

Эта корпоративная программа возникла еще в 2006 году из инициативы сотрудников, и, что поразительно — сразу в двух регионах параллельно: в Санкт-Петербурге и Уфе. Были похожие предложения, смысл которых сводился к следующему: «Давайте заниматься детьми из детских домов для того, чтобы готовить себе будущие хорошие кадры». Если говорить о сути программы — она долгосрочная, рассчитана на 10-15 лет. Да, такую программу могут планировать только крупные, финансово устойчивые структуры, естественно, с мотивированным коллективом. Наши сотрудники видели, что некоторые из этих детей, приходя к нам домой или на работу, очень интересуются тем, что мы делаем. Это ведь сразу заметно. Были ребята, которые очень живо интересовались вопросами, связанными с финансами. И мы решили попробовать поддерживать таких детей, начиная с 15 лет, помогать им раскрывать свой потенциал и получать образование.

У нас, кстати сказать, такой же принцип и в бизнесе. Один из его постулатов — выращивать бизнес своих клиентов, помогать им в этом. Стремиться быть для наших клиентов полезными — особенно для малого бизнеса — с помощью наших финансовых продуктов и услуг. Будет у них расти бизнес — будут больше у нас разных продуктов и услуг покупать, и мы будем расти вместе с ними... Такой же принцип у нас в отношении к этим детям.

Не секрет, что уровень образования во многих школах не слишком высок, особенно на периферии. Наша система подготовки включает и работу добровольцев, и работу профессиональных психологов и педагогов — мы их приглашаем, чтобы они готовили детей к поступлению в колледжи и вузы.

— **В каких регионах сейчас действует программа?**

- Теперь у нас в программе семь регионов: Вологда, Калининград, Кемерово, Пермь, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург и Уфа. Очень много зависит от партнеров на местах. У нас был не очень хороший опыт, например, в Петрозаводске. Здесь программа не пошла потому, что со стороны местных организаций не было поддержки. Мы готовы предложить свою помощь, но там посчитали, что у них нет детей из детских домов с мотивацией продолжать учебу в 10-11 классах и дальше.

А вот в Перми, к примеру, с 2010 года сложилось очень хорошее сотрудничество. Мы там привлекли к работе нашего партнера — Западно-Уральский филиал Института МИРБИС (Международная высшая школа бизнеса). Мы с МИРБИС давно сотрудничаем в Москве, а по этой программе опробовали в Перми курс бизнес-проектирования, который потом распространили на все регионы — участники нашей программы.

— **Кто еще ваши основные партнеры?**

- Что касается нашей благотворительности и социальных проектов, постепенно пришло понимание, что надо опираться на помощь профессионалов. Не стоит создавать внутри своей организации подобие министерства социальной защиты, потому что мы все-таки структура коммерческая, у которой основная задача совсем другая. Чтобы пойти дальше, еще более систематизировать благотворительную помощь и привлечь специалистов, по инициативе основателя и основного акционера нашей корпорации Николая Александровича Цветкова были учреждены два фонда: Благотворительный детский фонд «Виктория» и Фонд просвещения «МЕТА». Программы этих фондов дополняют друг друга. Туда пришли работать очень профессиональные люди. Это резко повысило эффективность. Мы сделали такой шаг одними из первых, а потом заметили, что это общий тренд последних пяти лет — переход корпораций к сотрудничеству с профессиональными НКО и фондами. Те, кто создавали свои фонды и фондики постепенно передают работу в руки профессионалов. Тренд подтверждает верность выбранного направления.

— **Сейчас эти два фонда — основные координаторы ваших программ?**

- Мы являемся стратегическими партнерами этих фондов. Сотрудничество предполагает взаимную координацию программ.
- **Насколько нам известно, у программы «УРАЛСИБ дает надежду: образование — работа — жилье» уже есть результаты. Расскажите, сколько детей благодаря программе смогли поступить в вузы. Многие из них потом приходят в банк на стажировки? Уже есть те, кто смог трудоустроиться в компании? Те, кто обрел жилье?**

- Программа, как я уже говорил, весьма продолжительная. Смысл ее в том, что мы помогаем учиться в школе, потом — получать высшее образование. И в вузах доплачиваем стипендию, организуем практику в наших отделениях. Есть уже замечательные истории, вот как у Ани Березиной. Она сейчас работает в Ростовском отделении банка и совмещает работу с учебой. Она пришла в банк в прошлом году офис менеджером, а теперь уже ведущий консультант отдела по работе с агентской сетью. И стала лауреатом конкурса «Лучший сотрудник»!

Вообще на сегодняшний день в программе участвует уже более 300 человек. Всего же за время программы через нее прошло более 500 человек, из них около 200 стали студентами, 85% — поступили в вузы, 15% — в средние специальные учебные заведения. В этом году во многом благодаря именно дополнительным занятиям еще 98 выпускников успешно сдали экзамены и стали студентами.

- **А что с жильем?**

- Жилье — на очереди, это следующий этап, к которому мы, в принципе, готовы. У воспитанников детских домов, как известно, имеются определенные жилищные льготы. Но на самом деле реализуется это сложно. Есть ряд моментов, которые мешают. В частности, эта льгота дается только по месту прежнего проживания ребенка. Если выпускник решил уехать, она практически теряется.

Наша программа будет включать льготное кредитование. Ее участники, работая в какой-либо из структур корпорации УРАЛСИБ, смогут получить кредит и приобрести себе квартиру рядом с работой. Повторюсь, это следующий этап. Мы сегодня уже полностью готовы к разработке продукта, дающего возможность участникам программы улучшать жилищные условия.

- **Почему компания помогает детям с ограниченными возможностями? Как появилась программа «УРАЛСИБ за равные возможности»?**

- Это тоже инициативная программа, она началась в Челябинске. Она родилась из сотрудничества филиала УРАЛСИБа и местного университета. Есть дети с ограниченными возможностями и с огромной мотивацией к учебе, каждый из нас, наверно встречал таких. Часто восхищаются их мужеством и стойкостью, но пока редко задумываются о том, как просто сделать их жизнь легче. У нас

очень много говорят про какие-то крупные программы помощи инвалидам в масштабах всей страны, друг от друга все чего-то ждут. А есть ведь совершенно конкретные дела, которые в принципе, не требуют больших капиталовложений и которые можно начинать делать уже буквально завтра, даже сегодня. Да, конечно, не во всех домах можно поставить большие лифты. Это проблема, особенно, кстати говоря, школьных и университетских зданий — они же в большинстве старой застройки. Но оборудовать пандус, чтобы человек на коляске мог свободно перемещаться по корпусу — это очень просто.

Инклюзивный подход имеет еще и хороший социальный заряд. Мы считаем важным возвышать достоинство человека, дать возможность своим партнерам и сотрудникам проявить себя людьми благородными, показать свои лучшие качества. Потому мы предлагаем: есть такая программа, к ней можно присоединиться. И многие участвуют. Это очень важно: создать условия, ведь зачастую самые добросердечные люди и ответственные организации просто не знают, к кому обратиться, как предложить свои услуги и т.п.

— **Вы не только помогаете молодым людям подготовиться к поступлению, но и сопровождаете их во время учебы. Почему вы считаете это важным?**

— Родители же не бросают своих детей, когда те школу закончат, не говорят: иди, куда хочешь... Конечно, нужно помогать, как своим детям. У них ведь бывают разные проблемы, и психологические, и учебные. Им просто надо помогать, поддерживать, чтобы они были на уровне того вуза, в который они поступили. У нас есть, например, несколько ребят из Уфы, которые учатся в Высшей школе экономики. Такой престижный вуз... И еще один момент хочу уточнить: мы предлагаем нашим подопечным работу в банке, но не ставим это основной целью... Если человек выбирает другой путь, идет в нефинансовый вуз, мы его тоже не бросаем. Потому что социализация ребят очень важна для общества, а не только для нас как работодателей. Несколько ребят из Уфы уже окончили «вышку». Один из них был лучшим студентом на курсе. Работают они не в нашей финансовой структуре, но остаются для нас близкими людьми.

Я хотел бы особо подчеркнуть, что мы какого-то копирайта на свои благотворительные программы не ставим. Наоборот, заинтересованы в том, чтобы как можно большим был кумулятивный эффект. Рассказываем о своем опыте, надеясь, что кто-то его возьмет и начнет что-то делать. Мы будем рады.

— **Я знаю, что вы сотрудничаете, например, с «Северсталью».**

— Да. Это заслуга моих коллег из Департамента внешних коммуникаций банка УРАЛСИБ, и я вижу в этом взаимодействии будущее. Потому что, хоть и говорил Достоевский «красотой объединяемся», но невзгоды людей — это тоже важный фактор для объединения ради возможности действительно решать проблемы. Мы с большим уважением относимся к тому, что делает в области корпоративной социальной ответственности «Северсталь». Мы у них тоже учимся. Они работают очень масштабно.

— **«Формирование партнерских сетей» у вас вообще выделено как одно из стратегических направлений благотворительной деятельности. Почему оно так важно?**

— Мы считаем, что наличие партнерств являет зрелость наших отношений с обществом. Мы стараемся стать партнерами, подняться до уровня организаций, которые стоят выше нас. Мы должны быть интересны организациям, к которым мы приходим с нашими инициативами. И мое искреннее убеждение, что, когда к чиновнику любого уровня приходишь с возможностью решения какой-то проблемы, он не станет чинить препятствия, а будет помогать. А если говорить в целом, суть формирования партнерских сетей в том, чтобы повсеместно находить сторонников. И потом, у нас часто миссии сходятся. МИРБИС нам дает мощную идейно-инициативную подпитку — студенты активно участвуют в наших делах. Другой партнер — Кремлевская школа верховой езды. Это очень яркий и важный патриотический бренд. Так можно долго продолжать...

— **Корпоративное волонтерство связано со всеми программами? Расскажите, как именно.**

— Когда мы стали сотрудничать с фондом «Виктория» и «МЕТА» в реализации двух наших программ корпоративной благотворительности, в них осталось место и для наших добровольцев.

У нас довольно сильное волонтерское движение. Где-то оно развито больше, где-то меньше. Примечательно, что в регионах поддерживаются разные инициативы, однако в рамках единой стратегии. Успех зависит от многих факторов, но чаще всего — от лидера. В Смоленске, например, сильный комитет по молодежной политике, который поддерживает инициативы коллектива подразделения банка УРАЛСИБ. Как говорится, подобное притягивается к подобному, и в результате все движется.

А общее — информационная поддержка. У нас есть система вебинаров, мы стараемся добровольцев подпитывать информацией, обучать. Особенно сейчас, когда открываем новое направление — переходим к работе с кризисными семьями.

— **Расскажите об этом подробнее, пожалуйста.**

— Мы долго занимались детскими домами. А теперь переориентируем свое участие в программах Детского фонда «Виктория» и отчасти другие наши детские программы на профилактическую работу. Переориентируем и наших волонтеров на очень сложную тему: на помощь семьям в кризисной ситуации. Понимаем, что может быть трудно, но это возможность оказания помощи практически, нашим соседям, людям, которые рядом.

Сейчас для волонтеров готовим специальную обучающую программу в нашем корпоративном университете. Будем делать учебный фильм, который разместим на внутреннем портале. Специалисты станут рассказывать, как нужно работать с кризисными семьями. Как стараться сохранить семью, как помогать людям избавиться от отчаяния, вновь обрести себя.

— **Что самое сложное в вашей благотворительной работе? А что, наоборот, удается легко?**

- Сложно сейчас переходить на новый сегмент работы — профилактику. Мы не будем при этом подменять какие-либо государственные и муниципальные организации. Мы собираемся быть там, где особенно нужны. Есть потенциал. Для нас область развития в том, чтобы мы имели возможность в нашей добровольческой работе больше проявлять навыки, которые даются нашими профессиями. Например, юристы должны быть готовы консультировать детей и родителей кризисных семей по возможностям и льготам. Бухгалтеры должны объяснять другие вещи, которые нужно знать при ведении семейного бюджета. Мы вместе занимаемся программами финансовой грамотности. И везде здесь нужна помощь добровольцев.

Нужно очень много терпения. Но результаты стоят того.

...Отношения с детьми из участников программ фонда «Виктория» перерастают в родственные. В семье Николая Александровича Цветкова трое опекаемых детей: два мальчика и девочка. Все учатся. Причем один мальчик учится в художественном лицее при Академии художеств. Недавно в Галерее современного фарфора в Москве были показаны его работы. Родного отца он почти не помнит, но уверен, что тот был художником. Его детское воспоминание: «отец рисует, а я стою у него за спиной»... Еще один парень учится в другом колледже. Он — спортсмен, готовится поступать в военную академию. А девочка собирается в Тимирязевскую академию учиться на агронома. У Татьяны Дмитриевны Летуновой, которая возглавляет фонд «Виктория» пришла из банка УРАЛСИБ, тоже есть девочка под опекой. В этой семье она просто расцвела.

Вот еще одна удивительная история. У фонда «Виктория» есть программа поддержки талантливых детей. Двое девочек — участниц этой программы — живут в Таганроге в детском доме №5, они сестры. Одна из них художница, другая — поэтесса. Когда я в первый раз увидел ее стихи, грешным делом подумал: ну, ясно, за девочку кто-то пишет.... Знаете, бывают амбиции и у директоров детских домов, мы сталкивались с таким, когда проводили, например, олимпиады для одаренных детей, — в некоторых детских домах задания за них выполняли взрослые... А потом мы с этой девочкой из Таганрога познакомились. И я понял, что она действительно очень талантливый человек, когда увидел, как у нее эти стихи рождаются.

У нее вышло уже две книжки. Первая, кстати, была издана на средства одного из менеджеров нашей корпорации. И еще одну интересную акцию мы придумали: наш партнер — Императорский фарфоровый завод сделал серию тарелок по эскизам старшей сестры и со стихами младшей. Получилось очень красиво. Тарелки продаются в магазинах ИФЗ, и часть средств от продажи поступает в фонд «Виктория» для участников программы помощи одаренным детям.

Инна Прохорова**директор КБФ «Катрен»**

Программа «Дети дома» — лауреат номинации Минэкономразвития России «Лучшая программа, способствующая развитию инфраструктуры».

— **Почему для активизации устройства детей в семьи российских граждан и профилактики сиротства и вторичных отказов было выбрано именно издание журнала?**

- Прежде чем начать эту программу мы провели исследование. В России не было (и до сих пор нет) журнала, затрагивающего эти темы, такого масштаба как «Дети дома» (еще когда журнал был региональным изданием, а в некоторых других регионах мы делали специальные выпуски, уже тогда мы думали о том, что нужен общероссийский журнал). А интерес к теме сиротства стал расти, но далеко не все потенциальные родители общались на форумах в Интернете и получали информацию, знания. А те взрослые, которые никого не собирались усыновлять, и вовсе туда не заглядывали.

Устроенным в семьи детям жить и расти в окружении разных людей. И, если сама семья каким-то образом может подготовиться к принятию ребенка, то как воспитать благотворительную культуру в обществе, культуру, предполагающую адекватное отношение к детям, которые в силу каких-то причин росли в детском доме? Детские врачи, школьные учителя, воспитатели, к сожалению, до сих пор полны предрассудков. В итоге свое отношение проецируют на детей. А дети, которые и так получили ни с чем не сравнимую по тяжести травму в юном возрасте, очень нуждаются хотя бы в спокойном и доброжелательном отношении. Это предназначение журнала в широком смысле: формирование культуры приемного родительства, семейных ценностей, культуры принятия. В более узком смысле — непосредственная помощь детям и родителям найти друг друга. Эффект от издания журнала с фотографиями детей, нуждающихся в семейном устройстве, мы оценили очень быстро. Сейчас уже органы опеки и попечительства из какого-либо региона сами звонят нам, спрашивают, как они могут организовать размещение фотографий своих подопечных в журнале. Проводится работа, фотографии публикуются. Далее поступают звонки и обращения в опеку, дети находят семьи, правда, не все и не всегда, но многие.

— **У вас в заявке написано, что инициатива создания журнала была «снизу». Расскажите, как это произошло и почему.**

- Инициатива данной программы — издание журнала — исходила «снизу». От волонтеров и принимающих родителей. В Новосибирске образовалась компания молодых принимающих родителей, которые не просто общались по интересам, но решили, что могут делать большее для детей, которые остались «в системе» и которых очень и очень много. Наверное, удачно

совпало, что среди родителей была и я, и в то время я была волонтером фонда «Катрен». Однажды я пришла к руководству компании с предложением сделать выпуск журнала для Новосибирска. Пилотный проект. Мы попробовали. Результат всем понравился, и было принято учредить такой журнал и издавать его постоянно.

