



ЛИДЕРЫ
КОРПОРАТИВНОЙ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

ВСЁ О ЛИДЕРАХ 2022

ВКЛАД РУСАЛА В УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ ЗА 2010–2022 ГОДЫ В РОССИИ

13,9
млрд руб.
суммарные
инвестиции

684
млн руб.
общая сумма
грантов



1597 грантов
на проекты



510 объектов
инфраструктуры



2 млн
благополучателей



245
стипендиатов





ЛИДЕРЫ

КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

**ЛИДЕРЫ
КОРПОРАТИВНОЙ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ**

2022

Всё о лидерах 2022: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2022». — М.: Форум Доноров, 2022.

Издание подготовлено по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2022», который реализует Ассоциация грантодающих организаций «Форум Доноров». Партнерами проекта являются ИД «Коммерсантъ» и Группа компаний Б1.

Книга состоит из нескольких частей: статьи по итогам исследования деятельности социально активных компаний, результатов федерального рейтинга и описания корпоративных социальных проектов и программ, которые вошли в число призеров номинаций. Издание предназначено для представителей бизнеса, ответственных за принятие решений и реализацию проектов в сфере корпоративной благотворительности и социальных инвестиций, сотрудников государственных учреждений и некоммерческих организаций, исследователей корпоративной благотворительности.

Автор-составитель: Светлана Саркисова

Дизайн и верстка: Иван Петрович

Над сборником работали: Юрий Благов, Ирина Ефремова-Гарт, Светлана Герасимова

© Форум Доноров, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	5
РАЗДЕЛ 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА	39
МЕТОДОЛОГИЯ РЕЙТИНГА	39
СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ — 2022»	40
НОМИНАЦИИ	41
ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ.....	45
О КОМПАНИЯХ А+ РЕЙТИНГА	49
РАЗДЕЛ 3. КОНКУРС СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ.....	61
Номинация «Лучшая программа (проект), способствующая профессионализации некоммерческого сектора», партнер Министерство экономического развития Российской Федерации	61
Номинация «Лучшая программа (проект) в сфере молодежной политики Российской Федерации», партнер Министерство науки и высшего образования Российской Федерации	71
«Лучшая программа (проект) в сфере развития инклюзии», партнер номинации: Счетная палата Российской Федерации	83
Номинация «Лучшая корпоративная программа социальных инвестиций в территориях в контексте устойчивого развития и стратегии бизнеса», партнер Российский союз промышленников и предпринимателей.....	95
Номинация «Лучшая корпоративная программа (проект) по развитию женского лидерства», партнер Совет Евразийского женского форума при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации.....	117
Номинация «Лучшая программа, способствующая устойчивому развитию с помощью грантовых конкурсов (лучший грантовый конкурс)», партнер Фонд президентских грантов.....	125
Номинация «Лучшая программа, способствующая реализации Целей Устойчивого Развития ООН по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека в интересах устойчивого развития», партнер ООН в России (Объединенная Программа ООН по ВИЧ/СПИДу — ЮНЭЙДС, Информационный Центр ООН в Российской.....	138
Номинация «Лучшая программа (проект) в сфере экопросвещения», партнер Международный форум «Экология».....	150
Специальная номинация Форума Доноров «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства»	164

ВСТУПЛЕНИЕ

Открывая прием заявок на конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности» в этом году мы не знали, какие программы и проекты мы увидим и сколько компаний примут решение продолжить участие. Тем не менее мы были уверены, что нужно сохранить не только проект, но и все его составляющие — исследование, конкурс программ, сопутствующие встречи и обмен опытом. Сегодня можно констатировать, что в 2022 году в конкурсе приняло участие 60 компаний, подведены итоги девяти номинаций, а анализ анкет рейтинга продемонстрировал высокий уровень зрелости компаний в отношении вопросов управления социальными проектами.

Несмотря на турбулентность и высочайший уровень неопределенности, которые стали характерными признаками сегодняшнего времени, результаты конкурса свидетельствуют об уверенном желании существенной части бизнеса сохранить и продолжить то, что он делал до 2022 года — развивать регионы, поддерживать партнеров, реализовывать долгосрочные программы. Аккуратно и осознанно, с пониманием собственной ответственности и существующих рисков, в соответствии со стратегиями, принятыми компаниями, значительная часть которых открыта и доступна для ознакомления с ней. В этом году все участники рейтинга представили информацию о документальном закреплении стратегий корпоративной благотворительности, а три четверти из них предоставляли доступ к документам, в которых эти стратегии зафиксированы. Практически все компании, участвовавшие в «Лидерах корпоративной благотворительности», отражают свою благотворительную деятельность в регулярной корпоративной нефинансовой и интегрированной отчетности.

Повышение уровня прозрачности корпоративной благотворительности становится одним из основных трендов времени. Если еще недавно мы говорили о прозрачности, исключительно используя показатель раскрытия бюджетов, то сегодня компании считают возможным и правильным делать прозрачными процедуры и системы принятия решений.

Эксперты конкурса отмечают желание и готовность российского бизнеса следовать международным стандартам, принципам Глобального договора ООН, Целям устойчивого развития ООН т.д. Несмотря на существующие сложности в коммуникациях с международными организациями, компании, принимающие участие в проекте, подтверждают свою готовность быть последовательными. Еще одним характерным трендом стал рост внимания к национальным целям и проектам. Продолжая держать в фокусе внимания бизнес стратегии своих компаний, бизнес в процессе определения приоритетов корпоративной благотворительности всё чаще сонастраивает их с национальными целями, т. к. понимает для себя важность координации усилий, что позволяет максимально эффективно и с наибольшим социальным эффектом использовать имеющиеся ресурсы.

Александра Болдырева,
Исполнительный директор АГО «Форум Доноров»

РАЗДЕЛ 1

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Юрий Благов
Анастасия Петрова-Савченко
Екатерина Космачева

*Центр корпоративной социальной ответственности,
Институт «Высшая школа менеджмента» СПбГУ*

СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ: АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ

Корпоративная благотворительность во всем мире традиционно рассматривается в контексте реализуемой компаниями ESG-повестки. Однако глобальная ориентация на Цели устойчивого развития (ЦУР) ООН, наряду с широким вовлечением компаний в достижение Национальных целей развития Российской Федерации на период до 2030 г., придает развитию корпоративной благотворительности новый импульс.

Благотворительные проекты и программы помогают компаниям вовлекаться в решение актуальных экономических, социальных и экологических проблем, в том числе связанных с пандемией COVID-19 и текущим геополитическим кризисом. Сама корпоративная благотворительность при этом приобретает все более стратегический характер, превращается в один из элементов системы корпоративных социальных инвестиций¹.

Анализ и интерпретация данных, представленных компаниями — участниками проекта «Лидеры корпоративной благотворительности 2022», дают возможность сформулировать некоторые предположения о текущем состоянии стратегий корпоративной благотворительности. Изменение выборки компаний, представленных в исследовании, накладывает серьезные ограничения на достоверность сопоставления и соответствующей интерпретации данных за многолетний период реализации проекта. Соответственно, отмечая сохранение общих тенденций развития корпоративной благотворительности, проявившихся в России в последние годы, авторы ограничиваются анализом данных, представленных в 2022 г.² В частности,

¹ В анкетах, представленных компаниями-респондентами в 2022 г., использовался термин «корпоративная благотворительность/социальные инвестиции». В рамках данной работы для упрощения восприятия использован термин «корпоративная благотворительность», которая рассматривается в контексте социальных инвестиций.

² Актуальные данные 2021–2022 гг., представленные в настоящем исследовании, обозначены как данные за 2022 г.

проведены анализ и интерпретация причин и целеполагания благотворительной деятельности; документального закрепления соответствующих стратегий; направлений, форм и элементов (инструментов) благотворительной деятельности.

Характеристика выборки

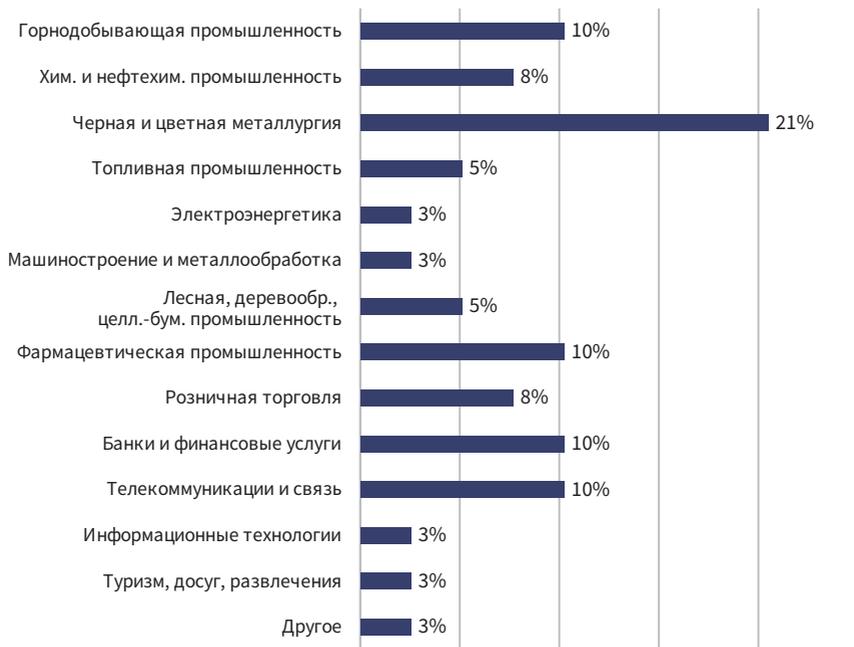
В исследовании корпоративной благотворительности 2022 г. приняли участие 39 компаний, почти половина которых (46%) ведут операционную деятельность на всей территории Российской Федерации, а 62% работают и за ее пределами. В основном компании-респонденты ведут благотворительную деятельность в тех регионах, в которых осуществляются их бизнес-процессы (рис. 1). Что же касается благотворительных проектов, осуществляемых за пределами Российской Федерации, то их реализуют только 19% компаний.

Отраслевая принадлежность компаний-респондентов включает 13 отраслей (рис. 2). Наиболее широко представлены компании в области черной и цветной металлургии (21%); горнодобывающей, фармацевтической промышленности, банковских и иных финансовых услуг, телекоммуникаций и связи (по 10%); химической и нефтехимической промышленности, розничной торговли (по 8%). Географическое и отраслевое разнообразие определяет разные подходы к стратегии корпоративной благотворительности, ее направлениям, формам и элементам



Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 1. География операционной и благотворительной деятельности компаний-респондентов



Компании-респонденты могли выбирать более одного варианта ответа

Рис. 2. Отраслевая принадлежность компаний-респондентов

(инструментам) реализации, поэтому выводы данного исследования не являются абсолютными для каждого из респондентов. Однако они позволяют описать общие характеристики состояния корпоративной благотворительности, осуществляемой относительно крупными коммерческими компаниями на территории Российской Федерации.

Численность российских сотрудников компаний-респондентов зависит как от масштаба деятельности, так и от отраслевой принадлежности и составляет от 350 до 360 000 человек. Заявленный процент волонтеров варьируется от 0 до 75% от числа сотрудников. Этот процент в том числе зависит от выбранных направлений корпоративной благотворительности, а также ее форм и масштаба сотрудничества с партнерскими организациями. Различие социальных проблем, на решение которых направлены благотворительные программы, подразумевает разные возможности вовлечения сотрудников в их реализацию. Для большинства же компаний, принявших участие в исследовании (около 69%), характерно вовлечение в волонтерскую деятельность до 10% сотрудников.

Целеполагание благотворительной деятельности

Целеполагание является важнейшим элементом разработки и реализации стратегии корпоративной благотворительности. Проведенное на основе контент-анализа исследование представленных компаниями анкет и документов позволяет, во-первых, сформулировать и интерпретировать общие предположения о причинах развития корпоративной благотворительности, во-вторых, определить относительную приоритетность конкретных целей, которые ставят перед собой компании-респонденты.

Причины вовлечения компаний в благотворительную деятельность в рамках продолжающегося аналитического исследования по проекту «Лидеры корпоративной благотворительности» традиционно подразделяются на четыре категории. Это — внутренние причины морального и экономического характера; внешние причины, отражающие экстраординарные ожидания заинтересованных сторон; а также «условно внешние» причины наследующего характера (следование стратегиям материнских компаний и холдингов, либо — сохранение «переходящих» обязательств по поддержке территорий присутствия).

