национальные ПРИОРИТЕТЫ

РЭНКИНГ ВКЛАДА БИЗНЕСА И НКО В РЕАЛИЗАЦИЮ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

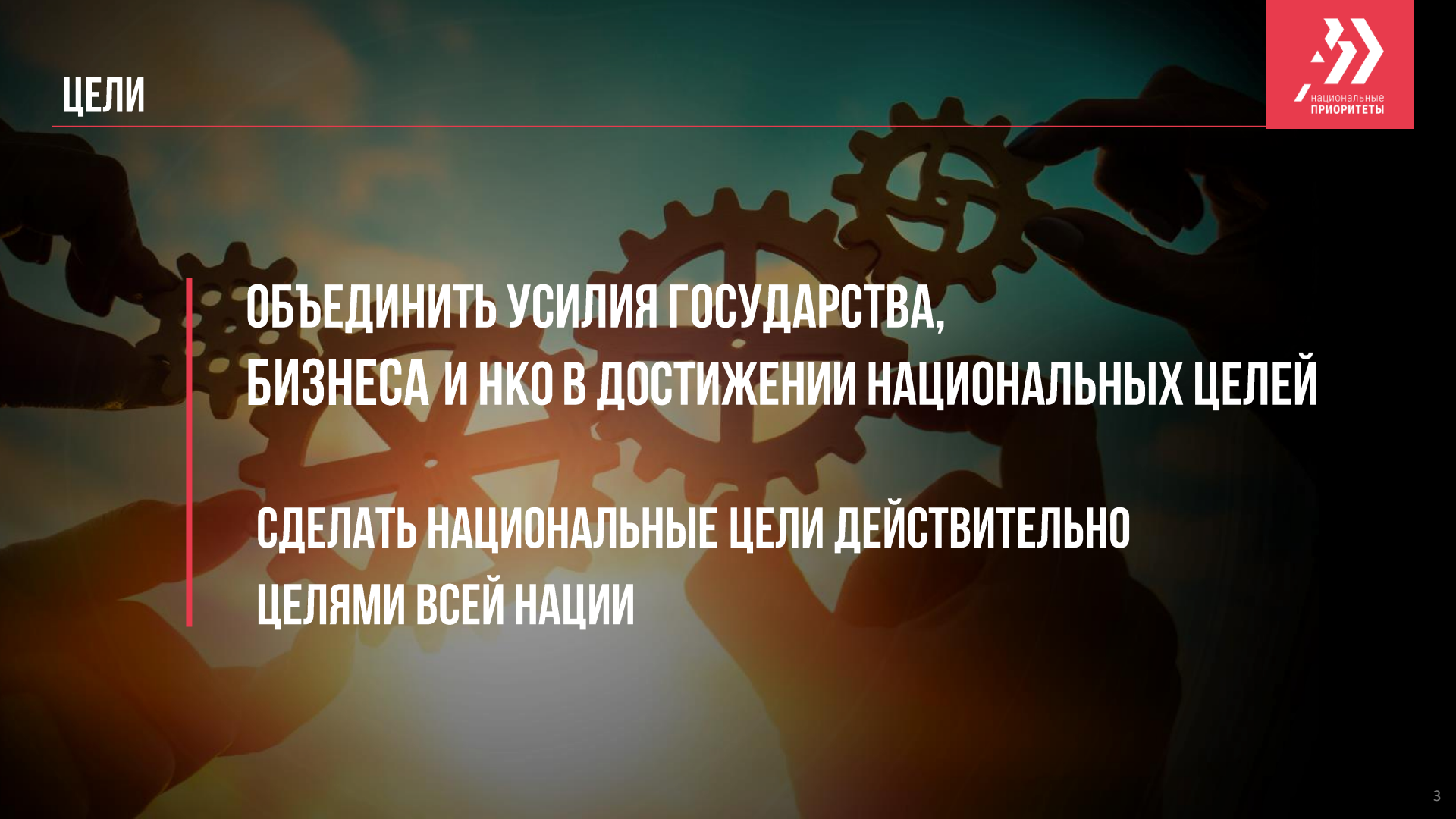
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

«Конечная цель всех этих мероприятий заключается в том, чтобы поставить экономику на новые рельсы и на этой базе – поднять уровень жизни наших граждан, обеспечить безопасность нашего государства на длительную историческую перспективу...