- **Сначала журнал выходил только в Новосибирской области. Вы пишете: «он был ориентирован на целевую аудиторию: состоявшихся и потенциальных приемных родителей». Как вы ее выделяли и, соответственно, как распространяли журнал, чтобы до нее дотянуться?**
- Аудиторию принимающих родителей выявить было несложно. Для начала нужно было выйти на контакт с органами опеки и попечительства районов города, городской опекой, областной. Таков порядок и по сей день. Сотрудники органов опеки и попечительства (ООП) знают «свои семьи», которые стоят у них на учете. В опеках доступен журнал. Вопрос в другом — мы не захотели ограничиваться аудиторией принимающих родителей по причинам, которые я назвала ранее. Ребенку жить не только в семье, но и в обществе. Конечно, со своей стороны родители ему окажут помощь, научат, как реагировать на те или иные вопросы, о чем рассказывать окружающим необязательно, а о чем не нужно бояться говорить. Но есть еще и «большая семья» — тети, дяди, бабушки, дедушки, двоюродные племянники, друзья семьи... Есть школьный класс, есть группа в детском саду, есть соседи... Каждому не объяснишь. Лучше организовать для них журнал, в котором были бы рассказаны реальные истории усыновления или разлуки (некоторые герои рассказывали о том, как и почему оказались в детском доме), где психологи отвечали бы на вопросы родителей, где можно было бы найти единомышленников или подискутировать по каким-то вопросам. Журнал, который не для приемных родителей и не об усыновлении, а о семейных ценностях, о том, что дорого каждому обычному человеку.
- **Почему решили распространять журнал в других регионах? Как вы это организовывали?**
- Мы поставили задачу — формировать благотворительную культуру в обществе. Это значит, что нужно, во-первых, обеспечить большой тираж издания (сейчас тираж составляет 200 тысяч экземпляров каждый выпуск), во-вторых, необходимы каналы распространения. Последнее предполагает достаточно очевидное решение. Учредитель Фонда — национальный фармацевтический дистрибьютор ЗАО НПК «Катрен», имеющий тысячи клиентов — аптечных сетей и аптек по всей России. Используя складские и логистические ресурсы дистрибьютора, мы в течение нескольких дней доставляем журнал во все филиалы компании. В каждом филиале есть представитель фонда, который на месте уже организовал работу с ООП, договорился с аптеками. Таким образом, журналы оказываются у них. Посетители аптек видят журналы на стойках, берут их.

Поскольку журнал с 2010 года стал общероссийским, то мы подумали о том, чтобы сделать его площадкой для обмена опыта между регионами. У нас размещалось, например, открытое письмо для г-на Астахова от главы департамента социальной политики Самары. Публиковались интервью глав разных городов и регионов — Томска, Новокузнецка, Москвы, Ленинградской области, Волгограда, Новосибирска, Алтайского края, многих.... Кстати, Астахов потом дал ответ на обращение. Мы его также опубликовали.

И также мы размещаем фотографии детей из разных регионов. Потому что у детей будет больше шансов, если их увидят читатели из других городов.

- **Как вообще появилась идея размещать в журнале фотографии и видеосюжеты детей-сирот, которым нужны приемные родители? Фонд «Катрен» сам организует фотосессии детей в Детских домах. Как удалось получить на это разрешение? Известно, что войти в Детские дома совсем не просто.**

- Мы подумали о том, что нужно помочь не только взрослым — находить нужную информацию, но и детям. Есть закон, предусматривающий размещение производной информации о детях-сиротах в Интернете, в СМИ. Естественно, только с разрешения ООП. Но такая работа должна проводиться опекой. Детей нужно снимать, составлять характеристики и пополнять этой информацией государственный банк данных о детях-сиротах и детях, оставшихся без попечения родителей. Мы со своей стороны помогаем такую работу делать. То есть предварительно договариваемся с ООП, получаем разрешение. Далее уже организуем фотосессию. Весь отснятый материал передаем в опеку, информация идет в банк данных, и обратно к нам для размещения в журнале.

Конечно, просто так человек с улицы или организация, пожелавшая провести фотосессию в детском доме, не смогут этого сделать, это нарушение закона.

Первую фотосессию мы провели в 2006 году. За семь лет их проведено десятки по всем регионам. И журнал «Дети дома» заслужил доверие, в том числе — специалистов опеки. Поэтому когда в каком-то новом городе, где ранее мы не сотрудничали с опекой, мы обращаемся к ним с письмом, нам не отказывают. Мы ни разу не получили отказа от сотрудничества. Нет, случалась. Один раз нам все-таки отказали. И случилось это... в Новосибирске. Сейчас дома ребенка и детские дома города относятся к разным ведомствам. Ранее мы всегда сотрудничали с департаментом образования, и все было в порядке. Теперь дома ребенка относятся к Министерству здравоохранения, и мы получили какой-то невнятный ответ от них о том, что своим желанием снимать детей в домах ребенка мы нарушаем закон о медицинской тайне. Пока можно фотографировать только детей в детских домах города. Но мы не хотим оставлять этот вопрос и обязательно постараемся получить разрешение.

Вообще же проблема не в том, что невозможно получить разрешение, а в том, что это может занять много времени. Несколько инстанций, по которым гуляет наше письмо, переадресация от одного к другому... бюрократия, одним словом. Но наши представители молодцы, не отступают. Так, несколько месяцев переписки и ожидания, и мы все-таки получили разрешение на съемки в учреждениях Улан-Удэ и уже сняли там детей. Скоро напечатаем 6 номер 2013 г., куда войдут их снимки.

- **Есть статистика, сколько детей, чьи фотографии и видеосюжеты размещены в журнале, нашли приемных родителей? Вы отслеживаете их судьбу: есть ли возвраты и т.п.?**
- Это очень важный вопрос, очень для нас актуальный — статистика. Однако поскольку все контакты у родителей в дальнейшем происходят с опеками, а не с фондом, то мы не располагаем всеми данными. Есть сознательные сотрудники ООП, они предоставляют нам такую информацию, очень подробную — сколько обращений, сколько усыновлений состоялось, сколько опеки оформлено, сколько детей ушли в приемную семью, а сколько детей вернулось в кровные семьи (и такое бывает). Но в большинстве регионов подробной информации мы не получаем. Не знаю, в чем причина. Но думаю, что часто просто руки не доходят, потому что работы у ООП очень много и, прежде всего, с семьями, а не с детскими домами. Тем не менее, в 2012 году мы попробовали максимально полно собрать информацию, и у нас получилось вот что: в 6 номерах в 2012 году было опубликованы фотографии 516 детей. 172 ребенка на момент публикаций уже нашли семью, то есть до конца 2012 года. На кого-то оформлялись документы... Про «вторичные отказы» у нас, на моей памяти, ни разу не было сообщений, хотя явление нередкое. Но, полагаю, что какой-то процент возвратов неизбежен, хотя это боль... У нас была история, когда на обложке опубликовали двух братиков, и их забрала родная бабушка — увидела на обложке и поняла, что не может их отпустить.
- **С момента возникновения журнал выполнял просветительскую функцию, а со временем он стал еще и площадкой для взаимодействия специалистов органов опеки и попечительства, общественных организаций и волонтеров, бизнес партнеров. Как удалось их привлечь?**
- Ранее я об этом упомянула. Да, журнал — площадка для обмена мнением. Журнал вообще собирает много откликов, много благодарностей от читателей любого круга. Поэтому инициатива написать часто исходит от различных сторон. И приглашаем тоже... Осознаем, насколько журнал интересен читателю, когда получаем письмо от опеки из другого региона: «Увидели случайно ваш журнал в аптеке, всего один экземпляр у нас, хотим получить и распространять в школе приемных родителей! Пожалуйста, подскажите, как можно получать все выпуски?» или из городской библиотеки, которые хранят все выпуски журнала в читальном зале...

- **Каким образом вы помогаете устанавливать диалог между некоммерческими организациями, с одной стороны, и властью и бизнес-структурами — с другой?**

- Мы просто даем им журналы. Дальше они начинают говорить. Журнал — доступен, это важно.

И еще у журнала очень сильный главный редактор. Сильный как личность, как журналист, как профессионал своего дела. Елена Валерьевна Костина более 20 лет работает в теме социальной журналистики, поэтому, когда мы предложили ей возглавить издание, она согласилась. И это большая честь для журнала, ведь Лена — заслуженный журналист, у нее много самых разных премий разного уровня, но как она сама говорит, самое ценное — это признание ее коллег — журналистов. И такое признание у нее тоже есть. Лена — еще и многодетная мама, и принимающая мама. Поэтому тему и знает, и чувствует. Может разговорить любого собеседника.

- **С 2013 года в журнале началось размещение коммерческой рекламы фармацевтических компаний, все средства от которой направляются на благотворительность. Много ли желающих разместить такую рекламу? На какую именно благотворительность направляются средства?**

- Да, мы начали размещать рекламу. По свидетельству о регистрации СМИ в журнале может содержаться до 40% рекламы. Но мы себе здесь тоже установили рамки. Читатель не должен забывать о том, что его сделало нашим читателем. Поэтому среди рекламодателей партнеры компании «Катрен» — фармацевтические компании, производящие товары для мам и детей, и ничего другого. Поставили себя на место взрослых, которые недавно впервые или снова стали родителями, испытывают стресс от перемен, переживают адаптацию вместе с ребенком. А тут для них информация, помогающая в выборе нужного препарата для ребенка. Сейчас такое разнообразие товаров на рынке, нетрудно растеряться...

Средства с рекламы идут на благотворительность. Мы предлагаем рекламодателям также подумать о том, куда они хотели бы направить средства, есть ли у них конкретные пожелания. В этом году мы использовали средства на организацию поездки детей-школьников из Самары, Ростова, Екатеринбурга в Санкт-Петербург в дни осенних каникул. У нас есть программа — «Обучение с увлечением», и дети из детских домов, испытывающие интерес к обучению, к знаниям, получают возможность отправиться в ознакомительную поездку (помимо поездок предусмотрены еще и профориентационные мероприятия для выпускников детских домов, экскурсии на предприятия, тренинги с психологами, спортивные мероприятия и т.д.).

- **Что было самым сложным в этом проекте, а что, наоборот, удалось легко?**

- Каких-то непреодолимых трудностей в работе не было. Наверное, это го-

ворит о том, что мы движемся в верном направлении. В текущей работе, конечно же, сложности возникали, но все они были решаемы. Я как руководитель программы «Дети дома» заканчиваю в этом году обучение в МИМ ЛИНК на курсе «Стратегия», надеюсь получить диплом MBA. Диплом пишу как раз по коммерческому направлению деятельности Фонда — по рекламе. Пожалуй, главным вопросом остается финансовый. Инвестиции в журнал — огромны, и хорошо, что у нас есть возможность издавать журнал такого качества, масштаба, к тому же бесплатный. Но нужно смотреть в долгосрочной перспективе и привлекать партнеров. Это непростая задача.

— **Как вы видите развитие журнала дальше?**

- Мы мечтаем о том времени, когда у журнала будет своя редакция. Сейчас редакция — это главный редактор. Авторы — волонтеры. Постоянного штата сотрудников нет. Мы хотим, чтобы журнал всегда был интересным и актуальным, поэтому нам нужна небольшая редакция. Мы также планируем еще увеличивать тираж. В этом году мы сделали специальный выпуск для Казахстана с фотографиями детей из Павлодара и Костаная. Это был пилотный проект, но не исключаем, что в дальнейшем будем издавать журнал и в СНГ, либо только распространять его там, подумаем.

Мы также хотим, чтобы все наши партнеры понимали важность этой программы и значение журнала в жизни конкретных людей, а потому захотели бы поддерживать именно эту программу.

Александра Макеева

руководитель программы «Разговор о правильном питании» «Нестле Россия»



Образовательная программа в области питания «Разговор о правильном питании» — лауреат номинации Российского союза промышленников и предпринимателей «Лучшая программа корпоративной благотворительности в стратегии развития компании».

- **Расскажите, как образовательная программа «Разговор о правильном питании» связана с общей стратегией компании?**
- Наша концепция КСО получила название «Создание общих ценностей». Одно из ведущих направлений в рамках этой концепции — продвижение идей здорового образа жизни и правильного питания. У нас есть глобальная программа «Здоровые дети», которая была запущена «Нестле» в 2009 году, т.е. спустя 10 лет после начала нашей программы «Разговор о правильном питании». Она тоже учит детей уделять внимание правильному питанию и здоровому образу жизни. Но российская программа была первой и она доказала нужность и необходимость этого подхода для здоровья детей. Цель ее — формирование основ культуры правильного питания как составляющей общей культуры здоровья у детей и подростков.
- **Почему, решив сделать программу, за разработкой ее содержания обратились в Институт возрастной физиологии Российской академии образования?**
- Институт возрастной физиологии Российской Академии Образования является одним из ведущих экспертов в области сохранения и укрепления здоровья детей и подростков, в его составе есть специалисты как в области физиологии, так и педагогики. Последнее немаловажно, так как для успешной реализации образовательной программы важно верно выбрать методику и формы. А сделать это может только опытный педагог.
- **Вы пишете в заявке: «В рамках реализации программы создана система подготовки педагогов, включающая методические семинары, круглые столы, региональные конференции, ежегодно проводимые с участием сотрудников Института возрастной физиологии РАО». Как вы привлекаете учителей, как распространяете созданные учебно-методические материалы?**
- Распространение учебно-методических материалов происходит через региональные департаменты образования. Они — наши партнеры в реализации проекта. С каждым из департаментов образования у нас заключен меморандум о сотрудничестве, согласно которому департамент определяет круг школ, в которых будет реализована программа, а также участвует в прове-

дении методических семинаров, круглых столов и т.д., на которых обобщается опыт работы проекта.

Обычно именно департаменты образования обращаются к нам с предложением включить их регион в работу нашего проекта. Но сегодня нередко именно отдельные учителя, а не организации, инициируют осуществление проекта в их регионе. Они узнают о программе из интернет-ресурсов, статей в педагогической прессе и т.д., обращаются в свои структуры управления образованием и «подталкивают» руководство управления или департамента к тому, чтобы присоединиться к проекту.

- **Расскажите про лагерь для подростков 9-11 лет: кто и как его организует? Как именно происходит работа с подростками — ясно, что она должна существенно отличаться от работы с маленькими детьми.**

- «Две недели в лагере здоровья» — учебно-методический комплект нашей программы, рассчитанный на детей 9-11 лет. По сюжету, который используется в рабочей тетради, дети из всех регионов России, в которых проходит программа «Разговор о правильном питании», собираются в лагере и в течение смены изучают законы здорового образа жизни. Придумывая название для комплекта, мы не рассчитывали специально создавать какой-то особый лагерь. Но к нашему удивлению, участники проекта взяли идею рабочей тетради на вооружение. Во многих регионах изучение второй части программы проходит летом в летних лагерях отдыха. И эти смены так и называются: «Две недели в лагере здоровья».

В содержании комплекта, рассчитанного на младших подростков, больше заданий, которые ориентированы на самостоятельную, творческую активность ребят. Ученики выступают в роли исследователей, которые на основе имеющихся у них фактов должны сделать вывод о роли того или иного питательного вещества, сбалансированности рациона, оценить режим питания и т.д.

Да и сами понятия: «правильное питание», «культура питания», — рассматриваются здесь более глубоко и комплексно. Ребята знакомятся не только с правилами составления рациона, режимом питания, свойствами различных продуктов и блюд, но и узнают о кулинарных традициях в разных уголках своей страны. И тут, на наш взгляд, мы уже решаем не только задачи обучения основам здорового образа жизни, но и формируем интерес к традициям и обычаям, — как своего народа, так и других народов.

- **Что представляет собой модуль «Формула правильного питания» для подростков 12-14 лет?**

- При изучении учебно-методического комплекта «Формула правильного питания» дети продолжают знакомиться с основами рационального питания. Но здесь есть и темы, посвященные формированию основ потребительской культуры — мы рассказываем о том, как читать упаковку товара, какие правила гигиены нужно соблюдать при покупке продуктов, какие права есть у покупателей. Несколько тем посвящены истории кулинарии — дети

узнают о том, как питались люди в разные исторические эпохи, знакомятся с кулинарной историей России. Ребята совершают кулинарное путешествие по разным странам и континентам, анализируют особенности меню, знакомятся с факторами, которые влияют на традиционное питание. Им предлагается познакомиться с произведениями живописи, музыки, литературы, в которых отражена тема кулинарии.

Все это, на наш взгляд, помогает сформировать у школьника понимание важности и значения правильного питания, его связи с различными сторонами жизни, пробуждает интерес к здоровому образу жизни.