Анализ материалов, представленных компаниями в 2022 г. демонстрирует, что большинство из них руководствуется комплексом причин, причем наиболее типичным оказался вариант совмещения причин морального и экономического характера (74% компаний-респондентов). Данный вариант может рассматриваться как стратегически наиболее корректный, отражающий понимание компаниями важности решения социальных и экологических проблем в контексте устойчивого развития, не отменяющих специфики бизнес-деятельности. В свою очередь, на очевидный приоритет либо моральных, либо экономических причин указали лишь 20% и 23% компаний соответственно. Что же касается причин внешнего характера, то компании их практически не рассматривали в контексте целей корпоративной благотворительности. Серьезное воздействие внешних экстраординарных факторов 2020–2021 гг., и в особенности 2022 г., компании, как правило, соотносили с корректировками содержания благотворительных программ в рамках существующих направлений. На причины наследующего характера в 2022 г. указала лишь одна компания, что не только отражает устойчивую тенденцию, но и объясняется существенным уменьшением доли международных компаний в выборке исследования.

Что же касается конкретных целей корпоративной благотворительности (рис. 3), то подавляющая часть компаний (77%) выделила в качестве приоритета повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия — комплексную цель социальных инвестиций. Эта цель не только охватывает все составляющие устойчивого развития (экологическую, социальную и экономическую), но и отражает отмеченное выше соединение моральных и экономических причин вовлечения компаний в корпоративную благотворительность. Показательно, что в качестве самостоятельных целей решение социальных проблем и охрану окружающей среды

выделили только 31% и 33% компаний-респондентов соответственно. В то же время 54% компаний в качестве цели отметили укрепление бренда работодателя, что стало вторым приоритетом в ряду рассматриваемых вариантов.

Важно отметить, что 46% компаний-респондентов указали в качестве цели развитие партнерских отношений со всеми заинтересованными сторонами, 26% компаний отдельно выделили развитие отношений с бизнес-партнерами, а 28% компаний — с органами государственного управления. Учитывая, что сами по себе партнерства являются не столько конечной целью, сколько важным инструментом устойчивого развития (ЦУР-17 «Партнерство в интересах устойчивого развития»),



Компании-респонденты могли выбирать более одного варианта ответа

Рис. 3. Цели благотворительной деятельности компаний-респондентов

можно не только констатировать относительно высокую заинтересованность компаний-респондентов в развитии партнерских отношений при реализации благотворительных программ, но и выдвинуть гипотезу о необходимости ее дальнейшего повышения. Показательно, что у вышеотмеченной группы компаний, выделивших в качестве приоритета повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия, указание на развитие партнерских отношений со всеми заинтересованными сторонами (50% в рамках группы) лишь немного превышает средние значения по выборке.

Направления корпоративной благотворительности

Важнейшим содержательным аспектом анализа стратегий корпоративной благотворительности является исследование текущего состояния и распределения направлений благотворительных проектов и программ. Анализ данных, полученных в 2022 г., позволяет выделить несколько характеристик этого распределения (рис. 4).

Прежде всего, можно выделить группу наиболее популярных направлений, представленных в более 50% компаний-респондентов. В качестве безусловных лидеров (от 80 до 100% компаний) выступают семь направлений: социальная защита (98% компаний); образование и экология (по 95% компаний); здравоохранение, спорт и здоровый образ жизни (по 92% компаний); а также развитие местных сообществ, культура и искусство (87% и 80% компаний соответственно). В свою очередь, менее 40% компаний-респондентов реализуют такие направления корпоративной благотворительности, как религия и духовное развитие, защита прав и свобод (по 36%); развитие правопорядка (34%); национально-этническая сфера (28%).

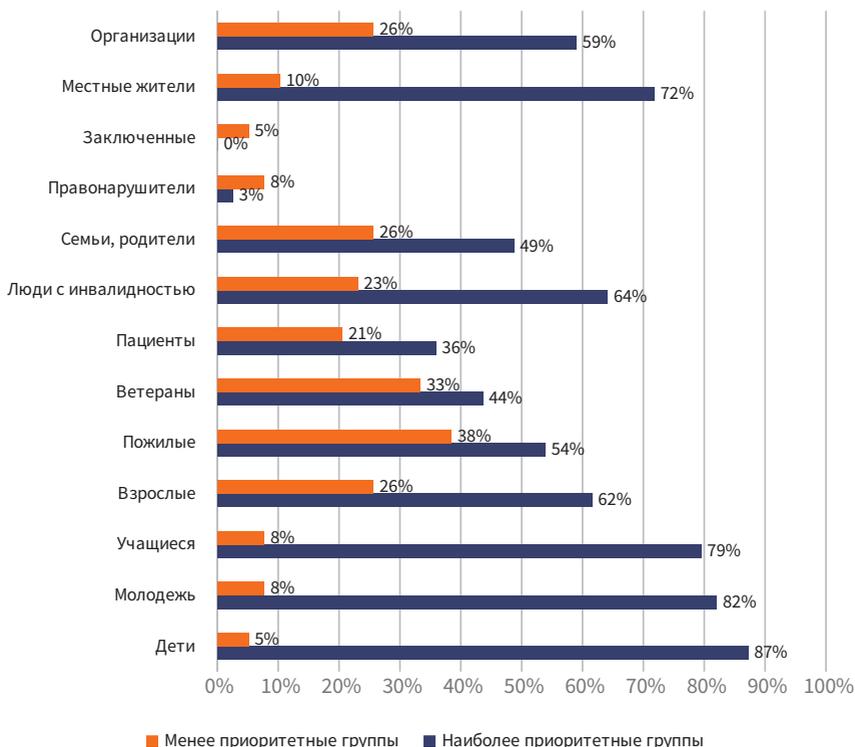
Что же касается разделения направлений корпоративной благотворительности на «основные» и «второстепенные», то наиболее популярным направлениям соответствуют как преимущества «основного» выбора (59–77%), так и наиболее значительные «разрывы» между двумя показателями (от 36% до 59%). Своеобразным исключением стала поддержка социальной защиты, демонстрирующая меньший «разрыв» (62% основного выбора против 26% второстепенного). Наиболее высокий показатель основного выбора (77%) пришелся, соответственно, на образование, экологию и развитие местных сообществ. Самые высокие показатели среди «второстепенных» направлений продемонстрировали помощь животным (54% компаний-респондентов), а также безопасность жизнедеятельности, трудоустройство и трудовая адаптация (по 46% компаний-респондентов).

Данные, представленные компаниями по группам благополучателей, персонализирующих соответствующие социальные проблемы, в целом коррелируют с выбором направлений корпоративной благотворительности (рис. 5). К основным благополучателям с наибольшими «разрывами» между показателями «наибольшей» и «меньшей» приоритетности относятся дети, молодежь и учащиеся



Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 4. Направления корпоративной благотворительности, 2022 г.

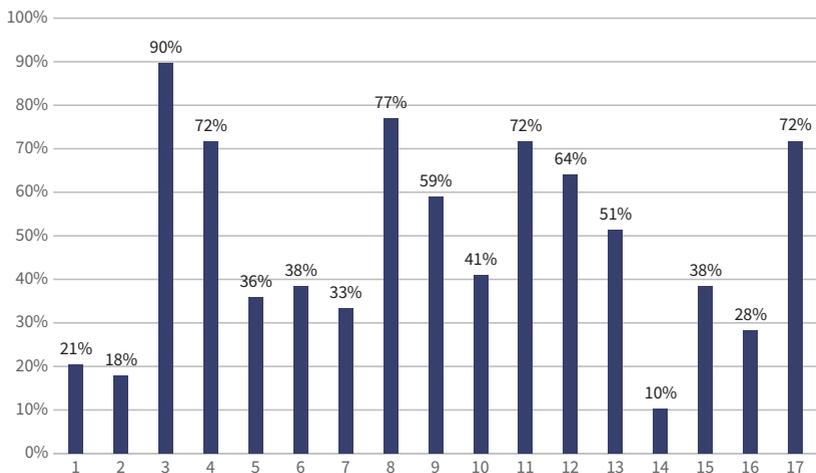


Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 5. Благополучатели корпоративной благотворительности, 2022 г.

(87, 82 и 79% компаний-респондентов соответственно с «разрывами» от 71 до 82%), ассоциируемые, прежде всего, с поддержкой образования; а также местные жители (72% компаний-респондентов с «разрывом» в 62%), взрослые люди (62% компаний-респондентов с «разрывом» в 36%) и люди с инвалидностью (64% с «разрывом» в 41%), традиционно связываемые с поддержкой развития местных сообществ, социальной защитой и здравоохранением. Стоит отметить, что 85% компаний в качестве благополучателей указали организации, причем 59% отнесли их к наиболее приоритетной группе, что демонстрирует их заинтересованность в развитии партнерских отношений, в том числе — с профильными НКО.

Актуальным аспектом анализа направлений корпоративной благотворительности является их соотнесение с ЦУР ООН и Национальными целями развития Российской Федерации на период до 2030 года. В 2022 г. 100% компаний-респондентов сообщили о соотнесении своей благотворительной деятельности с ЦУР ООН (рис. 6). Среди ЦУР ООН, на участие в достижении которых преимущественно указывают



Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 6. Соотнесение благотворительной деятельности с ЦУР ООН, 2022 г.



компании-респонденты, — ЦУР-3 «Хорошее здоровье и благополучие» (90%), ЦУР-8 «Достойная работа и экономический рост» (77%), ЦУР-4 «Качественное образование», ЦУР-11 «Устойчивые города и населенные пункты» и ЦУР-17 «Партнерство в интересах устойчивого развития» (по 72% компаний-респондентов). Очевидно, что эти данные в целом коррелируют с отмеченными выше популярными направлениями корпоративной благотворительности — поддержкой здравоохранения и образования, экологией, социальная защита и развитие местных сообществ. При этом важно отметить, что ориентация на ЦУР-17 соответствует как самому духу, так и практике развития корпоративной благотворительности. Впрочем, в качестве

определенного резерва для роста стоит отметить относительно низкие показатели по участию компаний в достижении таких экологически направленных ЦУР ООН, как ЦУР-6 «Чистая вода и санитария» (38%), ЦУР-7 «Недорогостоящая и чистая энергия» (33%), ЦУР-13 «Борьба с изменением климата» (51%), ЦУР-14 «Сохранение морских экосистем» (10%) и ЦУР-15 «Сохранение экосистем суши» (38%). Соответственно, можно предположить, что высокая приоритетность направления «экология» преимущественно соотносится компаниями с проблематикой хорошего здоровья и благополучия.

Учет компаниями-респондентами Национальных целей развития Российской Федерации в выборе направлений благотворительной деятельности, как правило, совпадает с их ориентацией на соответствующие ЦУР ООН. Так, 95% компаний-респондентов указали на цель «Сохранение населения, здоровья и благополучия людей», 86% — на цель «Комфортная и безопасная среда для жизни», 84% — на цель «Возможность самореализации и развития талантов», 68% — на цель «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство», 54% — на цель «Цифровая трансформация». Важно отметить, что корпоративная благотворительность, развивающаяся как один из бизнес-процессов, имеющий свои ограничения, не исчерпывает и не может исчерпывать всех форм участия компаний-респондентов в достижении ЦУР ООН и Национальных целей развития Российской Федерации. Более того, можно выдвинуть предположение, что традиционная фокусировка корпоративной благотворительности на определенных направлениях является основной причиной того, что компании не столько формируют дополнительные направления благотворительной деятельности, ориентированной на «новые» для себя цели, сколько соотносят с этими целями уже существующие программы и проекты. Тем не менее, ориентация компаний-респондентов на конкретные ЦУР ООН и Национальные цели развития Российской Федерации придает соответствующим направлениям корпоративной благотворительности большую легитимность в глазах основных заинтересованных сторон, подчеркивает ее стратегический характер и создает дополнительные предпосылки для развития партнерств разных уровней.

Формы и инструменты реализации корпоративной благотворительности

В 2022 г. наиболее приоритетными формами реализации корпоративной благотворительности стали собственные (87% компаний-респондентов) и партнерские (82% компаний-респондентов) программы (рис. 7). Важно отметить, что 64% компаний-респондентов указали различные варианты партнерских программ в качестве рядовой формы (против 28% для собственных программ), что позволяет именно эту форму реализации корпоративной благотворительности рассматривать в качестве преобладающей. Относительно высокую популярность продемонстрировали грантовые конкурсы (приоритетная форма для 59% компаний). В свою



Компании-респонденты могли выбирать более одного варианта ответа

Рис. 7. Формы реализации благотворительной деятельности, 2022 г.