Испытания кризиса показали, насколько важно, когда бизнес, компании на деле, конкретными решениями демонстрируют ответственность за страну, за регион, за город, в котором они работают, за специалистов их коллективов, реализуют проекты в социальной сфере, в области защиты окружающей среды»

В.В. ПУТИН
Президент Российской Федерации

ЦЕЛИ



ОБЪЕДИНИТЬ УСИЛИЯ ГОСУДАРСТВА,
БИЗНЕСА И НКО В ДОСТИЖЕНИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ

СДЕЛАТЬ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО
ЦЕЛЯМИ ВСЕЙ НАЦИИ

РЭНКИНГ

РЭНКИНГ — ранжирование корпоративных социальных и благотворительных практик бизнеса и НКО, соответствующих национальным целям и задачам национальных проектов.

КАК СТАТЬ УЧАСТНИКОМ РЭНКИНГА (точки входа)

- Через партнеров рэнкинга, гарантирующих верификацию социальных практик (РСПП, Ассоциация менеджеров, Деловая Россия, Премия «Мы вместе», «Лидеры корпоративной благотворительности»)
- Совместные проекты с АНО «Национальные приоритеты»

КАКИЕ ПРАКТИКИ?

Практики КСО и в области устойчивого развития бизнеса и НКО, соответствующие национальным целям и национальным проектам

РЭНКИНГ

РЭНКИНГ БУДЕТ УЧИТЫВАТЬ

Активность компании в реализации национальных проектов: если компания реализует социальную активность в рамках нескольких национальных проектов, участие будет оцениваться в рамках каждого из них.

Масштаб социального проекта: федеральный или региональный

КТО ОЦЕНИВАЕТ?

Экспертиза практик проводится совместно с организациями-партнёрами рэнкинга и представителями исполнительной власти – губернаторами регионов, где предприятия и НКО-кандидаты осуществляют свою деятельность.

ОПЕРАТОР РЭНКИНГА

АНО «Национальные приоритеты»

МЕТОДОЛОГИЯ РЭНКИНГА: КРИТЕРИИ И ОЦЕНКА

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВКЛАДА БИЗНЕСА В РЕАЛИЗАЦИЮ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ	«ВЕС» КРИТЕРИЯ
1) Практики КСО и в области устойчивого развития Соответствие программы КСО целям и задачам национальных и федеральных проектов.	**1 балл**
2) Премии партнеров рэнкинга. Наличие у программы премий партнёров.	**0,5 балла**
3) ESG-индексы РСПП. Вхождение в группу лидеров индекса «Вектор устойчивого развития».	**0,5 балла**
4) Вклад в жизнь региона. Позитивный социально-экономический эффект, оказываемый программой на благосостояние жителей региона присутствия (оценка губернаторов).	**0,5 балла**
5) Совместные проекты с АНО «Национальные приоритеты». Реализация совместных коммуникационных проектов с АНО «Национальные приоритеты».	**1 балл**

ПАРТНЁРЫ РЭНКИНГА

РСПП

KPMG

ДЕЛОВОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ РОССИИ
АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ
ОСНОВАНО В 1999 ГОДУ

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВАЯ РОССИЯ

АВЦ
АССОЦИАЦИЯ ВОЛОНТЕРСКИХ ЦЕНТРОВ

Форум Доноров

КРИТЕРИЙ 1. «ПРАКТИКИ КСО/В ОБЛАСТИ УР»

Партнёры предлагают компаниям,
входящих в их объединения,
подать заявки на участие в рэнкинге.