— **Кто разработал мультимедийную игру для учащихся 12-14 лет?**

- Мультимедийная игра была разработана в содружестве с Институтом возрастной физиологии. Она — часть учебно-методического комплекта «Формула правильного питания» и предназначена для самостоятельной работы учащихся дома. Выполняя интересные задания, подростки смогут закрепить знания, полученные на уроках по правильному питанию и проверить себя. Сама игра состоит из 10 разделов. Вместе с героями игры — Петей и Катей, ученики оказываются в магазине, в парке, школьной столовой, спортивном зале, музее, библиотеке и т.д., где выполняют различные задания, связанные с правильным питанием и здоровым образом жизни. За выполнение каждого задания ученики получают «съедобные» оценки — «яблоко», «апельсин» или «перчик» (если с заданием подросток не смог справиться). Каждая оценка имеет бальное выражение. После того как все задания выполнены и все темы пройдены, ученик может распечатать свой диплом «Знатока правильного питания», где будет указано общее количество набранных им баллов.

Мы стремились к тому, чтобы задания мультимедийной игры побуждали ребят выйти из-за компьютера — обратиться с вопросом к родителям, покопаться в книжном шкафу, полистать книги и т.д.

Сегодня наша игра очень популярна среди участников — она помогла повысить интерес к занятиям по правильному питанию. Многие подростки говорят о том, что задания игры они выполняют всей семьей, и не потому, что они — сложные, а потому что это интересно и взрослым, и детям.

— **Сотрудники компании как-то участвуют в программе?**

- Я, будучи руководителем программы «Разговор о правильном питании», одновременно являюсь и одним из ее авторов, разработчиком диска.

Ежегодно мы привлекаем сотрудников компании к оценке работ конкурса семейной фотографии. Они выступают в роли общественного жюри.

Так как все наши сотрудники — родители, и для каждого из них задача обучения детей правильному питанию также актуальна, мы регулярно в офисе проводим образовательные игры — где взрослые и дети вместе знакомятся с содержанием нашей программы.

— **Партнеры программы — представители органов власти, научных и административных учреждений. Планируете ли вы привлекать в качестве партнеров также представителей НКО и бизнеса?**

— Мы планируем развивать сотрудничество с НКО, привлекая их к участию как на федеральном, так и на региональном уровне в мероприятиях программы — конференциях, конкурсах.

— **Что было самым сложным в этом проекте, а что, наоборот, удалось легко?**

— Пожалуй, самым сложным был первый этап запуска программы 14 лет назад. Надо было убедить и Министерство образования, и родителей, и учителей в том, что обучение правильному питанию действительно может позитивно изменить поведение детей. Нередко взрослые говорили нам — «что может сделать ваша программа, если в семьях нередко просто не хватает денег на то, чтобы питаться правильно». Но уже через полгода после запуска программы стало понятно, что она реально влияет на поведение детей и помогает семье в организации питания.

Сегодня же доказывать актуальность программы совсем не нужно. У нас постоянно растет число желающих, которые хотели бы включиться в ее работу. Вообще, программа легко находит себе единомышленников повсюду — и среди учителей, и среди родителей. Я думаю, это важное доказательство ее реальной эффективности и социальной значимости.

— **Что бы вы посоветовали компаниям, решившим сделать что-то подобное?**

— Прежде всего — определить действительно важную, значимую для общества проблему, в решение которой компания действительно способна внести существенный вклад. Программа только тогда будет успешной, когда она востребована, полезна для людей.

И второе — проект не может реализовываться компанией в одиночку. Обязательно нужно создавать команду единомышленников, объединенных общей задачей, искать партнеров в разных структурах.

— **Как вы видите дальнейшее развитие?**

— Число участников проекта будет увеличиваться — в 2014 году в программе будет принимать участие уже 51 регион. На сайте появится детская страничка. В 2013-2014 году мы запускаем новый интернет-конкурс для детей. Мы также планируем развивать международное сотрудничество в рамках нашей программы. В ближайших планах — детский конкурс между российскими и белорусскими школьниками. Мы верим в то, что кулинарные темы, темы, связанные с питанием, помогут детям из разных стран научиться лучше понимать друг друга. А значит, когда они вырастут, им будет проще найти друг с другом общий язык.

Александр Кастровец

директор по связям с общественностью ЗАО «ОМК»



Программа «Выкса — город равных возможностей» — лауреат номинации Российского союза промышленников и предпринимателей «Лучшая программа корпоративной благотворительности в стратегии развития компании».

Программы «Методический и общепросветительский портал о металлургии «Metalspace.ru» и «Международный фестиваль новой культуры «Арт-Овраг» — победители номинаций Высшей школы менеджмента СПбГУ «Лучшая программа, способствующая развитию профессионального образования в Российской Федерации» и Ассоциации менеджеров культуры «Лучшая программа, направленная на поддержку современного искусства».

— У компании есть корпоративный Благотворительный фонд «ОМК-Участие». Вся благотворительная деятельность координируется фондом или только одно из направлений — помощь детям и семьям в трудной жизненной ситуации?

— Фонду «ОМК-Участие» 5 лет, он координирует одно из направлений благотворительной деятельности Объединенной металлургической компании: оказывает адресную помощь нуждающимся или попавшим в беду семьям. Но благотворительная активность компании не сводится лишь к этой работе.

Например, в Выксе три года подряд силами ОМК и фонда проводится международный фестиваль современного искусства «Арт-Овраг».

Компания реализует и несколько программ, направленных на возрождение духовно-нравственных ценностей. Мы участвуем в реставрации церковных зданий, поддерживаем местный церковный приход, помогаем православной гимназии, училищу и детским садам. Все это объединено в программе «Выкса православная». В рамках программы «Мы — патриоты» ОМК ежегодно проводит в Москве «Бал победителей» для ветеранов Великой Отечественной Войны, а также военно-патриотические конкурсы и соревнования среди молодежи. Формирование достойного образовательного уровня подрастающего поколения, поддержка учебных заведений — в фокусе программы «Знания — сила». При содействии ОМК и ВМЗ работают выксунские филиалы МИСиС и НТГУ. За высокие показатели в учебе студенты получают стипендию братьев Баташевых.

Также совместно с МИСиС мы реализуем образовательный проект, направленный на популяризацию металлургии и профессии металлурга — методический и общепросветительский портал о металлургии Metalspace.ru.

ОМК уделяет большое внимание поддержке и развитию спорта, пропаганде здорового образа жизни, финансово поддерживает различные спортивные мероприятия, популяризирующие здоровый образ жизни. Мы проводим ежегод-

ные ОМКи — спортивные соревнования между заводскими командами, лыжные гонки ОМК-Спринт, ежегодный Всероссийский турнир по самбо. Компания выступила также спонсором национальной трансляции Всемирных Игр боевых искусств, недавно прошедших в Санкт-Петербурге.

— **Фонд оказывает адресную помощь нуждающимся. Как именно происходит выбор адресатов помощи? Кто принимает решение?**

- Фонд основан при компании и создан ее менеджерами, поэтому было решено, что «ОМК-Участие» будет помогать тем, кто живет в городах присутствия ОМК или имеет к ней отношение. Например, родители из семей, которым мы помогаем, работают на нашем заводе. Но если ситуация того требует, фонд помогает жителям города Выксы, не работающим в ОМК.

Решение по оказанию адресной помощи принимает попечительский совет фонда.

— **Много разных благотворительных активностей компании происходит в г. Выкса. Почему именно там?**

- Одно из крупнейших предприятий Объединенной металлургической компании — Выксунский металлургический завод (ВМЗ) — находится в городе Выксе. ВМЗ исправно платит налоги, постоянно совершенствует технологический процесс, закупает современное оборудование, создает конкурентоспособную продукцию, регулярно выплачивает заработную плату. И на этом, казалось бы, все его обязанности завершаются.

Можно действовать в соответствии с этим принципом. Так, к сожалению, и делают очень многие предприятия в нашей стране. Но жизнь заводчанина не ограничивается заводской территорией. Выйдя за пределы проходной, он хотел бы жить полноценной жизнью. И понятно, что казна такого небольшого города, как Выкса, не в состоянии удовлетворить растущие запросы жителей. Именно поэтому ОМК ведет обширную работу в городах своего присутствия. В частности, по нашей инициативе в городе Выксе была проведена реконструкция историко-архитектурного комплекса «Дом Баташевых-Шепелевых», реконструированы также ДК металлургов, заводская база отдыха, построена новая современная четырехзвездочная гостиница и т.д. Сейчас совместно с городом завершаем строительство бассейна.

Наша компания и завод заинтересованы в том, чтобы нравственный микроклимат в городе был благоприятным, чтобы люди жили в согласии и уважении к старшим, к человеку труда, друг к другу. Ведь качество жизни — это не то же самое, что и уровень жизни. Качество жизни определяется еще и духовным состоянием общества, а без соответствующей социально-культурной базы и духовное развитие невозможно.

- **Программа «Выкса — город равных возможностей» направлена на формирование системы комплексной реабилитации, позволяющей решать проблемы интеграции в общество людей с ограниченными возможностями. Вы сотрудничаете для реше-**

ния этой задачи с некоммерческими организациями? Расскажите, пожалуйста, с какими и как.

- На территории городского округа Выкса постоянно проживают около 8 000 человек с ограниченными возможностями, из них более 250 детей. Некоторые из них могут себя обслуживать и передвигаться самостоятельно, но довольно много людей вынуждены перемещаться по городу на инвалидных колясках. Часть детей-инвалидов нуждается в технических средствах реабилитации. Практически все дети с ограниченными возможностями обучаются на дому и им необходима социально-культурно-досуговая реабилитация.

В программе «Выкса — город равных возможностей» наш фонд взаимодействует с администрацией города, Управлением социальной защиты населения, депутатами Областной и Городской Думы. Также фонд находится в тесном контакте с родителями детей-инвалидов, обществом молодых инвалидов «Эдельвейс», с преподавателями коррекционной школы и педагогами, работающими в специализированных заведениях.

- **Как Вы оцениваете результаты этой программы? Удалось добиться того, к чему стремились? Будет ли продолжение?**
- За первое полугодие 2013 года мы помогли 11 семьям из г. Выкса на общую сумму 1 002 795 рублей.

Для детей-инвалидов и их родителей и молодых людей с ограниченными возможностями здоровья Фонд «ОМК-Участие» организовал три развивающих семинара с арт-терапевтом М.Г. Дрезниной, а также индивидуальные и групповые консультации психологов из Москвы и Санкт-Петербурга. В 8 групповых и 14 индивидуальных консультациях приняли участие 27 человек.

Кроме того, после арт-терапевтических занятий у группы молодых людей возникло желание создать свое общество. При поддержке фонда организация была зарегистрирована как Выксунское общество молодых инвалидов «Эдельвейс». На момент создания (05.11.2012 г.) в организации было 10 человек, к августу 2013 года в ее рядах состоит уже около 50 человек.

Фонд продолжает поддерживать «Эдельвейс»: например, специально для него был инициирован краеведческий проект. Молодые люди получили возможность путешествовать по Нижегородской области, фонд оплачивает их поездки. Благодаря фонду было построено два пандуса: около детской поликлиники ВЦРБ и возле гостиницы «Деловой клуб». До конца года запланировано открытие еще 3 пандусов в городе.

Детям и взрослым с инвалидностью постоянно оказывается разная помощь: оборудуются специальные компьютерные классы, организуются регулярные занятия в бассейне и участие в мастер-классах на фестивале «Арт-Овраг», и делается многое другое. И конечно, будет делаться и впредь.

- **Фестиваль «Арт-Овраг» кажется довольно смелым проектом. Почему было выбрано именно современное искусство, и, в частности, такие направления как StreetArt и PublicArt?**

- Значительная часть населения Выксы — это молодые люди. Самбо, футболом и волейболом занимаются многие юноши и подростки, но часть молодежи предоставлена сама себе. Кто-то предпочитает бездельничать, пить пиво, бродить по улицам и дворам, а кто-то увлекается молодежной субкультурой. И таких не мало. Фестиваль «Арт-Овраг» объединил лучших танцоров и спортсменов, художников и музыкантов современных направлений. Нам хотелось, чтобы молодые люди, а также их родители увидели, насколько интересной и увлекательной может быть современная молодежная культура.

Нами были выбраны именно StreetArt и PublicArt, как наиболее доступные и востребованные сейчас молодежью формы современного искусства.

- **Фестиваль «Арт-Овраг» преобразует город Выкса в единую арт-площадку. Как реагируют жители? Насколько много людей занимается в арт-мастерских?**

- По оценке главы администрации города Выкса Игоря Раева, фестиваль пользуется популярностью. Последние социологические опросы показали, что порядка 80% жителей города поддерживают идею проведения фестиваля. Есть, конечно, и противники, но их немного. В этом году за 3 дня фестиваля на 18 открытых площадках побывало более пяти тысяч человек.

Жителям города нравятся фестивальные проекты. Например, в одной из фестивальных акций — «Чудо-Лавка» приняли участие более 400 человек. Они раскрасили по своим эскизам 50 лавок в городском парке. На многие мастер-классы приходили не только дети, но и их родители — учиться друг у друга, учиться вместе... А в одном из городских микрорайонов, где работали граффитчики, появилась инициативная группа, которая обратилась с просьбой раскрасить такими же картинками и их дом.

- **Как вы оцениваете эффективность портала о металлургии «Metalspace.ru»? Удалось сформировать сообщество молодых людей, увлеченных историей развития и практикой металлургии, в on-line и off-line пространствах?**

- Портал Metalspace.ru — проект долгосрочный, на сегодняшний день рано говорить о формировании такого сообщества как о свершившемся факте, скорее как о процессе. На сегодняшний день совместно с МИСиС нам удалось создать уникальную базу знаний по металлургии, которая полезна как для студентов, так и для специалистов уже работающих в сфере металлургии.

Информация об основных металлургических процессах, начиная с эпохи палеометалла и до современности, представленная в доступной форме в виде анимаций, мультфильмов, компьютерных игр легко воспринимается самой разной аудиторией. Помимо школьников и студентов материал, размещенный на портале, сейчас востребован учителями, преподавателями колледжей и вузов, выпускниками МИСиС, музейными работниками и исследователями культурологических, краеведческих и археологических учреждений, специалистами и кадровыми службами металлургических компаний.

Использование таких площадок как «Форум» и группы в социальных сетях «Facebook», «Вконтакте», «Twitter» предоставило возможность широкому кругу пользователей обсуждать актуальные вопросы истории металлургии и металлообработки.

Мы уже издали пять томов уникальной энциклопедии «Металлургия и время». На ее страницах представлено большое количество иллюстративного материала и редких фактов, которые определили вид и структуру современной металлургии.

Вообще, просветительская деятельность — важнейшая часть социальной работы ОМК. В нынешних условиях основное внимание государства и общества сконцентрировано на построении эффективной рыночной экономики. При этом, к сожалению, вопросы просвещения зачастую остаются вне поля зрения, поскольку не дают сиюминутную отдачу. Мы считаем такое положение вещей неправильным. Каждый должен знать свою историю: своей страны, своих предков, своего города и предприятия.

Поэтому в рамках проекта «Знаменитые ровесники ВМЗ», приуроченного к 250-летию Выксунского металлургического завода, мы выпустили пять уникальных печатных изданий, раскрывающих малоизвестные страницы истории предприятия и города Выкса. Чтобы заполнить «белые пятна», популяризировать сведения о различных периодах прошлого ВМЗ и поселения Выкса, пробудить у выксунцев интерес к краю и истории развития российской металлургии.

Подарочный комплект, состоящий из трех книг, включает в себя репринт очерка Павла Петровича Свинына «Заводы, бывшие Ивана Баташева, а ныне принадлежащие генерал-лейтенанту Шепелеву и его детям», впервые изданного в 1826 г. Во второй книге «Антон Лессинг и его время: Серебряный век Выксунской металлургии» на примере социально-экономической ситуации, сложившейся вокруг предприятия в 1881—1915 гг., описывается история русского предпринимательства на рубеже XIX–XX столетий.

Книга одного из старейших руководителей завода Бориса Антипова «Формула успеха: творить, верить, любить...» рассказывает о ярком и насыщенном событиями периоде истории Выксунского металлургического завода с начала 50-х годов XX века до настоящего времени.

Помимо памятных книг по истории, ОМК регулярно выступает спонсором издания научно-просветительских книг по краеведению, рассчитанных не только на историков, краеведов и специалистов в целом, но на широкую читательскую аудиторию. Одно из последних наших изданий — «Россия Владимира Шухова».