очередь, к поддержке инициатив сотрудников прибегают 46% компаний в качестве приоритетной формы и 36% — в качестве рядовой. Что же касается работы с обращениями, то лишь 18% компаний-респондентов рассматривают ее в качестве приоритетной формы.

Результаты более детального анализа собственных благотворительных программ (рис. 8) демонстрируют, что в 2022 г. 74% компаний-респондентов предпочитали реализовывать их самостоятельно (еще 8% рассматривали самостоятельную реализацию в качестве рядовой формы); 36% компаний в качестве приоритетной формы (8% — в качестве рядовой формы) реализации собственных программ указали на использование корпоративного фонда. И, наконец, 18% компаний-респондентов указали на реализацию собственных благотворительных программ с помощью внешнего оператора в качестве как приоритетной, так и рядовой формы.

Что касается партнерских программ (рис. 9), то их наиболее популярными формами являются кооперация с федеральными НКО и органами государственной власти (51% и 49% компаний — в качестве приоритетной формы; по 21% — в качестве рядовой формы соответственно). Несколько меньший интерес компаний-респондентов вызывают партнерства с региональными НКО и с другими представителями бизнеса (46% и 28% компаний — в качестве приоритетной



Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 8. Варианты реализации собственных благотворительных программ, 2022 г.



Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 9. Варианты реализации партнерских программ, 2022 г.

формы; 31% и 33% в качестве рядовой формы соответственно). Подобные акценты частично можно объяснить как особенностями выборки, так и повышением значения сотрудничества с органами государственной власти в условиях пандемии COVID-19 и обострения геополитической ситуации 2022 г. В качестве же «иных партнерских компаний» респонденты указывали компании в рамках холдингов, а также медицинские учреждения и учреждения высшего и среднего образования.

Грантовые конкурсы остаются важной формой реализации корпоративной благотворительности, представленной тремя основными подходами (рис. 10), причем



Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 10. Варианты реализации грантовых конкурсов, 2022 г.

в 2022 г. компании-респонденты предпочитали организовывать такие конкурсы самостоятельно (36% — в качестве приоритетной и 13% — в качестве рядовой формы). На долю корпоративных фондов и внешних операторов пришлось, соответственно, 23% и 13% выбора приоритетных форм (8% и 15% — рядовых).

В 2022 г. компании традиционно использовали разнообразные элементы (инструменты) реализации корпоративной благотворительности (рис. 11). Приоритеты компаний-респондентов при этом обозначились очень четко: 95% развивали корпоративное волонтерство (64% — Pro bono), 72% практиковали сбор частных пожертвований сотрудников. Предоставление бесплатных товаров и услуг, социально ориентированный маркетинг и сбор частных пожертвований использовались в меньшей степени (54%, 38% и 28% компаний соответственно). Среди иных элементов (инструментов), указанных компаниями-респондентами к статистически значимым, можно отнести лишь развитие малого предпринимательства (10%).

Анализ волонтерства, как наиболее популярного элемента (инструмента) корпоративной благотворительности, позволяет проиллюстрировать большинство содержательных аспектов ее направлений и форм реализации. Так, многие волонтерские программы, представленные компаниями-респондентами, реализуются в партнерстве с федеральными и региональными НКО («Старость в радость», «Настенька», «Перспектива», «Милосердие», «Детская больница» и другие) или общероссийских проектов, таких как «Дни Донора» и #МыВместе. Большинство компаний оказывает поддержку детским домам и домам престарелых, больницам, в частности онко-больницам, паллиативным центрам, детским больницам, государственным и негосударственным образовательным учреждениям (вузы, учебные заведения среднего и среднего профессионального образования, музыкальные школы, спортивные секции), организациям, заботящимся о людях с инвалидностью,



Компании-респонденты могли выбирать более одного варианта ответа

Рис. 11. Элементы (инструменты) корпоративной благотворительности, 2022 г.

приютам для животных. Волонтерство pro-bono при этом имеет ярко выраженную отраслевую специфику. В частности, телекоммуникационные компании разрабатывают инклюзивные цифровые решения и предоставляют услуги, направленные на поддержку предпринимательства; горнодобывающие, металлургические, химические и нефтехимические компании активно прививают интерес к естественным и техническим наукам среди детей и молодежи с целью развития рынка труда, укрепления бренда работодателя, создания кадрового резерва. Важным направлением для многих компаний является эковолонтерство, представленное как общероссийскими, так и региональными/локальными проектами на территориях присутствия. Определенный всплеск интереса к корпоративному волонтерству в условиях пандемии COVID-19 был связан с оказанием общей поддержки населению и, прежде всего, социально-незащищенным группам в условиях локдауна и проведения иных противоэпидемиологических мероприятий.

Заключение

Проведенное исследование позволяет предположить, что в 2022 г. корпоративная благотворительность компаний-респондентов носила преимущественно стратегический характер. Мотивация компаний в основном совмещала моральный и экономический аспекты, что позволяло им ориентироваться на принципы устойчивого развития, не выходя за рамки специфики ведения бизнеса. Функциональные стратегии корпоративной благотворительности компании-респонденты, как правило, рассматривали в качестве элемента стратегий устойчивого развития корпоративного уровня, что отражается в системном подходе к разработке соответствующей документации, включая нефинансовую и интегрированную отчетность. Основными направлениями корпоративной благотворительности остаются социальная защита, экология, поддержка образования, здравоохранения, спорта и здорового образа жизни, а также развитие местных сообществ, поддержка культуры и искусства. Большинство компаний рассматривают свои благотворительные программы и проекты в качестве вклада в достижение соответствующих ЦУР ООН и Национальных целей развития Российской Федерации до 2030 г. Компании-респонденты отдавали равное предпочтение собственным и партнерским благотворительным программам, причем развитие партнерств разных уровней остается своеобразной точкой роста. Новые вызовы в условиях пандемии COVID-19 и текущего геополитического кризиса стимулировали поддержку и развитие благотворительной деятельности компаний, но не оказали существенного влияния на направления и формы ее реализации. Одним из важнейших элементов (инструментов) корпоративной благотворительности компаний являются волонтерские проекты, которые во многих компаниях являются драйвером развития корпоративной благотворительности, в том числе — основанной на партнерствах.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ — ОСНОВА И СМЫСЛ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Подходы

В ответ на возрастающий уровень неопределённости в мире и при принятии управленческих решений всё более актуальными становятся гибкие диалоговые технологии взаимодействия, которые предполагают консультации, включение «стейкхолдеров» — заинтересованных сторон — в проектирование и разработку, в мониторинг эффективности и получение обратной связи по результатам. Особое значение взаимодействие с заинтересованными сторонами имеет для ESG-практик, корпоративных социальных инвестиций, корпоративной благотворительности, где без диалога и сотрудничества с теми, кто наиболее заинтересован в планируемых результатах и изменениях, вообще сложно чего-то достичь.

От англ. «stakeholder(s) — стейкхолдеры, заинтересованная сторона; причастная сторона; имеющий роль; включённый в зону ответственности; лицо или группа, заинтересованные в каких-либо решениях или деятельности организации (ГОСТ Р ИСО26000); те, на кого организация оказывает воздействие своей деятельностью (GRI) и т. п.

Профессиональная экспертная оценка в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности» включает анализ практик компаний в отношении заинтересованных сторон при реализации стратегий и проектов. Эксперты анализируют данные по составу, ранжированию и выбору приоритетных заинтересованных сторон при реализации представленных программ и проектов; обращают внимание на привлечение их на различных этапах планирования, организации и мониторинга социальной деятельности; анализируют, какие каналы коммуникаций используются для различных стейкхолдерских групп.

Особо стоит отметить, что раскрытие компаниями данной информации, наличие обобщенных и структурированных данных, описание налаженных процессов коммуникации, примеры реального учета мнения заинтересованных сторон и изменения деятельности в связи с этим, во многом является диагностической, показательной информацией — если компания действительно системно развивает такое взаимодействие, то есть что описывать и представлять в виде качественных и количественных данных. Если такая работа не ведется или осуществляется формально — то и отражать в этом разделе, кроме общих фраз, как правило, будет нечего.

«Взаимодействие с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) — действия, предпринимаемые для того, чтобы создать возможности для диалога между организацией и одной или более заинтересованными сторонами с целью предоставления информационной основы для решений организации. (ГОСТ Р ИСО26000: Руководство по социальной ответственности).

Обеспечение эффективного взаимодействия со стейкхолдерами при реализации программ и проектов социальных инвестиций позволяет принимать более сбалансированные, востребованные сообществами, отдельными людьми решения. Даёт людям возможность быть услышанными, содействовать реализации проекта, быть участниками процесса, понимать ограничения, находить новые партнёрства и содействовать снижению издержек. Мы видим сейчас, что во многих регионах люди очень хотят влиять на приоритеты и проекты развития, реализовывать и предлагать свои идеи и решения. И корпоративный сектор такие практики взаимодействия в своих регионах присутствия активно развивает и интегрирует в управление, добиваясь совместного позитивного эффекта одновременно выгодного для бизнеса (повышение репутации, объединение ресурсов, приток свежих идей для развития) и общества (комплексное улучшение среды совместными усилиями власти, бизнеса и общества, развитие практик добрососедства, повышение качества социального проектирования, улучшения качества жизни и возможностей для реализации талантов).

Процесс управления заинтересованными сторонами включает также оценку количественных, качественных показателей, а также оценку воздействия (импакта) — значительных изменений или снятия острой социальной, экологической проблемы. При этом сложным вопросом для компаний по-прежнему остаётся раскрытие не только количественной информации, описания интенсивности и форматов взаимодействия, но и представление подхода, стратегии таких коммуникаций, описание реальных практик консультаций, переговоров, выстраивания партнёрств и того, как это изменило управленческие решения и практики, трансформировало проект. Сложности здесь понятны, как и с любым «нематериальным» фактором, такие влияния сложно зафиксировать, оценить и компактно представить. Но такие лучшие кейсы, как включение заинтересованных сторон, которое позволило повысить качество управления социальными инвестициями, очень нужны.

Интересно также отметить, что в ряде единичных случаев встречаются попытки цифровизации взаимодействия со стейкхолдерами. И хотя новые технологии повышают прозрачность, количество и объективность данных, такие практики работы пока больше свойственны компаниям рынка информационных технологий, телекоммуникаций и финансово-банковского сектора, только один пример связан с горно-металлургическим сектором.

Стандарты

Около половины представленных в рейтинге компаний обозначают, что руководствуются международным стандартом AA1000SES-Account Ability 1000 Stakeholders Engagement Standards по управлению взаимодействием с заинтересованными сторонами. Стандарт последнего поколения (2015 года, на английском языке) предлагает интегрировать стейкхолдеров во все уровни управления: от операционного до разработки стратегий организации. AA1000SES (2015) подчёркивает эволюцию взаимодействия с заинтересованными сторонами: так, первоначально организации реагировали на запросы и требования заинтересованных сторон реактивно, игнорируя или отвечая только на самые кричащие запросы. Второй этап уже предполагает систематическое взаимодействие с целью снижения рисков со стороны заинтересованных сторон и избегания возможного негатива и штрафов. Третий этап направлен на развитие стратегического постоянного взаимодействия с заинтересованными сторонами с целью обеспечения сбалансированного устойчивого развития организации. Для обеспечения взаимодействия важно определить цель, содержание, форматы и полномочия сторон взаимодействия. Сам процесс взаимодействия включает планирование, подготовку, реализацию плана и последующие улучшения. Компании, оцененные экспертами высоко, как правило, соответствуют подходам этого стандарта и находятся уже на третьем этапе развития такой деятельности. Информация от них представлена как систематическая комплексная деятельность, интегрированная в управление социальными инвестициями и благотворительными проектами.

Развивая деятельность по взаимодействию с заинтересованными сторонами, компании отмечают, что опираются на базовые международные инициативы — 10 принципов Глобального договора ООН, Цели устойчивого развития ООН, UNCTAD, Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека ООН, различные стандарты ISO (социальные, экологические, комплайнс, управление рисками, активами, проектами, безопасностью производства, качеством и др.), МОТ — Международной организацией труда, отраслевые ESG-риски по SASB и др. — во всех подобных инициативах менеджменту заинтересованных сторон уделяется особое внимание. Чаще в качестве руководящих инициатив по данной теме компании стали выделять и национальные требования — Социальная хартия российского бизнеса, Антикоррупционная хартия российского бизнеса, Кодекс корпоративного управления, требования индексов и рейтингов в области устойчивого развития, ESG-показателей и др.