РСПП

Крупный бизнес:
промышленность, научные, финансовые и коммерческие организации

ДЕЛОВАЯ РОССИЯ

Средний бизнес:
частные несырьевые компании

Форум Доноров

Компании и организации,
системно занимающиеся благотворительной
и социальной деятельностью

Для участия компаниям-претендентам необходимо заполнить анкету о своих практиках:

- Название компании
- Название программы КСО/в области УР;
- Задачи какого нацпроекта решает данная программа;
- Достижению каких из целей и задач и какого федерального проекта содействует программа
- На каком уровне реализуется проект: федеральном или региональном
- Цель и задачи программы
- Сроки реализации программы
- Детальное описание программы
- Результаты программы в цифрах (объем инвестиций, кол-во бенефициаров, экономический эффект и т.д.) за прошлый год

КРИТЕРИЙ 2. «ПРЕМИИ ПАРТНЕРОВ РЭНКИНГА»

Практики КСО, получившие призовые места в конкурсах и рейтингах партнеров, получают дополнительные баллы. Список партнеров будет расширяться, соответственно будет расширяться и список конкурсов, результаты которых будут учитываться по этому критерию.

- РСПП → Всероссийский конкурс «Лидеры российского бизнеса: динамика, ответственность, устойчивость»
- Деловая Россия → Всероссийский ежегодный конкурс «Люди дела», номинация «Благое дело»
- Форум Доноров → Исследование и рейтинг «Лидеры корпоративной благотворительности»
- Ассоциация менеджеров → Всероссийский конкурс проектов корпоративного волонтёрства «Чемпионы добрых дел» и конкурс корпоративных проектов «People Investor»
- #МЫВМЕСТЕ → Международная премия #МЫВМЕСТЕ

КРИТЕРИЙ 3. «ESG-ИНДЕКСЫ РСПП»

Помимо конкурса у партнёра рэнкинга РСПП есть комплекс инструментов независимой оценки деятельности компаний в сфере устойчивого развития и социальной ответственности, состоящий из:

Индекс «Ответственность и открытость»
индекс раскрытия информации: насколько прозрачна «польза» компаний для общества? Насколько деятельность в области УР представлена в конкретных, измеряемых показателях?

По итогам оценки формируется две группы лидеров А и В, у которых значение индивидуального индекса выше 0,55.

Индекс «Вектор устойчивого развития»
индекс динамики результативности деятельности компаний в сфере УР/КСО: какую динамику результатов отражают раскрываемые данные? Снижается ли экологическая «цена» производства? Предлагается ли больше социальных благ?

Индекс рассчитывается для компаний, вошедших в группы А и В индекса «Ответственность и открытость».

Компании, вошедшие в группу лидеров индекса «Вектор устойчивого развития», получают дополнительные баллы.

КРИТЕРИЙ 4. «ВКЛАД В ЖИЗНЬ РЕГИОНА»

Представленные партнерами практики направляются губернаторам регионов, в которых предприятие-претендент осуществляет свою деятельность. Губернаторы оценивают, насколько социальная деятельность компании значима для региона и его жителей по следующим критериям :

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ	Позитивный эффект, оказанный предприятием на экономическую ситуацию в регионе
СОЦИАЛЬНЫЙ	Вклад предприятия в повышение уровня жизни жителей региона
КУЛЬТУРНЫЙ	Сохранение регионального культурного наследия, как материального (например, реставрация исторических архитектурных объектов), так и нематериального (поддержка или возрождение традиционных ремесел, сохранение региональных культурных традиций)
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ	Вклад предприятия в воспитание и образование молодого поколения жителей региона и профессиональную интеграцию молодых специалистов

КРИТЕРИЙ 5. «СОВМЕСТНЫЕ ПРОЕКТЫ С АНО «НП»

Компании, не входящие в объединения партнёров рэнкинга, также смогут получить статус **«Партнёр национальных проектов»** за программы, реализованные совместно с АНО «Национальные приоритеты». Примеры партнёрских проектов, осуществлённых в 2020 году:

LG SIGNATURE

ГМИИ им. А.С. Пушкина

LG создал виртуальный тур по экспозиции музея: 4 ролика, каждый из которых посвящен определенной художественной работе из собрания музея. Ролики размещены на платформе IVI, а также транслируются на экранах в фирменном магазине LG в ТЦ Метрополис.