- **Портал о металлургии создан вместе с «МИСиС». Как еще вы сотрудничаете с учебными учреждениями?**
- ОМК оказывает финансовую, методическую и техническую поддержку учебным заведениям, которые специализируются на подготовке инженерных и научных кадров в области металлургии и материаловедения, производства и обработки металлов, готовят металлургов-инженеров для пред-

приятий металлургической отрасли. Начиная с 2005 года на социальные проекты компания направила более 5 млрд. рублей, из которых инвестиции в профильные учебные заведения составляют значительную часть. Поддержка учебных заведений, в которых учатся потенциальные работники компании — важный приоритет ОМК.

— **Корпоративное волонтерство связано с программами, описанными выше? Расскажите, как именно.**

— Фонд «ОМК-Участие» существует исключительно на пожертвования сотрудников.

Корпоративные мероприятия, такие как фестиваль «Арт-Овраг», ежегодные ОМКиады, «ОМК-Спринт» и многие другие проходят с привлечением большого количества волонтеров, как сотрудников ОМК, так и жителей города. Например, в этом году в подготовке и проведении фестиваля «Арт-Овраг» приняли участие более 80 волонтеров. Также многие сотрудники компании регулярно принимают участие в акциях, направленных на поддержку детских домов, домов инвалидов, интернатов для детей сирот. Уже традиционно четыре раза в год сотрудники ОМК становятся донорами, сдают кровь.

— **Что самое сложное в вашей благотворительной работе? А что, наоборот, удается легко?**

— Труднее всего закладывать традиции. Только время дает нам ответ на вопрос, верным или не верным было наше решение. В 2014-м году мы уже в 11-й раз проведем вручение премий Фонда имени братьев Баташевых лучшим работникам компании. Сегодня эта церемония является самым главным событием в корпоративной жизни компании.

Мы уже десять лет поощряем Баташевскими стипендиями учащихся выксунских школ и техникумов.

В этом году 22 декабря дети из детских домов и интернатов приедут в Москву на новогоднюю елку, в цирк на Цветном бульваре. Этой традиции в нашей компании уже 10 лет. И организуют этот праздник для детей сотрудники нашей компании.

Вы спросите: зачем мы это делаем? Мы заинтересованы в том, чтобы люди оберегали нравственные ценности и развивали их.

Практически все наши инициативы направлены, в первую очередь, на создание нормальных условий для развития людей, для их самореализации, для того, чтобы Выкса и другие малые города, где находятся предприятия нашей компании, были не просто любимыми, а стали лучшими городами земли.

Олег Сапожников

**начальник управления по связям с общественностью
«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»**



Программа «Сахалинский совет по вопросам дорожной безопасности» — победитель номинации Российского союза промышленников и предпринимателей «Лучшая программа корпоративной благотворительности в стратегии развития компании».

- **Почему именно вопросы безопасности попали в фокус внимания компании? Как это связано с общей ее стратегией?**
- Главным приоритетом деятельности «Сахалин Энерджи» — оператора нефтегазового проекта «Сахалин-2» — является безопасность производства и максимальное ограничение возможного вреда людям. Для достижения этой цели компания применяет системный подход к управлению охраной труда, окружающей среды и к технике безопасности. Такой подход обеспечивает соответствие требованиям законодательства, и управление рисками для постоянного повышения показателей в этой области. В компании применяются «жизненно важные правила безопасности» — комплекс правил, разработанных и принятых как обязательные для исполнения. Комплекс включает правила, связанные и с дорожной безопасностью: строгое соблюдение скоростного режима, обязательное использование ремней безопасности и пр. Успешная реализация крупных промышленных проектов требует особого отношения к вопросам безопасности, вне зависимости от того, какие сферы производства или жизнедеятельности они затрагивают.
- **Насколько актуальны для острова проблемы дорожной безопасности?**
- Проблема дорожной безопасности в последнее десятилетие приобрела особую остроту во всем мире. Сахалинская область не является исключением: несмотря на снижение общего количества дорожно-транспортных происшествий (ДТП), число погибших и раненых в них людей высоко. Причиной подавляющего большинства ДТП является нарушение правил участниками дорожного движения — как пешеходами, так и водителями. С учетом того, что с каждым годом автомобильный поток в Южно-Сахалинске увеличивается, возрастает актуальность профилактики дорожной безопасности.
- **Почему для их решения была выбрана форма «Совета по вопросам дорожной безопасности»? Разве недостаточно было курсов безопасного вождения для водителей области?**
- Сахалинский совет по вопросам дорожной безопасности — это партнерство, деятельность которого направлена на улучшение ситуации на дорогах острова Сахалин. При этом деятельность Совета направлена не только на работу с водителями, ведь участники дорожного движения — это еще и пассажиры, и пешеходы, и велосипедисты. Чтобы изменить ситуацию на

дорогах, важна общая культура поведения. Забота о безопасности дорожного движения — это дело коллективное. Именно поэтому и была выбрана форма партнерства, именно поэтому и направления деятельности не ограничены только обучением водителей.

- **Что дает привлечение в качестве партнеров представителей власти, ГИБДД, экспертной организации «Глобальное партнерство по вопросам безопасности движения»?**
- Привлечение в качестве партнеров представителей власти, ГИБДД, Глобального партнерства по вопросам дорожной безопасности (GRSP) позволяет комплексно подходить к решению наиболее актуальных проблем, применять практики, которые уже доказали эффективность, использовать мировой опыт и разработки. Немаловажным преимуществом партнерства является и консолидация ресурсов: финансовых, интеллектуальных, человеческих.
- **Расскажите об основных направлениях деятельности Совета. Почему были выбраны именно они?**
- Деятельность Совета фокусируется на трех приоритетных направлениях:
 Образование и просвещение по вопросам дорожной безопасности. Здесь вектор инициатив направлен на различные целевые группы: водителей и пешеходов, детей и взрослых.
 Развитие дорожной инфраструктуры.
 Развитие системы экстренного реагирования при ДТП. Например, обучение спасателей по извлечению пострадавших при ДТП, соревнования спасательных отрядов и бригад.
 Фокус на этих трех направлениях обусловлен тем, что, на наш взгляд, именно так мы можем изменить ситуацию на дорогах в лучшую сторону и спасти и сохранить жизни.
- **Кроме благоустройства опасных участков дороги большое внимание уделяется различным учебным мероприятиям: от пропаганды правильного поведения на дороге в школах до тренировки навыков оказания первой помощи пострадавшим. Как вы оцениваете: какой вид работы наиболее эффективен?**
- Невозможно сравнивать и оценивать наши проекты исходя из того, что более важно и нужно, или же что более эффективно. Необходим именно комплексный подход, включающий все направления. Но все же, информационно-просветительные и образовательные проекты и инициативы занимают особое место в нашей деятельности, ведь этим мы закладываем основы культуры безопасного поведения.
- **Планирует ли вы привлекать в Совет представителей другого бизнеса в качестве партнеров?**
- Не только планируем, мы это делаем. Проекты и акции «Сахалин Энерджи»

в сфере дорожной безопасности распространяются и на наших подрядчиков. Компания, областное Правительство и областное ГИБДД — это основные партнеры, но в работе Совета участвуют и другие организации.

— **Что было самым сложным в этом проекте, а что, наоборот, удалось легко?**

- Поскольку тема дорожной безопасности — это то, что касается всех и каждого, было легко найти общие «точки интереса» для партнеров.

Как и в любом партнерстве, самое сложное — это договориться о приоритетах и определить сферы ответственности. Сам процесс достижения согласия — это уже вопрос механизмов и инструментов переговорного процесса, планирования и разработки конкретных действий. Но как только консенсус достигнут, дело начинает двигаться, принося реальные плоды.

— **Какой, по-вашему, главный результат проекта?**

- Если говорить о влиянии проекта, то это рост сознательности и понимания необходимости правильного поведения, которые в конечном итоге приводят к меньшему числу ДТП и к меньшему числу пострадавших.

— **Что бы вы посоветовали компаниям, решившим сделать что-то подобное?**

- Не забывать про себя и начинать такие проекты с собственной компании, чтобы затем уже своим примером показывать и доказывать окружающим, что можно достигать реальных результатов.

— **Как вы видите дальнейшее развитие?**

- Новые идеи, новые инициативы. Безопасность дорожного движения — это сфера, где только объединенные усилия общества, бизнеса и государства могут действительно изменить ситуацию. И, конечно, будем продолжать искать творческие подходы. Безопасность может быть интересной!

Наталья Поппель

начальник отдела корпоративной
социальной ответственности ОАО
«Северсталь»



Программы «Ресурсно-методический центр для социально ориентированных НКО» и «Программа развития корпоративного волонтерства в России» — победители номинаций Минэкономразвития России «Лучшая программа, способствующая развитию инфраструктуры» и Комиссии ОПРФ по развитию благотворительности и волонтерства «Лучшая программа, способствующая развитию волонтерства в России».

- Благотворительность компании «Северсталь» очень разнообразная. Есть программа борьбы с социальным сиротством «Дорога к дому», помощь музеям, «Агентство городского развития», поддерживающее малый и средний бизнес. Еще появился ресурсно-методический центр для НКО. Как они связаны друг с другом?
- Наша работа системная, и новые программы — логичное продолжение и развитие предыдущих. В этом году мы подавали на конкурс два проекта: «Ресурсно-методический центр для социально ориентированных НКО» и программу корпоративного волонтерства. Оба они связаны с одной из приоритетных программ — «Дорога к дому», посвященной профилактике социального сиротства и детского безпризорничества.

Связь проектов с этой программой способствует и устойчивому развитию самой благотворительной программы, и решению конкретной проблемы в обществе — в рамках социального партнерства. Самое главное в этой истории — то, что в принципе, с проблемой социального сиротства никому не под силу справиться одному: ни государству, ни бизнесу, ни обществу. Каждый из этих участников привносит свой вклад. Бизнес, в свою очередь, как структура, которая а priori не может работать неэффективно, делает акцент на самые лучшие технологии, самые эффективные решения. На то, чтобы результат достигался при самом грамотном использовании ресурсов в максимально короткие сроки. Поэтому у нас очень давно возникла идея создания ресурсно-методического центра.

Программа «Дорога к дому» родилась в Череповце в 2006 году, и она дала очень хорошие результаты. Это настоящая программа социального партнерства. Я все время говорю, что бизнес, прежде всего, должен заниматься бизнесом — производить продукцию, предоставлять услуги, которые далеки, естественно, от решения проблемы социального сиротства. Но потому как Череповец — моногород, и практически каждая семья здесь связана с нашим бизнесом, мы очень внимательно относимся к состоянию местных сообществ. Естественно, что проблема социального сиротства была для нас

очевидной, она касалась и будущего нашего бизнеса, и атмосферы в городе. Поэтому мы уделили ей много внимания, помогли найти лучшие технологии, адаптировать их и внедрить в социальную сферу.

После Череповца мы начали наш опыт распространять в других регионах присутствия компании. Все регионы разные, поэтому везде старались найти индивидуальный подход. Нужно было адаптировать программу и развивать гражданское общество, НКО. Стоял вопрос содействия общественному движению и вовлечению масс населения в партнерство по решению социальных задач, стоящих перед всем обществом.

Начали действовать поэтапно. Постепенно созрела идея создания специального отдела внутри программы, который бы хорошо представлял те технологии, которые уже у нас опробованы, изучал бы и анализировал то лучшее, что создается, разрабатывается, реализуется на территории РФ и за рубежом. Так появился ресурсный центр.

Эта программа завоевала репутацию, доверие во всех структурах общества. Программа «Дорога к дому» смогла в этом году получить уже третий грант Минэкономразвития РФ. Эти гранты нам очень помогли. Благодаря им 95 НКО из 25-и муниципальных образований смогли пройти программы обучения не только из регионов нашего присутствия, но и других. То, что в этом году мы опять получили поддержку, свидетельствует, что наша работа востребована. В ней произошло объединение усилий государства, бизнеса и общества, к которому мы стремимся.

Когда мы только начинали заниматься решением проблемы социального сиротства, это фактически было задачей Северстали и администрации Череповца. Мы же стремились вовлечь все общество, чтобы оно стало неравнодушным, перешло из дремлюще-ресурсного состояния в активное. И хочу сказать, что результаты нас очень обрадовали. К программе подключились многие сотрудники Череповецкого металлургического комбината, представители всех слоев общества — и малого, и среднего бизнеса, чиновники, студенты. Сиротство стало не болью города, а проблемой, которую мы вместе начали решать.

- **На какие регионы и почему распространяется опыт? И как это технически осуществляется?**
- Мы очень плотно работаем в регионах присутствия компании: в Костомукше, Оленегорске, Воркуте и Балаково, нашли там партнеров. Не всегда это НКО, есть и социальные учреждения. Мы проанализировали то, что там происходит, выяснили, кто мог бы стать партнером, вовлекли их в программу, обучили. Поддержали и материально, и методически. Привлекли сотрудников наших предприятий — людей, которые отвечают за социальную сферу и за PR, — чтобы они оказывали поддержку. Фонд «Дорога к дому», расположенный в Череповце, курирует региональную работу, PR службы помогают информировать общество.

— **А те 95 НКО, которые вы уже обучили, как попали в программу?**

- Мы, будучи лидерами в сфере профилактики социального сиротства, являемся внимательными участниками профессионального сообщества. У нас есть информация, и мы понимаем, кто располагает ключевыми ресурсами в этой области. Есть очень хорошие профессиональные площадки, которые организует, например, Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. Он с нами сотрудничает и финансирует Вологодскую целевую программу «Дорога к дому». Одна ее часть реализовывалась с 2009 по 2012 гг., другая — с 2013 по 2017 гг. Эта программа вышла за рамки городской еще в 2009 г. и стала региональной — уже вовлечена вся область. Руководит программой с момента ее создания в 2006 году губернатор Вологодской области Олег Кувшинников, который в то время был мэром Череповца, а начал свою карьеру с должности металлурга на нашем Череповецком комбинате.

В России уже существует серьезное профессиональное сообщество, занимающееся решением проблемы сиротства. Это и Фонд защиты детей от жестокого обращения, и программы, которые возглавляет вице-спикер Госдумы Людмила Швецова. Соответственно, существуют и профессиональные площадки для обмена информацией и лучшими практиками.

Так что было достаточно легко установить на профессиональном уровне тех, кто в этой области работает. И конечно, представители нашего бизнеса помогли согласовать работу с местными властями, получить рекомендации и найти соответствующие НКО.

Когда активно занимаешься проблемой, информация легко собирается. Ну и сам фонд «Дорога к дому» — профессиональная НКО, которая участвовала в составлении программы, приглашении организаций. Они ведут свою базу НКО, поддерживают с ними отношения, в курсе мировых тенденций. Так был составлен список организаций, которые мы пригласили.

— **То есть это не был конкурс? Вы просто приглашали некоторые НКО к участию?**

- Конкурс проводится тогда, когда огромное количество претендентов. Мы еще в начале пути. Мы искали тех, кто занимается проблемой сиротства. Мы готовы делиться знаниями, вовлекать и обучать — масштабнее, всех, кого только можно... Но иногда в регионе с трудом удавалось найти хотя бы одну такую НКО.
- **С теми, кто участвовал в программе, планируется сотрудничество в дальнейшем?**
- Конечно, это будет продолжаться. Потому что, сколько бы ни проводили занятий, всегда есть чему учиться.
- **Корпоративное волонтерство связано с этими программами? Расскажите, как именно.**

- Да, связано. Для каждого человека очень важен вопрос самореализации. И он не сворачивается в одну точку профессиональной реализации. Для каждого человека важен вопрос смысла жизни. И когда он участвует в трогательных и значимых вещах: преобразования общества в лучшую сторону, преодоления проблем — и смысл жизни появляется, и самоуважение. Улучшаются отношения и в семье, и в коллективе, повышается степень доверия... Самоуважение и уважение друг к другу к тому же — один из центрирующих командообразование аспектов.

У нас периодически проводятся волонтерские акции, посвященные разным проблемам. Во время пожаров в Подмоскowie, например, сотрудники сами начали проявлять инициативу, и это очень хорошо. Компания построила культурный центр для жителей поселка Белый Омут Луховицкого района, пострадавших от пожара, а сотрудники собрали средства для школы, находящейся в тяжелейшем состоянии. Купили спортивное оборудование, форму, оборудовали компьютерный класс, отремонтировали школу.

Участие в таких акциях вполне естественно. Но движение корпоративного волонтерства также очень значимо. Программу мы начинали в Череповце. На комбинате есть люди, которые постоянно занимаются волонтерством, не афишируя — ездят в Горицкий монастырь, помогают там. Объединяются группами, перед поездкой бросают клич: «кто может?». Это такая клубная жизнь, и это говорит о том, что потенциал благотворительности у людей огромный.