Для компаний целого ряда индустрий существуют рекомендации по взаимодействию с учётом отраслевых специфических рисков. Например, Руководство ОЭСР по комплексной оценке для эффективного взаимодействия с заинтересованными сторонами в горно-добывающем секторе, рекомендации отраслевых объединений ICMM — Международного совета по горному делу и металлам, IRMA — Инициативы по обеспечению ответственности в горнодобывающей промышленности. Есть

также инициативы, учитывающие специфические отраслевые риски и в других индустриях, например, в нефтегазовом секторе, химической промышленности, ИТ и телекоммуникациях, девелопменте, ТНП. И надо отметить, что несмотря на сложности взаимоотношений с международными организациями сейчас, компании продолжают добровольно придерживаться этих отраслевых рекомендаций и учитывать их во взаимодействии с местными сообществами, коренными малочисленными народами, НКО, экспертами и другими заинтересованными сторонами.

В стандарте по интегрированной отчётности затрагивают также стоимостные, финансовые аспекты взаимодействия со стейкхолдерами: «Заинтересованные стороны предоставляют полезные мнения о фактах, важных для них, включая экономические, экологические и социальные вопросы, которые также влияют на способность организации создавать стоимость. Эти мнения могут помочь организации:

- *понять, как заинтересованные стороны воспринимают стоимость;*
- *выявить тенденции, которые, возможно, еще не привлекли общее внимание, но становятся все более значимыми;*
- *определить существенные факты, включая риски и возможности;*
- *разработать и оценить стратегию;*
- *управлять рисками;*
- *предпринять действия, в том числе принять стратегические и ответственные меры в ответ на существенные запросы.*

Управление заинтересованными сторонами часто включает практику компаний по составлению Карты рисков заинтересованных сторон, определение существенных тематик, это связано с влиянием требований стандарта отчётности в области устойчивого развития GRI Standards (а большинство компаний участников проекта такую отчётность готовят). В 2021 году GRI — Глобальная инициатива по отчётности обновила понятие заинтересованных сторон, подчеркнув значение позитивного или негативного воздействия (импакта): **«Заинтересованная сторона — отдельное лицо или группа лиц, интересы которых затрагиваются или могут быть затронуты деятельностью организации»** (GRI Standards, 2021). В элементы отчетности, которые дают представление о профиле и масштабе организации, включают теперь практики отчетности, виды деятельности и сотрудников, корпоративное управление; стратегии, политики и практики, а также взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Таким образом, деятельность компаний в области заинтересованных сторон базируется на разнообразии международных и российских инициатив, стандартов, подходов, которые позволяют экспертам оценивать соответствие и определять пробелы в комплексном подходе.

Для многих компаний участников проекта особо значимым стейкхолдером являются местные сообщества в регионах присутствия производства, подразделений

компании. Здесь также лучшими практиками в области развития местных сообществ считается такой подход, при котором взаимодействие систематизировано, спланировано, отвечает приоритетам, целям и стратегии развития и управления рисками компаний.

У большинства компаний определена социальная миссия, документально зафиксирована Политика по корпоративной социальной ответственности, Политика/Стратегия устойчивого развития/ESG, где обозначен в том числе подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами. Часто в рамках взаимодействия и осуществления инвестиций в местные сообщества компании разрабатывают отдельный пакет документов, определяющий общекорпоративный подход к реализации социальных инвестиций и позволяющий систематизировать деятельность по взаимодействию с заинтересованными сторонами в регионе присутствия. При этом документы могут быть предназначены только для внутреннего пользования, регламентирующие внутренние процессы, и для внешнего — такие документы по развитию местных сообществ часто разрабатываются совместно со стейкхолдерами, например, планы и программы. Примерами таких документов могут быть: Политика/Стратегия по развитию местных сообществ, по развитию коренных малочисленных народов; Политика по оказанию благотворительной помощи и др.; Руководство по развитию местных сообществ; Документы, регламентирующие принятие решений по заявкам и социальным проектам, выделение средств на реализацию социальных проектов, проведение грантовых конкурсов; Подход/Стандарт программной и проектной деятельности по развитию местных сообществ, взаимодействию с заинтересованными сторонами в регионе присутствия.

Пример. Цель социальной стратегии — создание благоприятной социальной среды для производственной деятельности через внедрение устойчивых моделей социальных инвестиций в комплексное социально-экономическое развитие территорий с широким участием заинтересованных сторон. (РУСАЛ)

Лучшие практики взаимодействия

Если просуммировать оценки экспертов по разделу анкеты, раскрывающему корпоративные практики взаимодействия с заинтересованными сторонами, то можно особо выделить 7 компаний, с самыми высокими оценками за такое раскрытие.

Лучше всех вопрос взаимодействия проработан и представлен в компаниях

Русал, Норникель (99–100 баллов)

Северсталь, Газпром нефть (95–97 баллов)

Сибур, Фосагро, АФК Система (92–93 балла)

ТМК, Росбанк (88–90 баллов)

Далее следует значительная группа компаний со средними баллами за раскрытие практик взаимодействия и 5–6 компаний с невысокими оценками, которые не сумели продемонстрировать наличие лучших практик управления стейкхолдерами для реализации программ социальных инвестиций.

С точки зрения **ранжирования заинтересованных сторон** по социальным инвестициям и корпоративной благотворительности компании с лучшими практиками чаще отмечают следующих стейкхолдеров (ранжировано, наверху самые частые упоминания):

Стейкхолдеры

Приоритет для всех компаний

Владельцы, акционеры

Сотрудники компании

Клиенты, партнеры, конкуренты, кредиторы и т. п.

Благополучатели

Местные сообщества

Приоритет для большинства компаний

Представители власти

НКО и общественные организации

Профессиональное сообщество в сфере устойчивого развития, КСО, благотворительности, социальных инвестиций

СМИ

Приоритет для отдельных компаний

Представители коренных малочисленных народов

Профсоюзные организации

Международные организации

Компаниям непросто выделять одного самого приоритетного стейкхолдера при реализации социальных инвестиций, здесь две основные группы ответов и только один ответ отличается от этих групп:

1 вариант — **все стейкхолдеры**: «весь широкий круг стейкхолдеров», «компания придерживается модели множества заинтересованных сторон»;

2 вариант — **местные сообщества**: «местные сообщества в регионах деятельности компании и в регионах реализации программы», «социальные инвестиции компании направлены на повышение качества жизни людей, живущих на территориях, где работают ее предприятия», «развитие активных и инициативных местных сообществ — один из главных приоритетов программы».

3 вариант — **благополучатели и компании-доноры** — обозначен корпоративным благотворительным Фондом.

«Ключевыми стейкхолдерами являются благополучатели, так как именно на них направлено социальное воздействие программ и проектов фонда, с одной стороны, и активно участвующие в формировании благотворительной повестки компании-доноры, от которых зависит финансовая устойчивость фонда». (АФК Система)

«Через реализацию инвестиционных проектов и социальных инициатив, создание рабочих мест и выплату налогов в региональные и местные бюджеты СИБУР работает на благо местных сообществ, повышает общественное доверие к Компании и создает благоприятные условия для развития бизнеса в долгосрочной перспективе». (СИБУР)

Оценка взаимодействия с заинтересованными сторонами на разных этапах реализации корпоративной благотворительной деятельности / социальных инвестиций у компаний с лучшими практиками носит систематический, регулярный характер, предусмотрена планами программ, социальных и экологических инициатив, реализуемых менеджментом.

«В компании оценка программ осуществляется на всех этапах: разработки, реализации, по итогам завершения ключевых этапов, годового цикла или всего периода реализации, и включает в себя как внутреннюю, так и внешнюю оценку. На этапе оценки особенно важным является привлечение профильных внешних экспертов. Обсуждение результатов оценки: В конце каждого года реализации программ проводятся мероприятия с участием заинтересованных сторон, на которых обсуждаются достигнутые результаты и планы по развитию программ на следующий период. По результатам данных обсуждений уточняются цели и задачи программ, устанавливаются новые КПЭ. Данные изменения вносятся в программы реализации и паспорта программ».

«Мониторинг результатов (в течение реализации и/или после завершения проекта): Основная цель мониторинга — получить исчерпывающие эмпирические и статистические данные о реализации проекта, оценить его воздействия на качество жизни в городе. Важный элемент мониторинга — консультации с представителями следующих заинтересованных сторон: сотрудники компании, местные сообщества, благополучатели, представители власти, НКО».

«Используются принципы соучаствующего проектирования и методы сбора обратной связи от ключевых стейкхолдеров программы. Используются разнообразные методы сбора обратной связи: интервью, анкетирование, фокус-группы и т. д.»

«К оценке некоторых программ мы привлекаем внешних экспертов и представителей власти, НКО, сотрудников (если оцениваем волонтерские проекты путем опросов), местные сообщества (получаем обратную связь на горячую линию, в соцсетях и пр.)».

Компании раскрывают процедуры взаимодействия, документы, культуру и практику своего взаимодействия, каналы получения рекомендаций, обратной связи от стейкхолдеров.

«На общем собрании акционеров ежегодно презентуются итоги комплексной программы социальных инвестиций».

«Коренные народы в значительной мере подвержены влиянию горнодобывающих компаний, компания реализует программы поддержки и стремится минимизировать негативные последствия производственной деятельности (Реализация 5-летнего комплексного плана поддержки коренных народов, реализация процедуры свободного предварительного и осознанного согласия (СПОС))».

«Стратегическим документом в Компании является Политика в области внешних социальных инвестиций. Документы разрабатываются на корпоративном уровне совместно с заинтересованными сторонами из различных подразделений, курирующих различные направления деятельности, в том числе принимающих участие в мониторинге и корректировке общей Стратегии Компании».

Обозначаются также **каналы и формы коммуникации с внутренними и внешними заинтересованными сторонами** и с какой периодичностью пользуются компании.

«Акционеры и инвесторы: Раскрытие финансовой отчетности, годовых отчетов и информации об управлении ESG-аспектами в соответствии с международными стандартами и практиками (не реже двух раз в год). Годовой отчет, Отчет в области устойчивого развития, Климатический отчет — 1 раз в год.

Сотрудники и профессиональные союзы:

- Коллективные договоры (один раз в три года) и отчеты об их исполнении (ежегодно)
- Корпоративный журнал и дайджесты (ежемесячно) и внутрикорпоративные социальные сети
- Встречи с руководством и менеджментом в онлайн-режиме (не реже двух раз в год).
- Участие в репутационных исследованиях (ежегодно).
- Поддержка волонтерства и частных инициатив сотрудников (периодически)
- Деятельность, направленная на раскрытие творческого и спортивного потенциала сотрудников (периодически)

- *Внутренние тренинги и Корпоративный университет. Размещение информации на стендах: ежедневно; Корпоративные e-mail рассылки: ежедневно; Информационные брошюры, буклеты: регулярно; Пресс-релизы: ежедневно; Внутренний портал: ежедневно.*

Федеральные и региональные органы власти:

- *Заключение соглашений о партнерстве в целях улучшения социально-экономических условий территорий ответственности с рядом региональных и муниципальных органов власти (ежегодно).*
- *Информирование о действующих социальных программах и проектах Компании (регулярно).*
- *Взаимодействие с органами государственной власти по вопросам реализации совместных программ и проектов, по вопросам законодательного и нормативного регулирования (регулярно).*
- *Привлечение представителей органов государственной власти в качестве экспертов для оценки социальных программ и проектов Компании (регулярно).*
- *Проекты корпоративной социальной ответственности и развития регионов (регулярно).*

Местные сообщества, каналы взаимодействия:

- *Вовлечение общественности в процедуры планирования (общественные слушания, консультации), преимущественно по вопросам размещения и развития производственных объектов (постоянно).*
- *Поддержка гуманитарных проектов и конкурсов на получение грантов в сфере поддержки общественных инициатив.*
- *Опросы фокус-групп, состоящих из представителей сообществ, опросы местных жителей, форумы, круглые столы, семинары, мастер-классы, тематические встречи, рабочие группы с участием активных граждан, предпринимателей, руководителей социальных учреждений, некоммерческих организаций и представителей органов власти (постоянно).*
- *Информирование о действующих социальных программах и проектах Компании (регулярно).*
- *Раскрытие информации о деятельности Компании на веб-сайте и в отчетах.*

Лидирующие компании демонстрируют постоянный поиск, инновации в организации, повышении эффективности и результативности взаимодействия с заинтересованными сторонами; иницируют новые формы и технологии коммуникаций и гибких моделей взаимодействия:

– «При принятии решений о социальных инвестициях компания реализует модель множества заинтересованных сторон, где ключевую роль планируется отводить общественно-экспертному совету по устойчивому развитию, формируемому при генеральном директоре».