АЭРОФЛОТ Российские авиалинии

Детский набор для рисования

Каждый ребенок на борту бесплатно получает «детский набор от Аэрофлота», в котором один из разворотов раскраски посвящен известным культурным объектам страны — Музею мирового океана и Театру кукол им. Образцова.

X5 RETAIL GROUP

Здоровая «корзина доброты»

В ходе благотворительной акции «Корзина доброты» X5 Retail Group предлагает продовольственные наборы, которые бесплатно получают нуждающиеся. Наборы разработаны для разных категорий населения – студентов, пенсионеров, многодетных семей и других.

АКТИВНОЕ ПОКОЛЕНИЕ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ФОНДА ТИМЧЕНКО

Фонд Тимченко и ВШЭ. Лучшие практики активного долголетия

Поиск и отбор более чем 100 лучших практик для улучшения жизни поколения 50+ по России. Подготовка сборника практик для распространения и тиражирования.

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

Практики, вошедшие в рэнкинг, будут представлены в партнёрском блоке соответствующего федерального проекта на сайте **национальныепроекты.рф**.

Ежегодные результаты рэнкинга будут объявлены в публикации одного из топовых бизнес-медиа и размещены на сайте АНО «Национальные приоритеты»

Приоритетное вовлечение в имиджевые акции в рамках продвижения НП, проведение совместных специальных акций, проектов, мероприятий, онлайн-активностей

Приоритетное участие представителей партнёра в **деловых мероприятиях**, реализуемых в рамках НП, и готовность АНО «Национальные приоритеты» к ответному участию в мероприятиях партнёра

Приоритетное упоминание роли партнёра в докладах (отчетах) по результатам исполнения НП

АНО «Национальные приоритеты» сможет включать практики ренкинга в **обзоры программ КСО**, которые будут размещаться на медиаресурсах

(лонгриды на сайте национальныепроекты.рф, посты в соцсетях, распространение через СРК и таргетированные доставки новостей).

СТАТУС «ПАРТНЁР НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ»

Для поощрения компаний, делающих наиболее весомый вклад в решение целей и задач национальных проектов учрежден официальный статус **«Партнер национальных проектов».** Этот статус – залог взаимовыгодного долгосрочного сотрудничества государства и бизнеса в рамках реализации целей и задач национальных проектов.

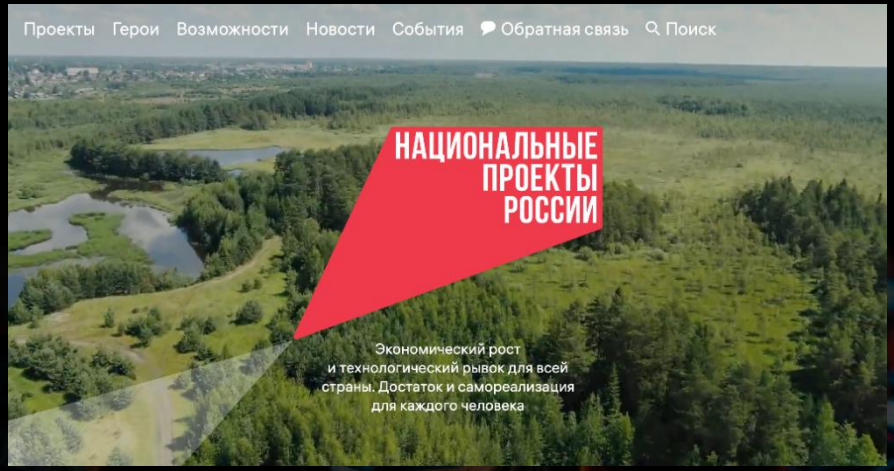
БИЗНЕС:

- **Выводит свою социальную активность на государственный уровень:** практики КСО представлены как деятельность по достижению национальных целей, во имя блага всей России и ее граждан.
- **Получает публичное признание своего вклада** в реализацию национальных целей и национальных проектов.

ГОСУДАРСТВО:

- **Вовлекает бизнес и общественные организации в реализацию национальных целей и национальных проектов,** признаёт их вклад и конвертирует наработки компаний и общественных организаций в идеологический формат.
- **Получает поддержку реализации нацпроектов** инфраструктурными и человеческими ресурсами бизнеса и НКО.

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:
МЕДИАРЕСУРСЫ АНО «НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ»



1,5 МЛН

среднее количество посещений в неделю

27,7 МЛН

уникальных пользователей с момент запуска сайта 10 ноября 2020 года

Национальныепроекты.рф – это платформа для информирования о возможностях, которые открывают национальные проекты России для каждого.

В фокусе – сервисная составляющая, которая делает ресурс удобным навигатором по основной информации:

- Описание 13 национальных проектов и всех входящих в них федеральных проектов;
- Рассказ о возможностях, открытых для граждан РФ, с реальными историями;
- Ежедневно обновляемый раздел «Здесь и сейчас» с подборкой свежей информации и пояснениями.

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:
МЕДИАРЕСУРСЫ АНО «НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ»

Для максимального охвата аудитории во всех ведущих социальных медиа, включая мессенджеры и видеохостинги, созданы аккаунты национальных проектов России.

АНО «Национальные приоритеты» получает эксклюзивную информацию из первых рук — от исполнителей нацпроектов, тщательно выверяет ее и адаптирует формат подачи под специфику площадки. При этом при публикации постов используется единый визуальный стиль, обеспечивающий узнаваемость тематики национальных проектов России.

>2,7 МЛРД КОНТАКТОВ

с момент запуска в августе 2020 года

>440 ТЫС. ПОДПИСЧИКОВ

*Общий охват всех соцсетей за весь период работы

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА: МЕДИАРЕСУРСЫ АНО «НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРТЕТЫ»

С момента запуска 1 июня 2020 года СРК стала главным национальным агрегатором новостей о ходе реализации нацпроектов.

3 086 ОРГАНИЗАЦИЙ, ОТВЕЧАЮЩИХ ЗА РЕАЛИЗАЦИЮ НАЦПРОЕКТОВ, ИЗ НИХ:
- **49** ФОИВОВ
- **1264** РОИВОВ
- **989** МУНИЦИПАЛИТЕТОВ
- **784** ИНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

1 534 СМИ ПОДКЛЮЧЕНО, ИЗ НИХ:
- **33** ФЕДЕРАЛЬНЫХ
- **1501** РЕГИОНАЛЬНЫХ

57 641 РАЗМЕЩЕНО ИНФОПОВОДОВ В СИСТЕМЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ:
- **11 684** ЗА 2021 ГОД

Система сбора и распределения контента (СРК) – это коммуникационная платформа, позволяющая исполнителям нацпроектов обмениваться со СМИ поводами для новостей в режиме реального времени. Добавление информационного повода занимает менее 30 секунд.

Запуск системы вывел на новый уровень качество коммуникации: федеральным СМИ стали доступны истории из субъектов Федерации, которые ранее освещались исключительно на региональном уровне. Журналисты мгновенно могут брать инфоповод для публикации, а пресс-секретари видят, какие СМИ заинтересовались информацией.

национальные ПРИОРИТЕТЫ

СПАСИБО!