Мы организуем, например, акции помощи музеям. Есть Череповецкое музейное объединение, в котором 10 музеев. Естественно, что у них не хватает средств, чтобы ухаживать за музейной территорией. И мы в акции объединили сразу три направления благотворительности компании: поддержку музеев, экологическое и программу «Дорога к дому». Привлекли к уборке территории и приемные семьи, и сотрудников с детьми, и музейщиков. В этом году и сотрудники московского офиса — с семьями, с друзьями семей — ездили в музей Пастернака в Переделкино. Привели там все в порядок, покрасили, отмыли дом.

А в Республике Коми, в Воркуте, за полярным кругом, люди периодически выходят и собирают мусор по берегам рек. И тонны мусора вывозят каждый год.

Еще мы участвуем в благотворительной программе «Душевный BAZAR» в Москве. И передаем компьютерную технику, устанавливаем ее в разных местах... Это маленькие штрихи. Но здесь есть большой потенциал, который мы начали реализовывать.

- **Что самое сложное в вашей благотворительной работе? А что, наоборот, удается легко?**
- Самое сложное — это завоевать доверие. И вовлечь людей. К сожалению, индифферентная позиция здорово обедняет то общественное благо, которое

мы могли бы творить вместе, объединив усилия. Раньше многие ждали, что все проблемы решит государство, теперь — бизнес. Надо повернуть такой пусковой механизм личного участия, который на самом деле поможет нам очень серьезно преобразить нашу жизнь, и снизить накал существующих социальных проблем.

Легко получается, когда доверие уже есть. Когда люди знают о социальных инициативах бизнеса, видят результат. Когда у них самих получается что-то сделать хотя бы один раз. Надо перейти барьер и открыть составляющую общего участия. Это огромный потенциал, еще не реализованный.

— **Что бы Вы посоветовали тем, кто также как вы возьмется за распространение опыта? Какие рекомендации дали бы?**

- В первую очередь, найти партнеров — людей, которые будут считать это частью своей жизни. Чем хороши НКО? Мы все время говорим о том, что социальные заказы в цивилизованных странах на 70% выполняют НКО. Потому что в НКО, как правило, идут люди, для которых их дело — миссия, которые вовлечены, мотивированы. И, соответственно, это намного эффективнее. Попросту говоря, у кого душа болит за это дело...

Начиная программу, важно найти людей, у которых есть такой фокус, и дальше — оставаться в сообществе. Не замыкаться, быть открытыми. Потому что нам, например, удалось создать партнерство не только с государством — с локальными властями, региональными, федеральными, но и с обществом. Открыты шлюзы для вовлечения волонтеров из очень разных слоев общества.

И с бизнесом у нас тоже партнерство. Первым к нам присоединился банк «Уралсиб», который провел тренинги по корпоративному волонтерству. БФ Лукойл поддержал несколько наших программ в области социального сиротства. Масштабное партнерство складывается с НКО: Национальным благотворительным фондом, Фондом поддержки детей, находящихся в трудной ситуации, БФ «Детские деревни SOS» и многими другими. Это открытое профессиональное пространство, где все готовы делиться информацией, друг друга поддерживать.

— **Как вы видите дальнейшее развитие благотворительности компании?**

- Мы будем делать акцент на благотворительность, это точно. Не снизим свои обороты в этой области, — это позиция главы компании Алексея Мордашова. Эта деятельность значима и для нас, и для регионов, где мы работаем.

Будем развивать социальное партнерство в сфере бизнеса. Мы считаем, что это и есть одна из значительных составляющих социальной ответственности бизнеса.

Думаю, что у нас очень хорошие перспективы: общество начинает больше доверять и вовлекаться в наши программы. Поэтому взгляд в будущее очень позитивный. Лозунг нашей компании: «Достичь большего вместе». Он абсолютно соответствует нашей благотворительной деятельности.

Сергей Григорьев

заместитель генерального директора
ОАО «СУЭК», президентом Фонда «СУЭК-
РЕГИОНАМ»



Программа «Школа социального предпринимательства» — победитель номинации Российского союза промышленников и предпринимателей «Лучшая программа корпоративной благотворительности в стратегии развития компании». Проект «Профессиональное самоопределение» — лауреат номинации Высшей школы менеджмента СПбГУ «Лучшая программа, способствующая развитию профессионального образования в РФ».

— У компании много разных благотворительных программ. Некоторые направлены на развитие малого и среднего бизнеса и социального предпринимательства, другие посвящены профессиональному самоопределению и трудоустройству молодежи. Вы оказываете помощь в лечении больных детей и шахтеров-ветеранов, а также работаете по запросам. Расскажите, что объединяет все эти направления и как они связаны со стратегией компании?

— Основной фактор, определяющий специфику социальной политики компании, заключается в том, что большинство наших предприятий расположены в городах и поселках, для которых они — градообразующие.

Поэтому главное, что объединяет наши программы, для чего они вообще созданы: сделать максимально комфортной во всех смыслах жизнь наших сотрудников, членов их семей и людей, их окружающих. Дать им уверенность в том, что у них есть все самое лучшее, в том числе все возможности для развития и самореализации — творческой, спортивной, деловой. Есть все возможности для получения качественного образования, хорошего отдыха. Для нас очень важно, чтобы квалифицированные кадры были довольны, не стремились сменить место жительства и чтобы на наши предприятия шла молодежь, которая хотела бы жить в конкретном городе, работать на этом предприятии.

В стратегии компании забота о наших сотрудниках занимает важное место. Именно их стабильная, квалифицированная, профессиональная работа во многом позволяет усиливать лидерские позиции компании.

— Большинство реализуемых вашей компанией социальных проектов — долгосрочные. Проект проходит апробацию на одной-двух территориях присутствия компании, а потом тиражируется на другие. Расскажите об опыте такого тиражирования: как именно вы это делаете, с чего начинаете, кого и как привлекаете в партнеры и т.п.

- Естественно, что многие проекты у нас долгосрочные, в конце концов, нам же на этих территориях работать еще очень и очень долго.

Прежде чем приступить к реализации того или иного социального проекта необходимо понять, насколько он будет востребован и полезен в данном конкретном месте. Именно поэтому проект проходит сначала апробацию, и, если его результаты положительны, подтверждена его востребованность со стороны местного сообщества, мы его тиражируем.

В качестве примера приведу наш известный проект «Трудовые отряды СУЭК», который с 2005 года успешно реализуется в Красноярском крае. Нашими партнерами выступают местные администрации и Краевое агентство труда и занятости. Начали мы его в г. Бородино, затем подключились еще два города — Шарыпово и Назарово, а в дальнейшем и муниципальные образования — Рыбинский, Шарыповский и Назаровский районы. А недавно география проекта была дополнительно расширена на региональном уровне — Кемеровская область, Республика Бурятия и Приморский край.

- **В вашей заявке на участие в ренкинге написано, что отправная точка для формирования набора мероприятий — паспорта территорий, разработанные в ходе диагностики и реализации проектной деятельности. Кто и как создает эти паспорта?**

- В основном, это наш блок по внешним отношениям и коммуникациям. Мы собрали определенный массив информации и постоянно отслеживаем и обновляем сведения: какие федеральные, целевые программы действуют в регионе. Еще провели в прошлом году комплексное социологическое исследование по всем городам и весям. Исследовали «социальное самочувствие»: чего не хватает людям для счастья. По каждому городу или проселку набрали увесистый том настроений и чаяний. Учитываем и результаты этого исследования.

В итоге в паспорте — подробные описания социальной инфраструктуры, информация о проблемах, волнующих людей, и предпочтительных направлениях оказания помощи, перечень реализуемых федеральных, региональных и муниципальных целевых программ.

Мы также проводим постоянную оценку эффективности социальных инвестиций в регионах, включая оперативный мониторинг хода реализации проектов, оценку отдельных мероприятий, итоговую оценку результатов программы.

- **Каким образом вы способствуете появлению инициатив у людей?**

- В маленьких городах порой распространены настроения апатичности, безынициативности, обиженности на всех. Проводя исследование, мы обнаружили также, что у многих существуют иллюзии, что даже в соседнем городе или регионе «лучше, чем у нас»... В общем, те еще настроения бывают.

Мы прекрасно понимаем правильность формулировки «каждый кузнец

своего счастья», поэтому стараемся людям и молот в руку вложить и показать, как огонь в горниле разжечь, и какая технология изготовления подковы объяснить. Стараемся создавать «точки роста», чтобы не водить людей постоянно за руку, а чтобы помочь им развиваться самим и нести за себя ответственность. В Саган-Нуре, например, — поселке, где живет не более пяти тысяч человек, — пять лет назад создали местный центр при школьной типографии, помогли выпустить школьную газету, которая мгновенно стала поселковой. Газета теперь постоянно издается, они получают гранты, добиваются, чтобы им выделили деньги из бюджета.

Это просто пример, который первым пришел в голову. Всякий раз действуем по-разному. Например, у нас есть проект развития малого и среднего бизнеса. Здесь речь идет о консультациях специалистов — юристов, финансистов, практиков бизнеса, обмене опытом, и о грантах на поддержку перспективных проектов. То есть решения люди сами принимают, мы лишь помогаем понять — что и как можно сделать.

— **Почему, наряду с системными программами, сохраняется работа по запросам?**

- Потому что всегда есть какие-то форс-мажорные, горящие случаи. Наш фонд мы создавали, чтобы работать в регионах. И, если что-то берет за душу, на это реагируем оперативно.

Мы получаем очень большое количество обращений с просьбой оказать финансовую помощь. И от граждан, и от руководителей учреждений образования, культуры, спорта и здравоохранения, различных общественных организаций, территориальных органов власти и т.д.

Нет четких критериев на все случаи жизни, здесь основной критерий, чтобы люди были из наших регионов, а дальше — индивидуальная работа с каждой просьбой. К сожалению, компания не в состоянии помочь всем, это естественно, поэтому приходится выделять приоритетные вещи, а приоритетной является помощь детям, инвалидам и ветеранам.

— **Давайте поговорим подробнее про программу профессионального самоопределения молодежи. Что вы понимаете под «развитием инфраструктуры профессионального самоопределения»? Как именно происходит работа в этом направлении?**

- В силу несоответствия качества профессиональной подготовки молодых рабочих потребностям и уровню развития производства на наших предприятиях направление развития кадрового потенциала территории и профессиональное самоопределение молодежи является одним из основных.

Компании необходимы мобильные, компетентные и конкурентоспособные выпускники. В то же время это должны быть люди, обладающие социальными компетенциями, самостоятельные и взрослые: умеющие принимать на себя ответственность за собственную жизнь и умеющие делать выбор.

Поэтому понятие профессионального самоопределения в нашем видении

несколько отличается от традиционного понятия о профориентации: это также и жизненное самоопределение, воспитание определенных качеств, благодаря которым человек становится взрослой самостоятельной личностью.

Для того, чтобы эта работа была максимально эффективной, нужен синергетический эффект, поэтому проект направлен на максимальное включение в систему всех специалистов и организаций, уже занимающихся подготовкой молодежи к выбору профессии.

— **Расскажите, как функционируют муниципальные ресурсные центры профессионального самоопределения.**

- Ресурсные центры профессионального самоопределения связывают систему общего и начального профессионального образования. Они занимаются разработкой программ, интегрирующих все уровни: от дошкольного до профессионального образования. Одновременно ведут подготовку преподавательского состава совместно с Академией повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования.

Сейчас в шахте, как на космическом корабле: техника, оборудование, технологии. Старое представление о том, кто такой шахтер, — чумазный с отбойным молотком — давно устарело. В шахте нужна суперквалификация для работы на супертехнике.

Эта программа многогранная: мы создаем кабинеты профориентации и специализированные классы в школах, устанавливаем сотрудничество школ с университетами. Важно заинтересовать профессией с детских лет. Поэтому мы открываем музеи занимательных наук, проводим фестивали науки.

— **По результатам этой программы 76% выпускников, получивших поддержку Центра профессионального самоопределения в г. Ленинск-Кузнецкий, связывают свою будущую карьеру с угольной отраслью. То есть, центр работает как своеобразное рекрутинговое агентство? Или это связано с особенностями территории и большинство рабочих мест — именно в этой отрасли?**

- Рекрутингом мы не занимаемся. С этой работой у нас успешно справляются другие подразделения компании. Для Фонда же задача не набором сотрудников заниматься, а привлекать, заинтересовывать, пропагандировать, если хотите. Мы даже издали Энциклопедию угля, рассчитанную во многом на учащихся, чтобы понимали, что такое угольная отрасль, как она работает, почему она долгие годы будет оставаться востребованной, а профессия шахтера преспективной. Хотя, честно сказать, и многие взрослые слабо представляют, что такое уголь и угольная промышленность.

В рамках программы по привлечению молодых перспективных специалистов мы занимаемся профориентацией со школьниками и абитуриентами, взаимодействуем со средними техническими учреждениями и профиль-

ными вузами для подготовки инженерно-технических работников, прежде всего — из числа школьников наших регионов, поддерживаем перспективных студентов. Мы проводим также соревнования для студентов, Летние школы.

В число партнеров программы СУЭК входит девять крупнейших профильных российских высших учебных заведений — Кузбасский государственный технический университет, Московский горный университет, Санкт-Петербургский горный институт, Сибирский индустриальный университет, Иркутский государственный технический университет и другие.

- **Как вы оцениваете результаты программы Школа социального предпринимательства?» За время ее работы стартовало 14 социально-предпринимательских бизнесов, в них трудоустроено 56 человек и 2 786 человек — благополучатели. Вы рассчитывали на такие результаты или ожидали чего-то иного?**
- Задача подсчитать прямой экономический эффект или как-то цифрами, рублями отчитаться по крайней мере на данном этапе не приоритетна. Сейчас намного важнее — создание благоприятного социального климата, повышение уровня и качества жизни населения, развитие человеческого капитала, создающего базовые условия для устойчивого развития территорий.
- В результате созданы, например, места проведения досуга: пейнтбольный клуб и каток с синтетическим льдом. Несколько проектов посвящены здоровью: открыты акушеро-гинекологический и гидротерапевтические кабинеты, начал работу клуб иппотерапии.
- **Каким образом компания способствует объединению представителей НКО, представителей бизнеса и органов исполнительной власти?**
- Все наши социальные программы реализуются в сотрудничестве с региональными и муниципальными властями, общественными организациями. Это позволяет нам выявлять наиболее актуальные и важные проблемы, привлекать все возможные ресурсы для их решения, в том числе силы местных администраций, общественные организации и т.п. Таким образом стараемся достигать максимального КПД каждого рубля наших социальных инвестиций.
- **Какие сложности в реализации социальных проектов компании вы могли бы выделить?**
- Для нас основной сложностью, с которой мы успешно справляемся, изначально являлась социальная апатичность населения, иждивенческие настроения в местных сообществах, которые вяло ждали, что кто-то будет решать их проблемы. Поверьте, есть колоссальная разница между, например, детской площадкой, которую кто-то купил, привез и где-то установил и детской площадкой, над разработкой которой работали сами жители, выбирали из нескольких собственных проектов, сами решали, из чего она

будет состоять, где будет расположена. Площадки, которые мы помогаем устанавливать по такой схеме, по истечении нескольких лет в прекрасном состоянии — ни у кого рука не поднимется сломать там что-то, мусор лишней раз бросить. И на них всегда многолюдно.

Уже говорил, что с самого начала создания Фонда мы стремились апатичность искоренять. Самыми разными способами, используя разные струнки — кому-то дать возможность выразить себя в бизнесе, другим — в общественной жизни, всем — принимать непосредственное участие в формировании социальной среды, окружающего мира. Считаю, что эта работа идет удачно.

— **Как вы видите перспективу развития социальной активности компании?**

- Мы миновали этап пилотных проектов и наработки опыта, сформировали механизм мониторинга изменений социальной среды и научились реагировать на потребности жителей территорий. Сегодня тиражируем успешные и апробированные проекты на те города и поселки, где это необходимо. Но работы, на самом деле, непочатый край. Вопросов и проблем на каждой территории много. Мы реалисты, конечно, и понимаем, что одна компания не сможет как волшебник прийти и снять все заботы — поэтому мы и работаем совместно с государством, местными властями. Но мы достаточно настойчивы в достижении целей и наша социальная активность не будет угасать, это уж точно.

Рашид Нуреев

директор по корпоративным коммуникациям
ОАО «СИБУР Холдинг»



Программа «Бизнес для экологии» — лауреат номинации
Комиссии ОПРФ по развитию благотворительности
и волонтерства «Лучшая программа, способствующая
развитию волонтерства в России».