– «Ключевым элементом реализации социальных программ является создание площадок (в формате экспертных советов, конкурсных комиссий, рабочих встреч, деловых игр) для обсуждения и сбора обратной связи с участием представителей городских администраций, образовательных учреждений, НКО, экспертного сообщества, сотрудников, активных жителей и других заинтересованных сторон. На площадках вырабатывается совместный план действий по достижению целей каждой конкретной программы, закрепляется ответственность каждой из сторон, создаются механизмы мониторинга хода реализации программ, оперативно решаются возникающие сложности».

– «Ключевым элементом разработки стратегии являются консультации с представителями всех заинтересованных сторон, а также с представителями природоохранного и экспертного сообщества — с целью выявления приоритетов устойчивого развития конкретных территорий».

Развивая практики взаимодействия с заинтересованными сторонами, компании реализуют подходы ответственного ведения бизнеса, основанного на принципах уважения и учета интересов, мнений, предпочтений, включая уважение истории, культуры, традиций, образа жизни и наследия жителей территорий хозяйствования; открытости и прозрачности; безусловного соблюдения законодательства, учета российских и международных стандартов; ответственное выполнение принятых обязательств в области социальной ответственности и устойчивого развития. Совершенствование диалоговых форматов и гибких технологий управления способствует повышению качества социальных инвестиций, активной жизненной позиции стейкхолдеров, гармонизации социального развития, повышению качества жизни, что одновременно повышает репутацию бизнеса и доверие к нему.

Ирина Ефремова-Гарт,

Заместитель Исполнительного директора Форума Доноров

ДОКУМЕНТЫ, ФОРМАЛИЗУЮЩИЕ ПРАКТИКУ УПРАВЛЕНИЯ В КОМПАНИИ

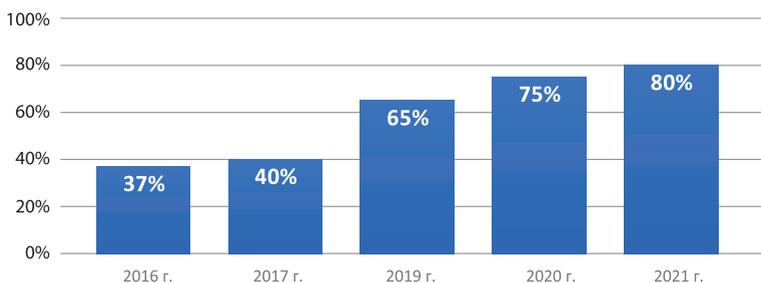
Определяя и описывая свою деятельность в области корпоративной благотворительности, компании, как правило, разрабатывают и используют на практике документы, в которых зафиксированы как долгосрочные цели их деятельности (документы уровня стратегий), так и основные принципы/правила их достижения с учетом специфики корпоративной культуры компании (документы на уровне политик, внутренних стандартов и регламентов). Отвечая на вопрос о том, имеется ли в компании как минимум один из этих документов, все участники Конкурса отметили, что у них есть в наличии один из этих документов.

Еще одним уровнем детализации и проработки подходов к осуществлению благотворительной деятельности является наличие такого организационно-правового документа, как «Положения о благотворительной деятельности». В данном локальном акте, как правило, регламентируются общие требования к организации и ведению договорной работы с поставщиками и организациями партнерами, а также стандарты и формы финансовой и содержательной отчетности о целевом использовании средств компании. Доля участников Конкурса этого года из числа тех, кто имеет данный документ в наличии и пользуется им, составляет 70%.

Наряду со стратегиями, политиками и положениями о благотворительной деятельности компании для целей грамотного управления все чаще и чаще обращаются к созданию таких документов, как стратегия устойчивого развития компании и/или стратегия социальных инвестиций и политики в области корпоративной ответственности. По результатам анализа заявок на Конкурс этого года можно сделать следующие выводы:

- Для управления долгосрочными изменениями и развитием компании стали чаще разрабатывать и пользоваться документом, отражающим стратегию устойчивого развития компании и/или стратегию социальных инвестиций. Он есть у 80% компаний, принимавших участие в Конкурсе, что продолжает сформировавшийся в предыдущие годы тренд, и пусть и незначительно, но превышает показатели предыдущего года. При этом показательно, что почти половина общего числа от участников Конкурса (44%) посчитали возможным разместить данный документ в открытом доступе, используя его как инструмент управления коммуникациями и отношениями со своими ключевыми стейкхолдерами.

Наличие стратегий устойчивого развития и социальных инвестиций



Наличие документа стратегического уровня и его открытость



- Переходя к операционализации долгосрочных целей устойчивого развития и социальных инвестиций, 64% участников Конкурса имеют не только документы стратегического уровня, но разработали и пользуются документами для управления на оперативном уровне, а именно — политикой компании в области устойчивого развития (сюда же относились социальная политика и/или политика по корпоративной социальной ответственности компании). В то же время компаний, у которых нет ни одного из двух выше обозначенных документов подавляющее меньшинство — всего 8%.

Наличие документов на стратегическом и оперативном уровнях



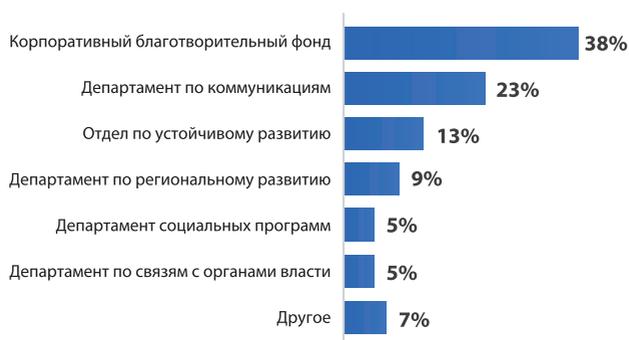
- В открытом доступе оба документа, как стратегического, так и оперативного уровня, находятся почти у трети от общего числа участников Конкурса (31%).
- В то же время часть компаний начали работу по формализации процесса управления в области устойчивого развития и социальных инвестиций с проработки документов нижнего уровня, а именно — политик, не имея пока разработанных документов стратегического уровня. Их доля среди участников Конкурса 2022 г. составляет 15%.
- Наличие или отсутствие документов, где зафиксированы стратегии устойчивого развития компании и/или стратегии социальных инвестиций, а также политики компаний, не зависит от индустриальной специфики участника Конкурса, т. к. и среди тех, кто имеет документ в наличии в публичном доступе, так и среди тех, кто не имеет данного документа, есть представители практически всех отраслей экономики.

Управление корпоративной благотворительностью

Результаты анализа практик управления корпоративной благотворительностью, проводимого в предыдущие годы, уже фиксировали тенденцию, когда всё больше компаний видят в благотворительной деятельности отдельное специализированное направление, которое требует профессионального управления, оформленной стратегии и пакета документов, позволяющих осуществлять оперативное управление. Это находит своё выражение как в создании отделов, специализирующихся на управлении корпоративной благотворительностью, так и в создании корпоративных благотворительных фондов.

Именно корпоративные фонды впервые за всю историю проведения Конкурса стали в этом году лидерами по числу упоминаний, когда компании отвечали на вопрос, кто в компании отвечает за корпоративную благотворительность, оставив на втором месте специализированные подразделения и партнерские департаменты, которые ранее были самой частой встречающейся практикой. Этой формой для управления корпоративной благотворительностью пользуются 38% компаний-участников Конкурса. В предыдущие годы, несмотря на то что доля компаний, использующих её неуклонно росла, она была ниже, чем доля компаний, осуществляющих управление самостоятельно и составляла соответственно: 30% (2020), 28% (2019), 37% (2017), 29% (2015) 28% (2014).

Субъекты реализации благотворительной деятельности



Что касается практик управления напрямую без создания фонда, то здесь наиболее часто встречаются такие формы, как управление, осуществляемое департаментами по коммуникациям (как внутренним, так и внешним), в которых, как правило, формируются отделы или подразделения, отвечающие за разработку и реализацию программ корпоративной благотворительности.

Значительно по сравнению с прошлым годом сократилась доля департаментов по региональному развитию. В этом году она составила лишь 9% по сравнению с 36% в прошлом году. Но при этом появился новый, ранее не упоминавшийся в описании практик, субъект — отделы/департаменты по устойчивому развитию. Доля участников Конкурса, осуществляющих управление через это подразделение, составила 13%. Это можно объяснить растущим вниманием компаний к теме устойчивого развития, институционализацией данной темы внутри компании и попытками найти максимально эффективный способ управления теми бизнес-процессами, которые работают на достижение устойчивого развития как бизнеса, так и той внешней среды, в которой он работает. То, насколько оптимальным окажется выбранный подход — концентрация управления устойчивым развитием в одном бизнес-подразделении — покажет время, однако сегодня наряду с ним работает и практика распределенного управления, когда за устойчивое развитие, социаль-

ные инвестиции и корпоративную благотворительность отвечают сразу несколько департаментов, работа которых сонастраивается стратегиями устойчивого развития компаний, в реализацию которых они вносят свой собственный вклад.

Процесс принятия решений о выделении финансирования

Для принятия решения о выделении финансирования компании, участвовавшие в Конкурсе этого года, используют такие инструменты, как: соглашение о социально-экономическом партнерстве с регионами присутствия, конкурсы проектов, работа с обращениями о финансировании (как от физических лиц, так и от организаций).

Обращения, поступающие в компанию, как правило, рассматриваются специально созданными коллегиальными органами, например, координационными советами или комиссиями по региональной политике, которые формируются из представителей руководства компании в территориях присутствия, а также могут включать представителей правительства областей и администраций городов. В процессе анализа запросов на финансирование, поступающих от юридических лиц, компании пользуются услугами конкурсных комиссий, которые формируются из экспертов в той или иной проблемной области, представителей профессиональных сообществ и некоммерческих организаций. Как правило, решение таких комиссий носит рекомендательный характер и учитывается вышестоящими координационными советами и комиссиями.

В случае, когда речь идет об использовании механизма грантового конкурса компаниями, у которых нет собственных корпоративных фондов, одной из практик, получивших достаточно широкое распространение, стала передача функций проведения конкурса некоммерческим организациям, которые имеют репутацию и опыт работы с такого рода инструментами. В зоне ответственности провайдера этой услуги, как правило, находятся формирование конкурсной документации, подготовка и проведение конкурса проектов, заключение договоров с победителями, их сопровождение в процессе реализации проектов, а также сбор и анализ отчетов, подтверждающих целевое использование средств компании. Интересно отметить, что тогда, когда отбор проектов для финансирования осуществляется не компанией самостоятельно, а привлеченной организацией, наблюдается разница в наборе критериев, по которым оцениваются проекты, несмотря на то, что конкурсная документация в подавляющем большинстве случаев согласовывается с компанией. Например, не встречается или крайне редко встречаются такие критерии, как степень сонастроенности с бизнес-стратегией компании, вероятность влияния на позитивное продвижение бренда или потенциал для развития корпоративного волонтерства. В целом же набор критериев, которые используются как компаниями, так и их корпоративными фондами, не претерпел каких-либо значимых изменений по сравнению с предыдущими года-

ми. На первом месте традиционно остаются актуальность/социальная значимость проблемы (44%) и соответствие стратегии/приоритетам благотворительной деятельности компании (41%). Значительно вырос по сравнению с прошлым годом вес такого критерия, как соответствие одной из ЦУР, и если ранее о таком критерии упоминали лишь 9% компаний, то в Конкурсе этого года их количество выросло вдвое. Продолжают оставаться значимыми такие критерии, как финансовая прозрачность, этот критерий отметили 31% компаний, охват территорий, возможность тиражирования (24%) и достижение социального эффекта (20%).

В ситуации, когда компании выстраивают долгосрочное партнерство с внешними организациями, финансирование на следующий период выделяется им при условии предоставления отчетов о целевом использовании средств, и речь при этом идет не только о финансовых, но и о содержательных отчетах, в которых должно быть отражено, к каким результатам привело выделение финансирования в предыдущий период.