— **Объясните, пожалуйста, почему именно экологическая тематика актуальна для компании.**

- Наша компания по природе своей является природосохраняющей, прежде всего потому, что наше производство начинается с переработки попутного нефтяного газа (ПНГ), который мы покупаем у нефтяных компаний. Переработка ПНГ предотвращает его сжигание на факелах нефтяных месторождений. Сжигание сопровождается выбросами огромного количества загрязняющих веществ. Для нас ПНГ — ценный природный ресурс и сырье для дальнейшей переработки, а не побочный продукт нефтедобычи.

Кроме того, продукты, которые мы производим на наших заводах, эффективно решают задачи энергосбережения и сохранения природных богатств за счет замещения их продуктами нашего производства. Продукты нефтехимии вошли во все области жизни современного человека, увеличивая межремонтный срок эксплуатации многих инфраструктурных объектов (дороги, ЖКХ, строительство). Возврат к прошлому, в котором этих продуктов не было, уже невозможен — более того, это идет во вред экологии и здоровью человека.

Безусловно, не бывает безотходных производств. И наши заводы не исключение. Для минимизации вреда экологии мы постоянно модернизируем наши производства, а наши новые заводы соответствуют самым строгим экологическим требованиям. Баланс вред-польза от наших производств однозначно в пользу нашей работы. Например, если бы ПНГ, который мы перерабатываем, сжигался, то выбросы загрязняющих веществ в атмосферу были бы почти в 100 раз больше, чем выделяют все наши заводы в процессе производства.

Однако репутация нефтехимической и химической отрасли не соответствует реальному положению дел. Понять это может только грамотный в экологическом отношении человек. Поэтому задача экологического просвещения, активного вовлечения жителей наших регионов в природоохранную деятельность в наших интересах. Чем больше человек узнаёт о деятельности нашей компании, о природных процессах, тем лучше он относится к нашему производству и нашим продуктам.

Кроме того, многие наши мероприятия реально улучшают экологическую ситуацию в регионах. Речь идет, прежде всего, о масштабных проектах по озеленению территорий.

- **В заявке написано: «К участию в программе приглашаются некоммерческие общественные организации, учебные заведения, благотворительные фонды». Как они узнают об этом: как вы распространяете информацию?**
- Как правило, НКО и благотворительные фонды, которые активно работают и имеют хорошую репутацию, известны нашим коллегам с региональных предприятий. В начале года мы направляем им информационные письма о старте программы «Бизнес для экологии». Кроме того, старт программы обязательно сопровождается соответствующим пресс-релизом, и многие организации могут получить информацию о проекте из СМИ. Есть раздел, посвященный программе, на официальном сайте компании.
- **Сколько некоммерческих организаций и учебных заведений получили от вашей компании поддержку своих экологических проектов?**
- Программа стартовала в 2011 году. За 2011-2012 годы поддержку получили более 80 проектов, реализованных в сотрудничестве с более чем 40 организациями.
- **Кто участвует в рассмотрении поступающих заявок с экологическими проектами?**
- Рассмотрение заявок проходит в два этапа. На региональном уровне проводится первичная оценка поступивших обращений на предмет их актуальности для конкретного региона. В рассмотрении заявок участвуют генеральный директор СИБУРовского предприятия, представители HR- и PR- подразделений, заводские экологи. Второй этап — это рассмотрение заявок в корпоративном центре компании (в Москве) с участием одного из управляющих директоров СИБУРа, а также представителей PR -, HR-, GR-подразделений.
- **В рамках проектов складывается сотрудничество с представителями городских и областных органов власти. Планируете ли вы привлекать в качестве партнеров еще и представителей бизнеса?**
- С представителями городских и региональных органов власти при реализации программы у нас складываются продуктивные отношения. Часто органы власти выступают нашими партнерами, предоставляя помещения для проведения итоговых мероприятий, выступая на пресс-конференциях, а иногда напрямую участвуя в наших экологических мероприятиях. К сожалению, с представителями бизнеса у нас подобные отношения складываются редко, хотя на старте программы мы специально заявляли, что мы открыты для сотрудничества с бизнес-структурами, так как объединение наших усилий может дать серьезный кумулятивный эффект.
- **Сотрудники компании участвуют во всех экологических акциях? Они, например, вовлечены в работу кружков юных экологов, которые организуются в школах?**

- Наши сотрудники являются активными участниками практически всех экологических акций. Если говорить конкретно о кружках юных экологов, то и в их работе наши работники-волонтеры принимают участие. Формы этого участия бывают разными. Со школьниками проводятся ознакомительные беседы о природоохранной деятельности наших предприятий. Юные экологи приглашаются на экскурсии на наши заводы. А в некоторых регионах, где для работы кружков было закуплено специальное лабораторное оборудование для мониторинга состояния воды, воздуха, почвы, школьники приходят на наши заводы в качестве исследователей и получают наглядное подтверждение экологичности наших производств. Без участия наших работников подобные исследовательские мероприятия были бы невозможны.
- **Как вы думаете, что дает участие в программе сотрудникам компании?**

- Наши работники — такие же жители регионов, как и другие участники наших экологических акций. Участие в программе помогает им лучше осознать роль компании в сохранении природы.

Кроме того, как правило, участие в акциях — это хорошее и полезное времяпрепровождение: на свежем воздухе, с семьями, с коллегами. Компания старается сделать участие в этих акциях приятным и комфортным, организуя доставку к месту проведения мероприятий, обеспечивая волонтеров необходимыми инструментами, горячим питанием, памятливыми сувенирами. Во время акций часто проводятся конкурсы с вручением призов.

- **Делаете ли вы что-то специальное, чтобы привлекать волонтеров из местных жителей? Или это прерогатива НКО/учебных заведений, получающих от вас финансирование своих экологических проектов?**

- Привлечение волонтеров из числа жителей — это задача наших партнеров. Но и компания старается внести в эту работу свой вклад. Например, на акции наши работники стараются пригласить своих друзей, знакомых, родственников. Часто проведение акций анонсируется в специальных пресс-релизах, и жители могут узнать о них через СМИ. Иногда за свои средства компания издает информационные листы о предстоящих акциях.

- **Что было самым сложным в этом проекте, а что, наоборот, удалось легко?**

- Самым сложным в начале программы был поиск региональных партнеров, часто поступавшие заявки не соответствовали нашим представлениям об эффективной экологической акции. Сейчас эта проблема решена. У нас сформировался целый пул региональных и федеральных партнеров, с которыми установились продуктивные отношения, а число заявок заметно превышает возможности программы.

А легко удалось две вещи. Первое, мы не ожидали такой высокой активности местных жителей: детей и взрослых. Экологические акции вызвали

у них живой отклик — число участников этих акций иногда заметно превышало наши самые смелые ожидания. Например, в программе «Наш лес», которую мы реализуем совместно с Фондом Тольятти, в посадках саженцев на местах леса, сгоревшего во время пожаров 2010 года, приняло участие в общей сложности более 7000 волонтеров. Несколько сотен студентов и школьников участвовали в акции по высадке саженцев в природном заповеднике «Панин бугор» в Тобольске, организатором которой стала Тобольская государственная социально-педагогическая академия. Почти 5000 школьников и их родителей стали участниками акции по обмену макулатуры на саженцы деревьев для озеленения школ в Краснодаре (организатор — Краевая ассоциация выпускников российских вузов).

Второе, что нас приятно удивило — огромный интерес к нашей программе со стороны СМИ. Мы получаем большое число публикаций, роликов на радио, ТВ-сюжетов. Часто приходилось слышать, что в СМИ будут писать о наших акциях только на условиях рекламной публикации. С нашими акциями все было иначе — СМИ рассматривали их как интересный информационный повод. Практически на всех наших акциях были представители СМИ, а некоторые из журналистов участвовали в них в качестве волонтеров. В 2012 году 44 акции были освещены в 300 публикациях в «бумажных» СМИ, в более чем 400 интернет-материалах.

— **Что бы вы посоветовали компаниям, решившим сделать что-то подобное?**

- У каждой компании свое представление о благотворительности и экологии. И главное — просто начать что-то делать в этом направлении.

А мы по-прежнему приглашаем представителей бизнеса к сотрудничеству и готовы поделиться нашим опытом, порекомендовать надежных партнеров. И, конечно же, вместе поработать над реализацией совместных акций.

— **Как вы видите дальнейшее развитие?**

- За время реализации программы у нас появились проекты, которые мы готовы ежегодно поддерживать на постоянной основе, такие как развитие велодвижения, проект «Растения дарят здоровье детям», Экотур для журналистов, экскурсии на заводы для региональных и федеральных экологов.

Одна из перспективных задач программы — распространение проектов, которые оказались удачными и эффективными, на все регионы деятельности СИБУРа. Например, проекты по установке велопарковок и поддержке акций велосипедистов, начавшись в 2011 году в Тольятти, были позднее реализованы в других городах. И сейчас, кроме Тольятти, велопарковками на средства СИБУРа оборудованы Краснодар, Тобольск и Воронеж. В этих же городах регулярно при поддержке компании проводятся акции велосипедистов, такие как «Велоквест» в Краснодаре, «Велоночь» в Воронеже, веломарафон в честь юбилея города в Тобольске.

Мы рассчитываем, что число участников наших экологических акций будет

увеличиваться: известность программы «Бизнес для экологии» и ее хорошая репутация позволяют нам на это надеяться. Также особый фокус программы будет направлен на поддержку программ и мероприятий, направленных на формирование экологически ответственного поведения и образа жизни у детей и молодежи. В наших планах также расширение сотрудничества с региональными органами власти. И, конечно же, мы готовы расширять сотрудничество с НКО и благотворительными фондами: свежие идеи по развитию и совершенствованию программы, идеи новых акций — вот что мы готовы обсуждать с нашими партнерами.

Татьяна Авраменко

руководитель направления по работе
с общественными организациями ЗАО КБ
«Ситибанк»



Программа «Развитие навыков трудоустройства студентов профессиональных училищ г. Коломны» — лауреат номинации Международного форума лидеров бизнеса «Лучшая программа, способствующая развитию волонтерства в России».

- **Расскажите, почему Citibank уделяет внимание вопросу трудоустройства и развития потенциала уязвимой молодежи?**
- Трудоустройство общественно уязвимой молодежи — одно из приоритетных направлений социальных инвестиций Citi по всему миру, ведь это одна из больших глобальных проблем многих стран. Из 1,1 миллиарда молодых людей в возрасте от 15 до 24 лет, живущих на Земле, 90% проживает в развивающихся странах. Согласно Международной организации труда, сейчас наблюдается самый резкий скачок безработицы среди молодежи за всю историю: сегодня в мире 81 миллион молодых людей не имеет работы. Что касается нашей страны, в России остро стоит проблема качественного образования студентов профессиональных колледжей и их достойное трудоустройство.
- **Почему для реализации программы была выбрана именно Коломна?**
- Коломна была выбрана по ряду причин. Первая и самая главная причина — сотрудники Citi много лет дружат с детьми из коррекционного интерната в Коломне. И когда встал вопрос: в каких колледжах пилотировать эту программу, то ответ был очевиден: в тех, куда уходят учиться «наши» дети. Также важным фактором стало то, что Коломна расположена недалеко от Москвы, а значит, мы можем привезти специалистов из столицы, и при этом транспортные расходы не «съедят» весь наш бюджет.
- **Работа со студентами ПТУ и колледжей включает четыре этапа: обучение, вовлечение в деятельность, полезную для их развития и закрепления полученных навыков, профессиональные стажировки на рабочих местах и консультации специалистов (психологов, тренеров). Как вы думаете, что важнее? Что больше дает для перспективы трудоустройства: тренинги, например, или стажировки на рабочих местах?**
- Я считаю, что оба компонента важны, один без другого не будет работать успешно. Если проводить тренинги и не закреплять их практикой, то о трудоустройстве можно сразу забыть. А если отправлять на стажировки без подготовки, то процент трудоустроившихся тоже будет невелик. Честно говоря, этот процент трудоустроившихся даже с тренингами и стажировками не слишком высокий, ведь наши ребята из очень неблагополучной среды.

-
- **Почему, кроме занятий со студентами, понадобились тренинги для педагогов, работающих с молодежью?**
 - На наш взгляд, работа с педагогами — ключевой фактор для создания устойчивой, эффективной системы трудоустройства. Ведь именно педагоги колледжей работают со студентами каждый день. Наши тренинги проходят всего несколько раз по два дня за период нашей программы, а если бы педагоги ежедневно использовали новые методы работы с проблемной молодежью и, главное, верили в то, что ребятам можно помочь, то представьте, каких результатов можно было бы достигнуть. Вот мы и стали работать с педагогами. Оказалось, что они очень равнодушные люди, очень хотят научиться работать по-новому, потому в следующем году мы надеемся увидеть уже результаты трудов наших подготовленных педагогов.
 - **Что дает студентам в плане трудоустройства опыт создания мини-проектов — презентации фоторепортажа на тему «Один день из жизни человека моей профессии»?**
 - Уверенность в себе в первую очередь. Они как бы пробуют свои силы в неформальной обстановке. Также это дает им почувствовать, как хорошо быть активным и ответственным, задуматься о выбранной профессии, о своей будущей жизни. Этот успешный опыт мы перенесли из нашей прошлой программы «Вовлечение молодежи в работу некоммерческого сектора», которую проводили в региональных университетах. Ведь мы сознательно перешли от университетов, где учатся более или менее благополучные дети, к колледжам, куда идет уязвимая молодежь.
 - **Работа по проекту проходила в сотрудничестве с Комитетом по делам молодежи, Фондом социального развития и охраны здоровья «ФОКУС-МЕДИА», Кадровым центром Торгово-промышленной палаты г. Коломны. Планируете ли вы привлекать к сотрудничеству какие-либо бизнес компании?**
 - В плане трудоустройства — конечно. Если Вы имеете в виду совместное спонсорство программы, то мы очень «за», только пока никто не предлагает сотрудничество. Надеюсь, наши партнеры смогут помочь с этим вопросом.
 - **Сотрудники компании как-то задействованы в этой программе?**
 - Безусловно. Например, сотрудники-волонтеры помогают участникам с их мини-проектами, также они вошли в состав экспертов жюри фотоконкурса.
 - **Что дает участие в программе для сотрудников компании?**
 - Все как всегда: личное развитие, применение своих знаний и навыков для помощи нуждающимся.
 - **Как вы оцениваете результат: из 163 студентов г. Коломны, задействованных в проекте, на постоянной основе трудоустроились 47 человек. Многие, еще не окончив училища, устроились временно на летний период.**

- Эта программа сложная и долгосрочная. Если принимать во внимание, сколько усилий пришлось приложить, то результат очень хороший.
- **Что было самым сложным в этом проекте, а что, наоборот, удалось легко?**
- Сложно было первый год, когда никто не верил, что этих ребят можно трудоустроить: ни педагоги колледжей, ни сотрудники центра занятости, ни сами участники, ни тем более работодатели. Но после того, как мы поработали с ребятами, подготовили их, все увидели первые результаты. Стало проще работать, все помогают. А теперь трудность составляет то, что после первых студентов-звездочек подтягиваются «сильно запущенные» ребята. Но мы не боимся трудностей, именно про них мы и думали, когда создавали наш проект: помочь тем, кому никто не помогает.
- **Что бы вы посоветовали компаниям, решившим сделать что-то подобное?**
- Верить в то, что результаты будут... хоть и не быстро.
- **Как вы видите дальнейшее развитие программы?**
- Думаем над распространением успешного опыта, хотелось бы охватить больше колледжей. Сейчас мы взяли еще 3 колледжа в Санкт-Петербурге. Параллельно стараемся вовлечь Министерство образования. Будем рады всем, кого волнует проблема образования и трудоустройства выпускников ПТУ.

Елена Журавлева**директор по социальной политике
ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО»**

**Программа «Краткая история авиации» — лауреат
номинации Минэкономразвития России «Лучшая программа,
способствующая развитию инфраструктуры».**

— **Расскажите, почему, кроме помощи в лечении детей, страдающих онкологическими заболеваниями, вы обратили внимание на процесс реабилитации их и семьи в целом?**

— С самого старта программы «Назад в будущее» авиакомпания придерживалась комплексного подхода к решению проблем тяжелобольных детей.