Работа с обращениями граждан в тех компаниях, которые практикуют оказание такого рода финансовой помощи, ведется по более простой схеме, когда все поступающие обращения регистрируются и направляются либо в департамент социальной политики, либо в дирекцию по социальным вопросам компании или предприятия, где принимается решение о том, будет ли выделено финансирование и в каком объеме.

Принципы финансирования программ корпоративной благотворительности

Подавляющее большинство компаний, участвовавших в Конкурсе, не формирует бюджет своих программ по корпоративной благотворительности, исходя из фиксированного процента от прибыли или выручки компании. Лишь 10% участников отметили, что данный принцип может рассматриваться ими наряду с остальными принципами, и только одна компания отметила этот принцип в качестве основного.

Фиксированная сумма финансирования является основным принципом формирования бюджета благотворительных программ в практике 80% участников Конкурса, в то время как для 10% их коллег данный принцип не является основным, но используется наряду с другими принципами, такими как выделение финансирования по разовым запросам из других источников, что происходит в ситуации, когда появляется инициатива или запрос, которые требуют неотложной реализации и которые не были забюджетированы заранее. В таких случаях решение о финансировании принимается обычно руководством компании, в отдельных случаях Комитетами по устойчивому развитию, а в случае с корпоративными благотворительными фондами — их попечительскими советами или советами директоров. Исходить такого рода запросы на финансирование, как правило, могут от ключевых заинтересованных сторон, сотрудничество с которыми является

критичным для донора. Другими практиками, которые учитываются при формировании бюджета и на которые ссылается часть участников Конкурса, являются диалоги с заинтересованными сторонами, анализ ключевых проблем территории, бенчмаркинг лучших мировых и российских практик.

Оставшиеся 10% компаний не фиксируют на год какую-то определенную сумму, а используют другие подходы для формирования данного бюджета. Часть участников Конкурса отдельно отметили, что бюджет благотворительных программ определяется с учетом мнения работников предприятий, с которыми проводятся обсуждения через такие представительские органы, как молодежные и рабочие советы, а так же собираются мнения в результате анкетирования и проведения фокус-групп.

Оценка в практике корпоративной благотворительности и социальных инвестиций

Последние семь лет тема оценки органично инкорпорирована в описание практик управления корпоративной благотворительностью. За эти годы из разовых разрозненных инициатив для многих компаний оценка стала инструментом управления как портфеля инициатив в сфере корпоративной благотворительности, так и его отдельных программ и проектов.

Несмотря на то, что конкурсная документация не содержит формального определения того, что организаторами Конкурса понимается под оценкой, в анкете есть вопросы, ответы на которые выявляют наличие или отсутствие логики в дизайне программно-портфельного, взаимосвязь между целями и результатами, системность усилий для отслеживания качества и эффективности программ.

Как и в прошлые годы практически все компании, участвующие в Конкурсе, за исключением двух, отметили, что проводят оценку благотворительной деятельности/социальных инвестиций. При этом подавляющее большинство компаний (77% от общего числа участников) проводят «регулярную комплексную оценку программ», в то время как «оценку отдельных проектов» проводят 18% компаний. Анализ заявок, поданных на Конкурс, позволяет сделать вывод о том, что мы наблюдаем рост числа компаний, научившихся описывать ожидаемые результаты программ в измеряемых и конкретных формулировках, привязывая достижение результатов к определенному сроку. Еще одним качественным изменением стала практика разработки цепочки результатов: от немедленных к долгосрочным, что позволяет отследить последовательность позитивных изменений, которые происходят во внешней среде благодаря поддержке компании.

Интересно отметить, что подавляющее большинство компаний отметили, что пользуются фактически всеми предложенными им на выбор видами оценки, включая оценку потребностей, оценку исходной ситуации, оценку процесса, оценку результативности экономической эффективности и оценку социального эффекта. При этом далеко не все участники Конкурса смогли предоставить хотя бы краткое

описание того, как проводится оценка, продемонстрировав понимание предмета и описав практику использования процесса и результатов оценки. Несмотря на то, что среди участников Конкурса год от года растет число компаний, декларирующих, что оценивают социальный эффект, производимый их программами, при ближайшем рассмотрении оказывается, что под этим имеется в виду не что иное, как оценка социальных результатов. Важно помнить, что это не синонимы. Социальный эффект — это те изменения в сообществе и качестве жизни благополучателей, которые могут произойти благодаря достижению запланированных социальных результатов. В этом контексте особую важность приобретает умение декомпозировать цели благотворительных инициатив со стратегического уровня до проектного. Еще один важный признак оценки социального эффекта — возможность отнести произошедшие изменения на счет программы. Лишь единицы участников Конкурса используют методологию, позволяющую собирать данные, доказательно подтверждающие роль программ в позитивных изменениях, которые происходят в сообществе.

Как и прежде, самую большую трудность вызывает подбор и формулирование индикаторов, которые компании используют для мониторинга и оценки эффективности и социального воздействия профинансированных ими программ и проектов. Вместо индикаторов они указывают либо источники информации, из которых собирают данные, либо типы оценки, либо описывают процесс оценивания или, еще один вариант, перечисляют индикаторы, которые позволяют отследить уровень продуктивности сотрудников и различные характеристики оказываемых услуг или создаваемых продуктов, но никак не уровень эффективности, не говоря уже о социальном эффекте.

Интересное наблюдение можно сделать и проанализировав, чьими силами проводится оценка программ корпоративной благотворительности. Если раньше большинство компаний привлекало сторонних специалистов для полного цикла оценки: от разработки методологии до презентации результатов, то сегодня в всё чаще стал встречаться гибридный подход, когда внешние эксперты участвуют в разработке методологии оценки, а анализ данных, вынесение суждений и разработку рекомендаций для лиц, принимающих решения, остается за компанией. Несмотря на то, что у такого подхода есть свои ограничения, он имеет право на существование и более того, максимально эффективно работает на формирование культуры оценки в том подразделении компании, которое занимается разработкой и реализацией программ корпоративной благотворительности.

Чаще всего результаты оценки использовались компаниями для повышения эффективности программной деятельности (90% компаний) и оценки результативности (84%). Чуть реже, но также с достаточно высокой частотой, компании используют результаты оценки для пересмотра целей программы (79%), оценки работы менеджмента, информирования заинтересованных сторон (по 75%) и планирования бюджета на следующий период (64%). Интересно отметить, что чуть более, чем за пять лет самым серьезным был скачок в использовании результатов

оценки для уточнения стратегических приоритетов. Если в 2015 году это делали всего лишь 3% участников Конкурса, то в этом году их число достигло рекордных 72%, что может свидетельствовать о том, что оценка становится не только инструментом оперативного, но и стратегического управления корпоративной благотворительной деятельностью.

Продолжить работу в данном направлении и преодолеть существующие на сегодняшний день вызовы можно, если компании продолжат работу по формированию внутренней культуры оценки, которая есть ни что иное как «набор ценностей и отношений, обеспечивающих систематическое осмысление миссии, стратегий и целей программ и проектов, опыта их реализации». Это определение, сформулированное в документе «Позиция Форума Доноров по формированию культуры оценки в донорских организациях», было принято профессиональным сообществом семь лет назад и обновлено в 2022 году.

РАЗДЕЛ 2

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

МЕТОДОЛОГИЯ РЕЙТИНГА

Методология рейтинга «Лидеры корпоративной благотворительности» предусматривает экспертную оценку качественных критериев. Количественная информация собирается для исследовательских целей.

Оценка и формирование рейтинга происходит следующим образом:

1. Данные анкет, предоставленных на рейтинг, анализируют члены экспертного жюри. Каждую анкету оценивает несколько экспертов. Если при оценке возникают существенные расхождения, привлекаются дополнительные эксперты. В большинстве случаев руководство по оценке подразумевает диапазон возможных баллов и учитывает экспертное мнение. Помимо этого, эксперты формируют высказывают мнение по результатам анализа анкеты в целом, которое также оценивается в баллах. По результатам формируются средние баллы по оцениваемым вопросам и в целом по оцениваемым разделам анкеты, а также по общей оценке экспертов.

2. На основании полученных средних баллов формируются рейтинг. При этом учитываются средние баллы как по разделам анкеты — аспектам оценки, так и по отдельным вопросам.

Категории рейтинга:

- А+ Лидеры.

Результаты по всем оцениваемым вопросам анкеты не меньше 75% от максимальных возможных значений.

- А Лучшая практика.

Результаты по всем оцениваемым разделам анкеты в среднем не меньше 75% от максимальных возможных баллов.

- В+ Передовая практика.

Результаты по всем оцениваемым разделам анкеты в среднем не меньше 50% от максимально возможных; ни по одному вопросу результаты не меньше 25% от максимально возможных.

- В Хорошая практика.

Результаты по всем оцениваемым разделам анкеты в среднем не меньше 50% от максимально возможных баллов.

- С+ Развивающаяся практика.

Результаты общей экспертной оценки анкеты членами жюри больше 50% максимально возможных баллов.

- С Формирующаяся практика.

Все остальные.

Методология рейтинга представлена в 2020-м году компанией ЕУ в России (в 2022-м году — группа компаний Б1), разработана на базе первичной методологии «Лидеры корпоративной благотворительности» сети аудиторско-консалтинговых фирм PwC совместно с Форумом Доноров.

СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ — 2022»

Альфа-Банк	МТС	Сегежа Групп
Апатит	Нордголд	Сибантрацит
Аркиник СМЗ	Норильский Никель	СИБУР
АФК Система	ОМК	СинТЗ
Биннофарм Групп	ОПТИКОМ	Стройсервис
Биокад	Протек	СУЭК
ВК	Пятёрочка	T2 Мобайл
ВТБ	РЖД	Территория Притяжения
Вымпел — коммуникации	Росатом	Тинькофф Банк
Газпром нефть	РОСБАНК	ТМК
Газпром трансгаз Ухта	Росгосстрах Жизнь	УГМК
Газпром-Медиа Холдинг	Ростелеком	УК Полюс
Группа ГАЗ	РУСАЛ	ФЕСКО, транспортная группа
ЕВРАЗ	РусГидро	ФосАгро
ЕвроХим	Русская медная компания	Яндекс Такси
Катрен	Сахалинская энергия	Янссен, подразделение фармацевтических товаров
Лента	Сбербанк	Джонсон & Джонсон
Магнит	СВЕЗА-Лес	En+ Group
МегаФон	Северсталь	Lamoda
Метллоинвест	Северсталь Менеджмент	X5 Group
ММК		

ТОП РЕЙТИНГА 2022

РЕЙТИНГ А+

АФК Система
Металлоинвест
МТС
Норильский Никель
РУСАЛ
СИБУР
СУЭК
ТМК
ФосАгро

РЕЙТИНГ А

X5 Group
Segezha Group
ВТБ
Газпром Нефть
ОМК
Полюс
Протек
РОСБАНК
Ростелеком
Сахалинская энергия
Северсталь

НОМИНАЦИИ

«Лучшая программа (проект), способствующая профессионализации некоммерческого сектора»

Партнер номинации: Министерство экономического развития Российской Федерации



«Лучшая программа (проект) в сфере молодежной политики Российской Федерации»

Партнер номинации: Министерство науки и высшего образования Российской Федерации



Специальный диплом «За креативный и инновационный подход»

ПАО «МегаФон»

Федеральный социальный проект по профориентации и киберсоциализации «Справочной игровой сервис SkillCity – 2022»

Специальный диплом «За раскрытие творческого потенциала молодежи»

АО «Газпром-Медиа Холдинг»

Образовательно-практический проект АО «Газпром-Медиа Холдинг» «ПРОфнавигатор»

«Лучшая программа (проект) в сфере развития инклюзии»

Партнер номинации: Счетная палата Российской Федерации

ООО «Яндекс Такси»	ПАО «Сбербанк»	ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)	ПАО «МегаФон»
2	1	1	3
«Поездки для НКО»	Проект «Все получится»	Онлайн-платформа для профессионального обучения и последующего трудоустройства специалистов с разными видами инвалидности	«Включайся и будь успешен!»

«Лучшая корпоративная программа социальных инвестиций в территориях в контексте устойчивого развития и стратегии бизнеса»

Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей

РОСТЕЛЕКОМ	ОК РУСАЛ	Газпром нефть	СИБУР	Русская медная компания
2	2	1	1	3
Цифровой регион	Программа «Устойчивое развитие территорий социальной ответственности»	Программа социальных инвестиций «Родные города»	Программа социальных инвестиций «Формула хороших дел»	Новый Карабаш

За эффективный старт программы «Новый социальный вектор»
Группа ГАЗ

«Лучшая корпоративная программа (проект) по развитию женского лидерства»

Партнер номинации: Совет Евразийского женского форума при Совете Федерации Федерального собрания Российской Федерации

Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД»)	Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом» (Госкорпорация «Росатом»)	Самарский металлургический завод (АО «Арконик СМЗ»)
2	1	3
Проект «Как быть успешной и счастливой»	Женское сообщество Росатома (Фонд поддержки и развития женских инициатив «Объединение женщин атомной отрасли»)	Качественное исследование среди старшеклассниц и студенток 1-3-х курсов профильных вузов «Гендерные барьеры при выборе STEM-профессии: есть ли проблема?»

«Лучшая программа, способствующая устойчивому развитию с помощью грантовых конкурсов (лучший грантовый конкурс)»

Партнер номинации: Фонд президентских грантов

Газпром нефть	ПАО «Северсталь»	Трубная металлургическая компания	ЕВРАЗ
2	1	3	3
Грантовый конкурс «Родные города»	Грантовый конкурс благотворительного фонда «Дорога к дому» компании «Северсталь»	Грантовый конкурс БФ «Синара»	Грантовый конкурс «ЕВРАЗ: город друзей – город идей!»

Специальный диплом «Перспективный дебют»

ВЮСАД

«Наука добра» - грантовый конкурс ВЮСАД для поддержки социально значимых проектов некоммерческих организаций

Специальный диплом «Перспективный дебют»

УК «ЭЛСИ»

Грантовый конкурс «Регион возможностей»

«Лучшая программа, способствующая реализации Целей Устойчивого Развития ООН по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека в интересах устойчивого развития»

Партнер номинации: ООН в России (Объединенная Программа ООН по ВИЧ/СПИДу – ЮНЭЙДС, Информационный Центр ООН в Российской Федерации)

ГК «ПРОТЕК»	X5 Group	АО «Альфа-Банк»	АО «Апатит»
2	2	1	3
Проект «Лекарственная помощь медицинским и социальным учреждениям в период пандемии COVID-19» в рамках программы «Здоровье – людям»	«Корзина доброты»	Программа «Альфа-Эндо»: адресная помощь социально уязвимым семьям детей с сахарным диабетом первого типа	Информационно-профилактическое пространство «Лаборатория безопасности»

Специальный диплом «За инновационные методы»

Банк ВТБ (ПАО)

Детское страхование от критических заболеваний

«Лучшая программа (проект) в сфере экпросвещения»

Партнер номинации: Международный форум «Экология»

ПАО «Сбербанк»	Банк ВТБ (ПАО)	ОПТИКОМ	ПАО «МТС»	АО «Объединенная металлургическая компания» (АО «ОМК»)
2	1	3	3	3
«Зелёный Марафон»	Проект «Подари лес другу!»	Программа проектов «Циклические сервисы»	БудьЭКО (НВОУГЕСО) с МТС	Развитие экологического волонтерского движения в городах присутствия ОМК

«Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства»

Номинация Форума Доноров в коллаборации с проектом «Форум меценатов будущего»

Золотодобывающая компания «Полюс»	ПАО «Северсталь»	Компания «Металлоинвест»
2	1	3
Конкурс региональных театральных коллективов «Полюс. Золотой сезон» и его финал в рамках регионального представления международного фестиваля «Территория»	Благотворительная программа «Музей Русского Севера»	Культурная платформа «Арт-окно»

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ



Базалеев Олег

Руководитель департамента по социальным вопросам компании Crescent Petroleum (Ближний Восток)



Гайда Ирина

Эксперт центра по энергопереходу и ESG, Сколтех



Благов Юрий

Директор центра КСО, ВШМ СПбГУ



Гарт-Ефремова Ирина

Первый заместитель директора Форума Доноров



Бобылёв Сергей

Заведующий кафедрой, д.э.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ, руководитель Центра биоэкономики и эко-инноваций МГУ



Герасимова Светлана

Партнер, программный директор Проектного офиса «Стратегии и практики устойчивого развития», руководитель Школы КСО и устойчивого развития ММШВБ «МИРБИС»



Болдырева Александра

Исполнительный директор Форума Доноров



Горелик Александр

Помощник Генерального директора по взаимодействию с международными организациями, Межгосударственная Корпорация Развития



Верещагина Екатерина

Генеральный директор агентства «Стратегические коммуникации»



Гусева Екатерина

Старший эксперт, Услуги в области устойчивого развития, Группа компаний Б1



Войцехович Константин

Региональный советник ЮНЭЙДС по вопросам взаимодействия с органами власти



Дайман Сергей

Ассоциированный партнер, Группа компаний Б1



Дорпеко Наталья

Исполнительный директор Национальной сети Глобального договора ООН в России



Иванова Екатерина

Доцент департамента стратегического и международного менеджмента, Высшая школа бизнеса, НИУ ВШЭ



Дубовицкая Елена

Директор Центра устойчивого развития школы управления СКОЛКОВО



Изотова Галина

Заместитель Председателя Счетной палаты Российской Федерации



Дьяченко Олег

Начальник отдела организации социальных проектов Минобрнауки России



Имаева Гузелия

Генеральный директор Аналитического центра НАФИ



Евлампиева Татьяна

Начальник отдела развития сферы некоммерческих организаций Департамента развития социальной сферы и сектора некоммерческих организаций Минэкономразвития России



Копылова Галина

Директор по корпоративной ответственности Управления корпоративной ответственности, устойчивого развития и социального предпринимательства Российского союза промышленников и предпринимателей



Есаулов Денис

И.о. директора департамента внешних коммуникаций Счётной палаты Российской Федерации



Кошелева Наталья

Эксперт по оценке, международный консультант в области мониторинга и оценки программ



Зайцева Наталья

Управляющий директор ESG дирекции, Сбер



Кузнецов Владимир

Директор Информационного Центра ООН в России



Махмутов Тимур

Директор департамента международного и регионального сотрудничества Счётной палаты Российской Федерации



Самарина Ольга

Директор департамента аудита социальной защиты и культуры Счетной палаты Российской Федерации



Морозов Владимир

ведущий советник в департаменте международного и регионального сотрудничества Счетной палаты Российской Федерации



Салдана Виней П.

Специальный советник Исполнительного Директора, член правления ЮНЭЙДС



Новак Камила

Независимый эксперт по устойчивому развитию



Саркисова Светлана

Руководитель проектов Форума Доноров



Орехова Мария

Помощник заместителя Председателя Счетной палаты Российской Федерации



Светличная Екатерина

Директор по спецпроектам Форума Доноров



Радченко Татьяна

Первый вице-президент Центра стратегических разработок (ЦСР)



Соболев Игорь

Советник Генерального директора Фонда президентских грантов



Салтыкова Ирина

К.т.н., советник заместителя Председателя Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, директор Международного конкурса женских предпринимательских проектов в АТЭС «APEC BEST AWARD»



Троцкий Николай

Директор по коммуникациям Благотворительного фонда Алишера Усманова «Искусство, наука и спорт»



Ульянова Ольга

Директор АНО Центр содействия природоохранным инициативам «Экология»



Цумерова Анастасия

директор по методологии финансирования устойчивого развития, Блок рисков ВЭБ.РФ



Феоктистова Елена

Управляющий директор Управления корпоративной ответственности, устойчивого развития и социального предпринимательства Российского союза промышленников и предпринимателей



Чукалин Илья

Генеральный директор Фонда президентских грантов



Феоктистова Олеся

Руководитель Центра финансов социальной сферы Научно-исследовательского финансового института, МинФин РФ



Шульженко Анастасия

Ведущий советник отдела по взаимодействию с некоммерческими организациями Департамента государственной молодежной политики и воспитательной деятельности Минобрнауки России



Ханина Анастасия

PR-директор Благотворительного фонда Михаила Прохорова



Щербаткина Мария

Руководитель Секретариата заместителя Председателя Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации



Хонякова Наталья

Независимый эксперт



Яловенко Ярослав

Начальник отдела в департаменте международного и регионального сотрудничества Счетной палаты Российской Федерации



СУЭК

Цели и задачи благотворительной деятельности/социальных инвестиций компании, как эта деятельность связана с миссией, стратегией и целями организации

СУЭК является важным фактором обеспечения экономической и социальной стабильности территорий присутствия. В их устойчивое развитие Компания вносит свой вклад как работодатель, налогоплательщик, участник экономической деятельности, социальный инвестор. Мы осознаем, что развитие нашего бизнеса и развитие регионов присутствия СУЭК неразрывно связаны, и рассматриваем социальную деятельность как один из важнейших факторов успешного решения стратегических задач Компании.

Одним из 5 основных направлений, принятой в 2019 году сводной Стратегии-2023 СУЭК, является акцент на устойчивое развитие. Стратегические бизнес-цели и цели Компании в области устойчивого развития неразрывно взаимосвязаны, что создает прочную основу для ее успешного роста в долгосрочной перспективе. Достижение бизнес-целей невозможно без создания благоприятных условий для безопасной и слаженной работы трудового коллектива, конструктивного взаимодействия с государством и обществом, повышения социальной стабильности в регионах присутствия.

СУЭК заинтересована в стабильном долгосрочном развитии предприятий в регионах присутствия, поэтому для нас имеет большое значение удовлетворенность качеством жизни и позитивное отношение к Компании со стороны сотрудников, членов их семей, местных сообществ. Для нас важна уверенность в обеспеченности предприятий в настоящем и в будущем квалифицированными кадрами. Поэтому стратегия социальной деятельности СУЭК тесно связана со стратегией ведения бизнеса. Социальные программы и мероприятия компании помогают ей в достижении экономических целей. Стратегическая цель социальной деятельности СУЭК — всестороннее развитие регионов, в которых расположены наши предприятия, улучшение качества жизни сотрудников, членов их семей и местных жителей.

Основные приоритеты социальной стратегии СУЭК:

- активизация местных сообществ;
- внедрение инновационных технологий и подходов в социальную сферу;
- расширение возможностей для самореализации и занятости населения, создание рабочих мест;

- привлечение молодежи в угольную отрасль;
- создание благоприятного социального климата в регионах присутствия.

Для стабильного долгосрочного развития Компании важно, чтобы наши сотрудники связывали свое будущее и дальнейшие перспективы с нашими городами. А для этого, помимо достойной заработной платы и хороших условий труда для сотрудников, важной задачей является обеспечение высокого уровня качества жизни работников, их семей, местных сообществ. Поэтому все годы деятельности СУЭК стратегия бизнеса четко связана с социальной политикой, с грамотными социальными инвестициями в развитие регионов присутствия, в приумножение человеческого капитала.

Цели СУЭК:

- высокий уровень производственной безопасности и охраны труда;
- профессиональное развитие и социальное благополучие персонала;
- содействие социальному развитию регионов, где работают предприятия Компании, повышению качества жизни жителей шахтерских городов и поселков;
- повышение эффективности социальных инвестиций Компании.

Задачи:

- поддержка развития социальной инфраструктуры территорий присутствия;
- развитие человеческого капитала;
- развитие социального потенциала местных сообществ;
- взаимодействие с органами власти в решении задач социального развития;
- поддержка социально незащищенных групп населения;
- внедрение современных социальных практик и технологий;
- развитие открытого диалога со всеми заинтересованными сторонами.

Как выстроена система управления благотворительной деятельностью/ социальными инвестициями в компании; описание системы принятия решений (выбор приоритетных направлений, финансирование, управление программами) и взаимодействия подразделений.

Управление благотворительной деятельностью интегрировано в общую систему корпоративного управления АФК «Система» как один из ключевых аспектов устойчивого развития и ESG. Приоритеты социального инвестирования определяет Совет директоров (СД) АФК «Система», который ежегодно рассматривает стратегию в области благотворительной деятельности. В 2022 году в результате объединения функций ранее отдельных комитетов СД по устойчивому развитию и связям с инвесторами и по стратегии был сформирован Комитет по стратегии и устойчивому развитию, к сфере компетенций которого отнесены все вопросы ESG, в том числе корпоративная благотворительность. Комитет, куда входят в том числе независимые директора, возглавляет председатель СД АФК «Система». Комитет осуществляет предварительное рассмотрение стратегии БФ Система и оценивает результативность ее реализации перед вынесением на обсуждение СД.