Одно из важнейших направлений — перевозки больных детей из регионов, где они не могут получить качественное лечение, в ведущие клиники Москвы и Санкт-Петербурга. Бывают ситуации, когда для спасения жизни и лечения редких форм рака необходимы технологии и новейшие методы, которые не всегда доступны в отечественных клиниках. В таких случаях мы отправляем маленьких пациентов на лечение в Германию, Израиль, США и другие страны. Перевозки детей на лечение мы осуществляем в партнерстве с крупнейшими благотворительными фондами «Настенька», «Счастливый мир», «АдВита», Благотворительным фондом Константина Хабенского, специализирующимися на лечении детей с тяжелыми заболеваниями. Наши партнеры — это удивительные люди, которые каждый день спасают жизни детей, облегчают тяжелое и болезненное лечение яркими мероприятиями. Они дарят детям надежду на нормальную жизнь в будущем, поддерживают отчаявшихся родителей и помогают изнуренным длительными операциями врачам.

Когда этап лечения, нередко занимающий несколько лет, заканчивается, вместе с радостью выздоровления в семью часто приходит опустошение. Дети и их родные проходят через бесконечные курсы химиотерапии, облучения, операции, многочисленные осложнения вкупе с мучительным поиском денег на лечение. Многие дети, пережившие рак, отказываются идти в школу, общаться со сверстниками, они не могут жить жизнью обычных детей. После тяжелого и длительного лечения маленькие пациенты нуждаются в социальной, образовательной и психологической реабилитации.

Для таких детей «Трансаэро» совместно с организацией «Дети» и другими партнерами проводит реабилитационную программу «Назад в будущее».

Программа существует с 2006 года при методической поддержке Федерального научно-клинического центра детской гематологии, онкологии и иммунологии Росздрава и включает в себя реабилитационные лагеря, работу в больницах, арт-терапию и др.

Недавно программа дополнилась еще одним направлением: повышение квалификации в области детской онкологии для врачей региональных клиник. Там не всегда обладают необходимыми навыками и до 80% страшных диагнозов устанавливается только на поздних стадиях, что значительно снижает шансы на выздоровление. «Трансаэро» совместно с партнерскими фондами и региональными медицинскими учреждениями предоставляет врачам перелеты для участия в программах повышения квалификации в России и за рубежом.

Активное участие в реабилитации и помощи детям с тяжелыми заболеваниями принимают сотрудники «Трансаэро». В компании успешно реализуется программа корпоративного волонтерства «Путешествие в страну Трансаэро». Это — акции, организуемые сотрудниками авиакомпании для детей-инвалидов, проходящих реабилитацию после длительного лечения в рамках программы «Назад в будущее». Сотрудники-волонтеры проводят для детей встречи, концерты, игры, организуют творческие мастерские и экскурсии в другие города. Все это помогает детям, преодолевающим недуг, быстрее вернуться к полноценной жизни. А в партнерстве с Центром крови Федерального медико-биологического агентства России и благотворительным фондом «Подари жизнь» авиакомпания ежеквартально проводит корпоративные Дни донора — безвозмездную сдачу крови для детей с онкологическими и гематологическими заболеваниями.

Кроме того, в компании реализуется программа сбора пожертвований сотрудников и клиентов на лечение тяжелобольных детей. В ближайшие недели в рамках программы «Назад в будущее» будет запущен уникальный для российской гражданской авиации проект «Рейс надежды». На борту дизайнерского оформленного воздушного судна будут собираться пожертвования.

Мы придерживаемся комплексного подхода к решению социальных проблем и уверены, что только объединение усилий может быть эффективным. При реализации социальных и благотворительных программ авиакомпания привлекает ведущих экспертов, сотрудничает с региональными и местными органами власти и некоммерческими организациями. Некоммерческие организации — основные партнеры программы, дают экспертную оценку всех мероприятий, принимают непосредственное участие в реализации программы и перспективном планировании.

— **Почему была выбрана арт-терапия и, конкретно, — мультики?**

- Анимация — образец уникальной арт-терапии, она позволяет проявить и развить самые разные способности ребенка: к рисованию, лепке, актерскому мастерству. Участвуя в творческом процессе создания мультфильмов, дети раскрепощаются психологически. Работа над анимационным проектом включает в себя столько этапов, что каждый ребенок имеет возможность почувствовать себя нужным и ценным. Результаты совместной работы — это не только занимательные сюжеты, ожившие яркие необычные персонажи, передаваемая энергетика, которую можно буквально почувствовать. Самое

главное — это развитие и поддержание сильной мотивации детей к борьбе за жизнь и здоровье, преодоление внутренних комплексов и страхов.

Так например, в Санкт-Петербурге наши партнеры работают непосредственно в онкологических стационарах, где лечение у ребят длительное, очень болезненное, связанное со множеством лишений. В эти моменты очень важно сохранить желание и способность маленьких пациентов радоваться, ставить какие-то цели, строить планы на будущее, мечтать. Бывает, ребенок приходит на наши занятия после капельницы, а то и с самой капельницей. Ему больно, плохо, самочувствие ужасное. Проходит полчаса арт-терапии, и он с этой капельницей носится по коридору — радостный, веселый, смеется, и кажется, что у него все замечательно. Дети хоть немного отвлекаются от той ситуации, в которой находятся, и им это очень помогает.

— **О чем сюжет мультфильма?**

- Конечно, об авиации. «Краткая история авиации» — это первый в мире сериал, авторами которого стали пациенты детских онкологических отделений клиник в разных регионах России и сотрудники-волонтеры авиакомпании «Трансаэро». Все началось в 2010 году. Тогда в рамках корпоративной программы помощи тяжелобольным детям «Назад в будущее» волонтеры и подопечные «Трансаэро» с участием режиссеров-педагогов студии «Да» сняли первые пять серий об истории покорения человеком неба. Проект был настолько успешен с точки зрения эффекта реабилитации, что после премьеры было решено снять второй эпизод мультфильма, только с малышами из других регионов.

— **Почему совместное творчество детей и взрослых так важно?**

- Активная работа ведется не только с детьми, но и со взрослыми. Проводятся мастер-классы для волонтеров и педагогов, итогом которых становится плодотворная работа над созданием мультипликационных сюжетов.

Взаимодействие взрослых волонтеров с детьми — один из важнейших элементов программы, оно аккумулирует совместное творчество и сопутствующее этому общение. Дети раскрываются перед волонтерами, решают собственные серьезные проблемы коммуникации, которые возникают при прохождении сложного и болезненного лечения, избавляются от замкнутости.

— **Как вы нашли главного партнера — детскую анимационную студию «Да»?**

- Для такого масштабного проекта, как создание сериала «Краткая история авиации» нужен был партнер, который бы сочетал в себе не только профессионализм в анимации, но и умение работать с больными детьми. Студия «Да» превзошла все наши ожидания.

Студия «Да» — это благотворительный проект, существующий с 2008 года и накопивший огромный опыт. Команда режиссеров, художников, аниматоров, психологов и педагогов студии специализируется на работе с детьми в трудных жизненных ситуациях.

— **В какой момент решили распространять программу в регионы? Как быстро это удалось?**

- Вместе с развитием общей программы содействия детскому здравоохранению, со временем расширилась и география анимационного арт-терапевтического проекта «Трансаэро». Он стал первым благотворительным волонтерским арт-проектом, охватившим одновременно несколько регионов страны: Центральный (Москва и Московская область, Калужская область), Северо-Западный (Санкт-Петербург), Дальний восток (Владивосток), Сибирь (Красноярск).

На момент начала работы проекта в регионах у «Трансаэро» уже были региональные партнеры по основной программе детского здравоохранения «Назад в будущее». Мы предложили им присоединиться к проекту, и развивать направление арт-терапии на местах.

— **Расскажите, кто и как занимается анимационной арт-терапией в регионах: та же петербургская детская анимационная студия «Да»? другие студии? обученные волонтеры? Привлекаются ли региональные НКО?**

- Схема работы следующая: педагоги анимационной студии «Да» выезжают в регионы, где не только проводят занятия с детьми, но и организуют мастер-классы для сотрудников-волонтеров «Трансаэро», а также и волонтеров некоммерческих организаций-партнеров. После окончания съемок очередной серии мультфильма в регионе у волонтеров остается технология арт-терапии, которую они используют в повседневной работе с тяжелобольными детьми.

— **Кроме партнерских некоммерческих организаций, у вас есть партнеры из бизнеса: DHL, аэропорт Шереметьево, СПСР-Экспресс. Как удалось их привлечь?**

- Эти компании начали развивать внутри своих коллективов культуру волонтерства и обратились в «Трансаэро» за консультацией. Мы предложили присоединиться к проекту «Краткая история авиации» и поработать в команде с уже опытными волонтерами «Трансаэро».

Так в съемках нескольких серий мультфильма принимали участие волонтеры бизнес-компаний.

— **Продукт — мультфильм — кроме терапевтической имеет и художественную ценность. Как вы его распространяете, где и кому показываете?**

- Впервые широкой аудитории мультфильм был представлен на «Душевном BAZARe» в декабре 2011 года. Затем в декабре 2012 года состоялась торжественная презентация сериала целиком. На предновогоднем празднике собралось более 300 гостей, среди которых были подопечные благотворительных фондов «Созидание», «Настенька», воспитанники московских школ-интернатов и детских домов, участники корпоративной волонтерской

программы «Трансаэро» из разных регионов страны и, конечно же, сами юные аниматоры с семьями.

В настоящее время первый сезон полностью загружен на интернет-канал на YOUTUBE и доступен для просмотра пользователями сети интернет, а также демонстрируется пассажирам во время полета на рейсах авиакомпании, став одной из программ системы развлечений на борту.

Кроме того, среди сотрудников, партнеров и некоммерческих организаций распространяются подарочные диски, рассказывающие о проекте.

Второй сезон мультфильма, который выйдет весной 2014 года, планируется разместить на телеканалах, в том числе в регионах.

— **Что дает участие в программе для сотрудников компании?**

- Проект внес значительный вклад в развитие и укрепление идеи корпоративного волонтерства, помог сплочению коллектива вокруг общей благой цели, наделил работу новым смыслом. Он способствовал активному привлечению волонтеров из Санкт-Петербурга.

За время создания мультфильма участники корпоративной волонтерской программы овладели новыми творческими и организаторскими умениями, освоили инструменты мультипликации. Ушел страх перед общением с детьми в тяжелой жизненной ситуации, появились специализированные коммуникационные навыки.

— **Что было самым сложным в этом проекте, а что, наоборот, удалось легко?**

- В рамках проекта мы столкнулись с двумя основными сложностями.

Во-первых, у сотрудников обнаружился настоящий страх перед общением с детьми, перенесшими тяжелые заболевания или еще проходящими лечение. Это мешало многим активным, энергичным и позитивным коллегам стать волонтерами. Тем не менее, мастер-классы, вышедшие публикации и распространение новостей позволили снять напряжение. И на второй сессии (ряд арт-классов) к проекту присоединилось большее количество волонтеров.

Кроме того, работа в клиниках зачастую требовала повышенного внимания и упорства от организаторов — в связи с особенностями распорядка дня, процедурами и прочим, дети участвовали в занятиях очень ограниченное время, и это влияло на эффективность проекта. Но психологи считают, что даже то недолгое время, которое дети смогли уделить арт-классу, способствовало улучшению их эмоционального состояния и оказывало необходимый терапевтический эффект.

Уже при работе над вторым сезоном мультфильма, как с детьми, так и с партнерами не возникало никаких сложностей.

- **Что бы вы посоветовали компаниям, решившим сделать что-то подобное?**

- Самое главное, что можно посоветовать при реализации подобных проектов коллегам — это подобрать профессиональных партнеров — некоммерческие организации — и грамотно выстраивать взаимодействие с медицинскими учреждениями.

Кроме того, большое значение имеет мотивация волонтеров к участию, а также развитие у них специальных навыков работы с детьми и управления проектами. Поэтому обучение волонтеров должно стать составной частью проекта.

— **Как вы видите дальнейшее развитие?**

- Весной 2014 года выйдет второй сезон мультфильма «Краткая история авиации», все серии которого снимали в регионах. Планируется презентация мультфильма, размещение в системе развлечений на бортах, информационная кампания в регионах по привлечению внимания общественности к проблемам тяжелобольных детей.
- Кроме того, арт-терапия станет одним из инструментов реабилитации детей после тяжелых заболеваний в рамках программы «Назад в будущее».

РАЗДЕЛ IV

ОРГАНИЗАТОРЫ
И ПАРТНЕРЫ



ФОРУМ ДОНОРОВ

Форум Доноров — коалиция крупнейших российских и иностранных благотворительных (донорских) организаций, работающих в России.

Сегодня членами ФД являются 40 грантодающих частных и общественных организаций как российских, так и иностранных, поддерживающих его миссию и принявших его этический кодекс. Среди них: Фонд Дмитрия Зимина «Династия», Благотворительный фонд В.Потанина, Благотворительный фонд «Система», Благотворительный фонд Михаила Прохорова, ОК РУСАЛ, Фонд «Наше будущее», Фонд просвещения «МЕТА», РОСБАНК, Фонд МакАртуров и многие другие.

Форум Доноров является активным членом международных ассоциаций: Европейского Центра Фондов (EFC), Международной инициативы по поддержке донорских ассоциаций (WINGS) и Сети донорских ассоциаций Европы (DAFNE).

Миссия

Способствовать развитию и большей эффективности грантодающей деятельности, направленной на формирование современного демократического гражданского общества в России.

Основные программы и проекты

- Ежегодное исследование и рэнкинг «Лидеры корпоративной благотворительности»
- Развитие целевых капиталов в России
- Издательский проект
- Ежегодная конференция Форума Доноров о благотворительности
- Ежегодный доклад о состоянии и развитии фондов в России
- Карта Донорской Активности
- Специальные встречи, бюллетени и стажировки для членов Форума Доноров и др.

О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ — ПРОФЕССИОНАЛЬНО

<http://www.donorsforum.ru/>

ВЕДОМОСТИ

THE WALL STREET JOURNAL  FINANCIAL TIMES

ГАЗЕТА «ВЕДОМОСТИ»

Газета «Ведомости» — уникальный проект, объединивший потенциал лидеров мировой деловой прессы, Financial Times и The Wall Street Journal, и крупнейшего российского издательского дома Independent Media.

«Ведомости» — ведущее деловое издание России, выходящее тиражом 80 000 экземпляров. Первый номер газеты вышел 7 сентября 1999 г. Это надежный источник информации, эффективный инструмент в руках людей, принимающих ключевые решения в экономической и политической жизни страны. Точность и компетентность, оперативность и непредвзятость — основа безупречной репутации газеты, которая обращается к наиболее успешной, состоявшейся и состоятельной аудитории.

Главная задача газеты «Ведомости» — предоставление читателям максимально оперативной, подробной и объективной деловой информации. Над этим работают более 100 журналистов газеты из Москвы и регионов России при поддержке всемирной корреспондентской сети Financial Times и The Wall Street Journal, которые ежедневно информируют читателя о важнейших экономических, финансовых, корпоративных и политических событиях, предлагая анализ и прогнозы развития ситуации.

«Ведомости» предоставляют своим читателям только проверенные факты и всесторонний анализ ситуации. Свою оценку каждому событию обязательно дают все заинтересованные стороны, а также не меньше трех компетентных и независимых аналитиков. Основа редакционной политики — точная и объективная информация, эксклюзивные новости и глубокий анализ.

Деловая газета «Ведомости» выходит в восьми крупнейших регионах России: Москва, Санкт-Петербург, Самара, Казань, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород. В каждом регионе читатели получают не только информацию центрального выпуска, но и важнейшие региональные новости.

«Ведомости» традиционно уделяют внимание вопросам КСО, корпоративной и частной филантропии, социальной политики компаний. Этой проблематике посвящены редакционные материалы, а также конференция по благотворительности, проводящаяся каждый год в марте. С 2008 года «Ведомости» в сотрудничестве с международной сетью аудиторско-консалтинговых фирм PwC и некоммерческим партнерством грантодающих организаций «Форум Доноров» проводят ежегодное исследование «Лидеры корпоративной благотворительности».

www.vedomosti.ru



PwC

PwC в России предоставляет услуги в области аудита и бизнес-консультирования, а также налоговые и юридические услуги компаниям разных отраслей. В офисах PwC в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Краснодаре, Новосибирске,

Казани, Южно-Сахалинске и Владикавказе работают более 2 000 специалистов. Мы используем свои знания, богатый опыт и творческий подход для разработки практических советов и решений, открывающих новые перспективы для бизнеса. Глобальная сеть фирм PwC объединяет более 161 000 сотрудников в 154 странах.

PwC полностью разделяет идею ответственности бизнеса перед обществом и стремится вести свою деятельность таким образом, чтобы способствовать его благополучию на длительной и устойчивой основе. Стремясь быть лидером в формировании модели будущего, ориентированной на устойчивое развитие, мы

- способствуем распространению социально ответственных методов ведения бизнеса;
- обеспечиваем профессиональный рост и развитие наших сотрудников;
- поддерживаем развитие сообществ в регионах нашего присутствия;
- стремимся свести к минимуму ущерб от нашего воздействия на окружающую среду.

2004 год был годом официального запуска благотворительной программы PwC в России. Это начинание дало толчок развитию Программы корпоративной ответственности, которая охватывает четыре основных направления: рынок, сотрудники, окружающая среда и общество.

www.pwc.ru



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и осуществляет полномочия по ведению реестров социально ориентированных некоммерческих организаций — получателей поддержки и хранения представленных ими документов.

www.economy.gov.ru



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ПРОМЫШЛЕННИКОВ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ (РСПП)

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) — общероссийская организация, представляющая интересы деловых кругов как в России так и на международном уровне —

участник Глобального договора ООН с 2004 года.

РСПП объединяет порядка 140 отраслевых и региональных бизнес-объединений, а также компании крупного, среднего и малого бизнеса, представляющих ключевые сектора экономики: ТЭК, машиностроение, инвестиционно-банковскую сферу, а также оборонно-промышленный комплекс, строительство, химическое производство, легкую и пищевую промышленность, сферу услуг.

РСПП видит свое предназначение в консолидации усилий промышленников и предпринимателей России, направленных на улучшение деловой среды, повышение стандартов предпринимательской деятельности, статуса российского бизнеса в стране и в мире, поддержание баланса интересов общества, власти и бизнеса.

<http://рспп.рф/>



ОБЩЕСТВЕННАЯ ПАЛАТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
CIVIC CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION

КОМИССИЯ ПО РАЗВИТИЮ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ И ВОЛОНТЕРСТВА ОПРФ:

Основные направления работы:

Содействие созданию законодательных условий для дальнейшего развития благотворительности и ее инфраструктуры:

- организация обсуждения дальнейших приоритетных направлений развития благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации;
- продвижение предложений по совершенствованию гражданского и налогового законодательства в области благотворительности;
- мониторинг прохождения законопроектов в Государственной думе;
- проведение общественной экспертизы законодательства;
- проведение совместных с Министерством юстиции обсуждений по проблемам правоприменительной практики.

Формирование условий для эффективной поддержки деятельности НКО с целевым капиталом:

- содействие продвижению модели целевого капитала;
- организация общественных дискуссий по проблемам развития некоммерческих организаций с целевым капиталом;
- содействие развитию горизонтальных связей и информационного обмена между организациями, заинтересованными во внедрении модели целевого капитала в российскую практику;
- участие экспертов Комиссии в тематических обсуждениях на профильных международных, всероссийских и региональных площадках.

Информирование общественности о развитии благотворительности в России. Продвижение идей благотворительности и добровольчества. Повышение престижа благотворительной деятельности и ее значимости в обществе. Формирование условий для повышения прозрачности деятельности благотворительных организаций перед обществом:

- организация исследований некоммерческого сектора, обсуждение результатов исследований, с целью выявления ключевых проблем и направлений развития сектора;
- проведение Всероссийского конкурса годовых отчетов некоммерческих организаций, реализующих благотворительные программы, «Точка отсчета»;

-
- участие в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности»;
 - проведение тематических информационных кампаний в СМИ;
 - подготовка экспертных комментариев для публикаций в СМИ о текущей ситуации в сфере развития благотворительности и добровольчества;
 - содействие в продвижении инициатив по развитию социальной рекламы как инструмента влияния на формирование общественных ценностей и ориентиров;
 - обсуждение и продвижение инструментов общественного влияния на повышение качества социальной рекламы и ее эффективное размещение;
 - продвижение идей благотворительности средствами социальной рекламы.

Председатель Комиссии — В. О. Потанин.

<http://www.oprf.ru/about/structure/comissions/comissions2012/251>



IBLF — МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ЛИДЕРОВ БИЗНЕСА

Международный форум лидеров бизнеса (IBLF) объединяет усилия бизнеса, государства и общества для увеличения вклада бизнеса в устойчивое развитие.

Задача IBLF в России — содействовать стабильному и устойчивому развитию страны.

Наши программы помогают росту бизнеса и в то же время способствуют долгосрочному социальному развитию. Деятельность IBLF в России направлена на совершенствование стандартов ведения бизнеса, поддержку молодежного предпринимательства, повышение финансовой грамотности населения, содействие компаниям в управлении экологическими рисками и развитие корпоративного волонтерства.

Филиал IBLF в России внесен в реестр филиалов и представительств международных организаций и иностранных некоммерческих неправительственных организаций Федеральной регистрационной службой под № 206 20 февраля 2007 года.

УНИКАЛЬНОСТЬ ПОДХОДА IBLF

Международный и местный опыт: руководителям международных и российских компаний предоставляется уникальная возможность для открытого обмена мнениями о самых сложных вопросах современного менеджмента.

Независимость: IBLF является организацией, не зависимой от любых политических или коммерческих интересов. Таким образом, между IBLF и партнерскими организациями устанавливается атмосфера доверия и уверенности в объективности.

Достижение конкретных результатов: мы предоставляем возможность лидерам государства, бизнеса и гражданского общества встретиться, обсудить ключевые вопросы экономического и социального значения и прийти к оптимальным и конкретным решениям.

Новейшие методы ведения встреч: мы владеем современными методами модерирования, стимулирующими нахождение новых идей и практических решений.

www.iblfrussia.org



ВЫСШАЯ ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТА САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА (ВШМ СПбГУ)

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) — один из 24 факультетов старейшего университета России (1724).

Сегодня ВШМ СПбГУ — школа бизнеса №1 в России (2008–2013 гг.) и в Восточной Европе (2012—2013) по результатам международного рейтинга EDUNIVERSAL, лучшая в рейтинге российских бизнес-школ газеты «Известия» (2012—2013). В 2013 г. ВШМ СПбГУ вошла в международный рейтинг Financial Times “Global Masters in Management”, что является беспрецедентным событием для российского высшего образования.

ВШМ СПбГУ реализует портфель дипломных программ в области менеджмента: от бакалавриата до EMBA, а также программы повышения квалификации для руководителей. ВШМ СПбГУ — первая и на данный момент единственная в России и СНГ бизнес-школа, удостоенная самой престижной международной аккредитации EQUIS Европейского фонда развития менеджмента. Кроме того, две дипломные программы имеют международные аккредитации: Executive MBA (AMBA) и бакалавриат (EPAS), полученные впервые в России сроком на 5 лет.

ВШМ СПбГУ является единственным представителем России в глобальных ассоциациях ведущих бизнес-школ: CEMS, PIM, GBSN, GMAC.

ВШМ СПбГУ — признанный национальный лидер научных исследований в области менеджмента. Здесь издаются два ведущих научных журнала («Российский журнал менеджмента» и «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент»»), действует ряд международных научно-исследовательских центров. Среди них — Центр корпоративной социальной ответственности им. ПрайсвотерхаусКуперс, входящий в глобальную исследовательскую сеть GOLDEN for Sustainability, активно сотрудничающий с такими ведущими профессиональными ассоциациями, как ABIS — Академия бизнеса в обществе», «Глобальная инициатива ответственного лидерства» (GRLI), «Круглый стол в Ко» (Caux Round Table), «Европейская ассоциация этики бизнеса» (EBEN). Основными направлениями деятельности центра являются научные исследования, распространение знаний в рамках бизнес-сообщества, преподавание профильных курсов на основных программах ВШМ СПбГУ, а также реализация специализированных корпоративных программ.

Традиционно сильные корпоративные связи — одно из главных конкурентных преимуществ ВШМ СПбГУ. Деканом факультета является А.Л.Костин, Президент-Председатель Правления ОАО Банк ВТБ. В Попечительский совет ВШМ СПбГУ входят руководители 16 компаний-лидеров российского и мирового бизнеса. Попечительский совет ВШМ СПбГУ возглавляет Руководитель Администрации Президента Российской Федерации С.Б. Иванов.

Более подробная информация о ВШМ СПбГУ представлена на сайте **www.gsom.spbu.pu.ru**



АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ КУЛЬТУРЫ

АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ КУЛЬТУРЫ

Что такое АМК?

Ассоциация менеджеров культуры (АМК) — культурная сеть национального масштаба, объединяющая экспертов, консультантов и менеджеров социально-культурных проектов.

Миссия ассоциации

Становление и поддержка профессионального и экспертного сообщества, определяющего культуру как важнейший ресурс общественного и территориального развития, а также формирования нового образа России и включения ее в общемировой культурно-политический тренд.

Эксперты и члены

В АМК входят ведущие представители профессионального сообщества, которые разделяют наши принципы и стремятся использовать свои экспертные компетенции и опыт в целях общественного развития.

Эксперты и члены АМК — это профессионалы, которые обладают значительным опытом реализации культурных инициатив, крупных региональных и межрегиональных социокультурных проектов, исследователи, преподаватели и консультанты в сфере культурной политики и практики.

Проекты

Проекты АМК содействуют формированию и поддержке сообщества, профессиональной среды, обмену опытом между членами АМК, известности профессионального сообщества, поддержке дружеской среды для профессионального общения и созданию «теплой» атмосферы для реализации разных проектов.

Проекты могут быть инициированы как штабом АМК, так и его членами, партнерами и экспертами. Мы участвуем в нестандартных проектах, которые делаются с разными партнерами из сферы НКО, бизнеса и государства.

Ежегодно в проектах АМК участвует более 70 регионов России.

www.amcult.ru



КОМПАНИЯ «САХАЛИН ЭНЕРДЖИ»

«Сахалин Энерджи» является оператором проекта «Сахалин-2» и ведет разработку Пилътун-Астохского нефтяного и Лунского газового месторождений в Охотском море на северо-востоке острова Сахалин. Акционеры компании: ОАО «Газпром» — 50 % плюс одна акция, «Шелл» — 27,5 %, «Мицуи» — 12,5 % и «Мицубиси» — 10 %

акций. Проект «Сахалин-2» — один из крупнейших в мире проектов по добыче и реализации нефти и газа.

В 2009 году компания запустила первый в России завод по производству сжиженного природного газа (СПГ). Менее чем за два года проект «Сахалин-2» достиг полномасштабного производства и стал синонимом безопасности, передовых технологий, надежных поставок энергоносителей на рынки Азиатско-Тихоокеанского региона.

«Сахалин Энерджи» задает планку в вопросах ОТОС, оптимизации производственных процессов, экологической и социальной ответственности. Деятельность компании не просто соответствует международным стандартам, «Сахалин Энерджи» идет дальше и устанавливает эти стандарты — отвечая все более высоким требованиям устойчивого развития.

С 2009 года «Сахалин Энерджи» — участник Глобального договора ООН.

www.sakhalinenergy.ru

**СУЭК**СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ**СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ**

Сибирская угольная энергетическая компания — одна из ведущих угледобывающих компаний мира и крупнейший производитель угля в России. На предприятиях СУЭК, расположенных в семи регионах Сибири и Дальнего Востока, работают свыше 31 тысячи человек. СУЭК сегодня — это 17 разрезов и 12 шахт, 7 обогатительных фабрик и установок, балкерный терминал в порту Ванино, Мурманский морской торговый порт, транспортные и ремонтные предприятия. По запасам угля — 5,9 млрд. тонн — СУЭК занимает пятое место среди угольных компаний мира. По объемам добычи СУЭК входит в десятку крупнейших мировых производителей. СУЭК обеспечивает 27,5% добычи российского угля. СУЭК реализует самую масштабную инвестиционную программу в российской угольной отрасли. В 2012 году объем инвестиций составил 31,9 млрд. руб. СУЭК — ведущий экспортер российского угля. Доля СУЭК в общем объеме российского экспорта угля в 2012 году составила 27,6%. Компания занимает восьмое место среди основных мировых экспортеров угля. Реализацией социальной политики Компании занимается некоммерческая организация «Фонд социально-экономической поддержки регионов «СУЭК— РЕГИОНАМ». В регионах присутствия Компания осуществляет совместные проекты с региональными и муниципальными администрациями, сотрудничает с общественными организациями при реализации своих социально-экономических и благотворительных программ.

www.suek.ru



EN+ GROUP

En+ Group — ведущая российская индустриальная группа, которая объединяет компании, работающие в сфере металлургии, энергетики, горно-рудной промышленности, а также стратегически связанных отраслях.

Среди активов En+ Group — крупнейший в мире производитель алюминия и глинозема ОК РУСАЛ, крупнейшая частная российская электроэнергетическая компания ЕвроСибЭнерго, ведущий производитель ферромолибдена Союзметаллресурс (СМР), угольный и логистический бизнесы.

Ключевые предприятия компаний En+ и новые проекты группы расположены в Восточной Сибири: Забайкалье, Иркутской области, Красноярском крае, Республике Тува и Республике Хакасия. На предприятиях компаний En+ Group работает порядка 100 тыс. сотрудников.

Мы убеждены, что устойчивый экономический рост невозможен без социального прогресса и бережного отношения к окружающей среде.

Именно поэтому акцент на устойчивое развитие входит в число наших приоритетов и является одной из главных составляющих в повседневной деятельности. En+ Group является стратегическим партнером ведущих ВУЗов Восточной Сибири, среди которых Сибирский Федеральный Университет, Иркутский Государственный Университет и Иркутский Государственный Технологический Университет — более 100 талантливых студентов и аспирантов получают именные стипендии компании En+ и проходят стажировки в лучших университетах мира. Компания финансирует общероссийские программы «Школа нового поколения» и «Робототехника», направленные на формирование инженерной элиты России.

Другие направления нашей деятельности в рамках программ по устойчивому развитию включают в себя природоохранные мероприятия, поддержку культуры и спорта.

Президентом и контролирующим акционером En+ Group является Олег Дерипаска.

Акционером En+ Group также является ВТБ Капитал.

www.enplus.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление	3
О проекте	5

Раздел I. Результаты рэнкинга

Победители: Топ-10	9
Участники проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» 2008—2013 гг.	9
Результаты субрэнкингов.	12
Члены жюри рэнкинга.	13

Раздел II. Конкурс благотворительных программ

Номинация Минэкономразвития России: «Лучшая программа (проект), способствующая развитию инфраструктуры деятельности некоммерческих организаций, благотворительности и добровольчества в регионе присутствия компании», Шадрин А.Е.	34
Номинация РСПП: «Лучшая программа (проект) корпоративной благотворительности в стратегии развития компании», Феоктистова Е.Н. ...	40
Номинация Комиссии ОПРФ: «Лучшая программа (проект), способствующая развитию волонтерства в России», Зелькова Л.Г.	46
Номинация IBLF: «Лучшая программа (проект), способствующая вовлечению молодежи в социально-экономическое развитие регионов РФ», Ткаченко Б.Н.	52
Номинация АМК: «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку современного искусства», Фокина Е.Б.	58
Номинация ВШМ СПбГУ: «Лучшая программа (проект), способствующая развитию профессионального образования в Российской Федерации», Благов Ю.Е.	61

Раздел III. Интервью

Мария Грачева, En+ Group	67
Александр Вихров, Банк УРАЛСИБ	70
Инна Прохорова, КБФ «Катрен»	77
Александра Макеева, «Нестле Россия»	83
Александр Кастровец, ЗАО «ОМК»	87
Олег Сапожников, «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»	93
Наталья Поппель, ОАО «Северсталь»	96
Сергей Григорьев, ОАО «СУЭК»	101
Рашид Нуреев, ОАО «СИБУР Холдинг»	107
Татьяна Авраменко, ЗАО КБ «Ситибанк»	112
Елена Журавлева, ОАО «Авиационная компания «ТРАНСАЭРО»	115

Раздел IV. Организаторы и партнеры

Форум Доноров	123
Газета «Ведомости»	124
PwC	125
Министерство экономического развития Российской Федерации	126
Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)	127
Комиссия по развитию благотворительности и волонтерства ОПРФ:	128
IBLF — Международный форум лидеров бизнеса	130
Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ)	131
Ассоциация менеджеров культуры	132
Компания «Сахалин Энерджи»	133
Сибирская угольная энергетическая компания	134
En+ Group	135

Редактор:
Александра Болдырева

Дизайн и верстка:
Юрий Васильков

Над сборником работали:
Лидия Тихонович
Екатерина Шендрик

Подписано в печать 14.11.2013
Тираж 500 экз.
Бумага мелованная, печать цифровая,
Усл.-печ. л. 9,13

Форум Доноров
127255, Москва, ул. Суцеская, д. 9, стр.4

Отпечатано в типографии «Флай-арт»
129110, Москва, проспект Мира, 49