На уровне менеджмента за вопросы ESG с 2021 г. отвечает исполнительный вице-президент по устойчивому развитию Корпорации. К зоне ответственности этого должностного лица относятся разработка/ актуализация корпоративных ESG-политик, в т. ч. в социальной сфере, их внедрение и мониторинг соблюдения, анализ и раскрытие нефинансовой информации, в т.ч. о благотворительной деятельности Группы АФК Система, в рамках консолидированной нефинансовой отчетности.

За взаимодействие с фондом в части координации публичного освещения его деятельности отвечает управляющий директор по внешним коммуникациям АФК «Система».

Оператором социальных инвестиций Корпорации выступает Благотворительный фонд Система, который разрабатывает, актуализирует и реализует стратегию в области благотворительности, одобряемую СД АФК «Система» и утверждаемую высшим органом управления фонда — Советом БФ Система.

Фонд осуществляет централизованное управление портфелем стратегических благотворительных программ: планирует, реализует и финансирует программы и проекты в рамках ежегодного плана благотворительной деятельности; организует общекорпоративные социальные, экологические, просветительские, волонтерские акции; ведет работу с социальными партнерами и обращениями внешних

стейкхолдеров по вопросам оказания благотворительной помощи и ежегодно отчитывается о достижении закрепленных в благотворительной стратегии КПЭ перед коллегиальными органами управления фонда и Корпорации.

В состав Совета БФ Система входят представители менеджмента ключевых компаний-доноров фонда. Совет утверждает годовые благотворительные программы и контролирует их исполнение, а также утверждает годовые отчеты о деятельности фонда.

Надзор за деятельностью фонда осуществляет Попечительский совет БФ Система, в который, наряду с высшими должностными лицами АФК «Система» и ее активов, привлекаются независимые члены. В полномочия Попечительского совета входят контроль целевого использования средств фонда, соблюдения требований действующего законодательства (комплаенс), обеспечение исполнения принятых органами управления решений.

В 2021 году началась трансформация БФ Система в единый центр компетенций и реализации социальных, образовательных, экологических инициатив в рамках стратегии устойчивого развития Корпорации с целью более эффективного внедрения и реализации повестки ESG в компаниях Группы АФК «Система» в части социальных и экологических аспектов. В этой роли фонд взаимодействует с активами Корпорации для изучения потребностей регионов присутствия и формулировки приоритетов социальной повестки; содействует реализации ЦУР и продвижению зеленой повестки в компаниях Группы; разрабатывает и внедряет новые инструменты реализации благотворительных проектов, в т.ч. на условиях ГЧП по модели импакт-инвестирования (проекты социального воздействия совместно с государственными структурами) с целью мультиплицирования эффекта и масштабирования стратегических программ, в т.ч. за счет возврата части социальных инвестиций, перевода донорских проектов в цифровую среду с использованием возможностей компаний Группы, прироста числа доноров и привлечения внешних инвестиций. Единая структура управления благотворительными проектами на базе корпоративного фонда и масштабирование лучших практик компаний Группы позволит существенно увеличить общий социальный эффект от социальной деятельности Корпорации.

Как в компании проходит процесс отбора для финансирования отдельных проектов в сфере корпоративной благотворительности и социальных инвестиций, каковы критерии отбора

Процесс отбора проектов для финансирования в компании установлен в 2016 году — на конкурсной основе для всех типов проектов: грантовых (реализуемых на локальном уровне местными НКО и бюджетными учреждениями социальной сферы), межрегиональных (реализуемых в нескольких регионах в течение года крупными институциями), волонтерских проектов сотрудников и студентов. Проведение конкурсов описано в соответствующих регламентах, размещенных в открытом доступе на сайте программы Формула хороших дел:

- грантовый конкурс — <https://www.formula-hd.ru/nko/>
- конкурс межрегиональных проектов — <https://www.formula-hd.ru/special-project/>
- конкурс волонтерских проектов сотрудников — <https://www.formula-hd.ru/employees-contest/>
- конкурс волонтерских проектов студентов — <https://www.formula-hd.ru/contest/>

Поскольку подача заявки осуществляется в личном кабинете на сайте программы, для ознакомления доступны также отдельные формы заявки и отчетности, размещенные на тех же страницах конкурсов. Таким образом, все желающие могут ознакомиться с ними до регистрации личного кабинета для принятия решения о целесообразности участия. Общую координацию проведения конкурсов осуществляет функция СГО и специально выделенные координаторы конкурсов. В целом порядок проведения каждого конкурса включает:

- заявочную кампанию, в ходе которой участники регистрируются в личном кабинете, оформляют заявки, предоставляют дополнительную информацию;
- обработку заявок и проверку по формальным критериям — в течение двух недель после окончания заявочной кампании;
- оценку заявок экспертами компании и привлеченными внешними экспертами;
- объявление результатов конкурса и заключение договоров с победителями. Оценка заявок, поступивших на конкурс, осуществляется в соответствии с утвержденной процедурой. По сравнению с предыдущим периодом в процедуре изменился состав участников оценки — добавился Общественный/экспертный совет.

В оценке проектов принимают участие:

- по всем направлениям программы ФХД (Формула Хороших Дел): функции СГО, Корпоративные коммуникации, профсоюзная организация Компании, представители функции в регионах (каждый по своему региону), послы программы ФХД;
- дополнительно по направлению Образование и наука: Корпоративный университет, Управление по подбору персонала;
- дополнительно по направлению Охрана окружающей среды: функция Устойчивое развитие;
- члены Общественного (экспертного) совета ФХД — каждый по своей тематике.

Таблица с перечнем заявок, прошедших первичную проверку, а также сами заявки направляются функциям-участникам оценки с указанием сроков представления заполненной таблицы.

Критерии оценки проектов, поступивших на грантовый конкурс, тоже были изменены в зависимости от категории участника оценки:

— региональные представители и послы программы, которые тоже находятся в регионах, оценивают заявку по таким критериям, как важность проекта для города в целом, соответствие стратегии развития и приоритетам администрации, важность для жителей;

— представители различных подразделений в Москве (в корпоративном центре) оценивают заявку по таким критериям, как соответствие приоритетам Компании, качество написания заявки, соотношение запрашиваемого бюджета и ожидаемого результата;

— представители общественного/экспертного совета оценивают по таким критериям, как соответствие целей проекта и ожидаемых результатов, обоснованность актуальности проекта, соответствие заявленных мероприятий целям и результатам, релевантность бюджета. В приоритетном регионе компании — Тобольске — в выборе проектов также участвуют Общественный совет группы тобольских предприятий СИБУРа и жители города путем открытого онлайн-голосования за проекты, имеющие общегородское значение (в соответствии с имеющейся процедурой голосования).



ФОСАГРО

Принципы формирования бюджета благотворительной деятельности/социальных инвестиций в компании

Фиксированная сумма на год (другой период): Основной принцип
Средства выделяются по запросам: Также применяется

В течение года может проводиться корректировка бюджета по отдельным обращениям органов местного самоуправления, общественных организаций, отдельных граждан. Кроме того, при возникновении экстренных ситуаций, например, как ковид, когда потребовалось приобрести значительное количество средств защиты, оборудования для лабораторных исследований и аппаратов.



РУСАЛ

ОК РУСАЛ

Взаимодействие с заинтересованными сторонами на разных этапах реализации корпоративной благотворительной деятельности/социальных инвестиций

Разработка стратегии благотворительной деятельности / социальных инвестиций

Ключевым элементом разработки стратегии являются консультации с представителями всех заинтересованных сторон — акционерами и инвесторами компании, сотрудниками компании и членами их семей, местными сообществами (включая местное самоуправление), клиентами, местными поставщиками, благополучателями социальных проектов, представителями природозащитного и экспертного сообщества — с целью выявления приоритетов устойчивого развития конкретных территорий.

Реализация отдельных программ, акций

Ключевым элементом реализации социальных программ является создание площадок (в формате экспертных советов, конкурсных комиссий, рабочих встреч, деловых игр) для обсуждения и сбора обратной связи с участием представителей городских администраций, образовательных учреждений, НКО, экспертного сообщества, сотрудников, активных жителей и других заинтересованных сторон. На площадках вырабатывается совместный план действий по достижению целей каждой конкретной программы, закрепляется ответственность каждой из сторон, создаются механизмы мониторинга хода реализации программ, оперативно решаются возникающие сложности.

Участие в процессе оценки

В компании оценка программ осуществляется на всех этапах: разработки, реализации, по итогам завершения ключевых этапов, годового цикла или всего периода реализации, и включает в себя как внутреннюю, так и внешнюю оценку. На этапе оценки особенно важным является привлечение профильных внешних экспертов.

Обсуждение результатов оценки

В конце каждого года реализации программ проводятся мероприятия с участием заинтересованных сторон — благополучателями, местными сообществами, профильными НКО, представителями власти, профессиональными сообществами, СМИ, на которых обсуждаются достигнутые результаты и планы по развитию программ на следующий период. По результатам данных обсуждений уточняются цели и задачи программ, устанавливаются новые КПЭ. Данные изменения вносятся в программы реализации и паспорта программ.

Мониторинг результатов (в течение реализации и/или после завершения проекта)

Основная цель мониторинга — получить исчерпывающие эмпирические и статистические данные о реализации проекта, оценить его воздействия на качество жизни в городе. Важный элемент мониторинга — консультации с представителями следующих заинтересованных сторон: сотрудники компании, местные сообщества, благополучатели, представители власти, НКО.



Норникель

Как осуществляется процесс мониторинга и оценки корпоративной благотворительной деятельности/социальных инвестиций.

В компании выстроена комплексная система оценки эффективности социальных программ и проектов. Ключевым критерием принятия решения об их реализации является социальный эффект — воздействие на различные аспекты жизни трудового коллектива и общества. Социальный эффект оценивается в течение всего периода реализации программы или проекта и по их завершении.

Инструменты оценки разнообразны: проводятся целевые исследования и опросы, позволяющие оценить мнение заинтересованных сторон; оцениваются фактические показатели реализации, например, зафиксированные в паспорте программ или в соглашениях о социально-экономическом сотрудничестве.

При разработке и реализации социальной политики компанией проводятся:

- мониторинг социальной ситуации в трудовых коллективах через приемные по социально-трудовым вопросам;
- ежегодное исследование вовлеченности персонала;
- ежегодные опросы участников социальных программ (по санаторно-курортному лечению, детскому отдыху, корпоративным подаркам, культурным, развлекательным, спортивным мероприятиям);
- ежеквартальный мониторинг и ежегодная оценка эффективности и результативности жилищных программ Наш дом/Мой дом и Льготное кредитование работников;
- регулярная оценка эффективности и результативности благотворительной программы Мир новых возможностей;
- оценка эффективности и результативности социальных проектов, получающих гранты компании: на стадии принятия решения о финансировании, в ходе мониторинга и реализации.

Компания также ежемесячно формирует отчет о социальной ситуации на территориях присутствия, участвует в различных конкурсах, что позволяет получить независимую оценку и общественное признание инициатив. Проекты государственно-частного партнерства оцениваются на различных уровнях управления, что позволяет принимать оптимальные решения по устойчивому развитию территории деятельности.

Система мониторинга и оценки включает:

- 1) Текущий мониторинг — осуществляется менеджерами Управления благотворительных программ Заполярного филиала (Норильск), Управления региональных проектов АО Кольская ГМК (Мурманская область) и Отдела

кадрового администрирования ООО ГПК Быстринское. На регулярной основе в качестве инструментов мониторинга используются: анкетирование, фокус-группы, наблюдения, анализ действующих нормативно-методических документов, проверка отчетов о реализации социальных проектов.

2) Внутренняя оценка — осуществляется сотрудниками в регионах и сотрудниками Главного офиса Компании.

3) Внешняя оценка — с привлечением сторонних экспертов.

Формы аналитических отчетов:

- сотрудников о реализации благотворительной программы;
- благополучателей о реализации социальных проектов;
- благополучателей о целевом расходовании денежных средств;
- анкета обратной связи по итогам мероприятий.



Металлоинвест

Металлоинвест

Индикаторы для оценки эффективности и социального воздействия своих проектов и программ благотворительности/социальных инвестиций

Оценка удовлетворенности — количественные показатели по позитивной и негативной оценке результатов программы; количество благополучателей, знающих о программе; процент участников и всех стейкхолдеров, удовлетворенных результатами программы.

Оценка вовлеченности — процент участников, пришедших в программу повторно; процент вовлеченных участников от общего количества; оценка качества и воздействия проведенных мероприятий благополучателями, количество привлеченных партнеров.

Оценка достижения поставленных задач — количественные показатели по проведенным мероприятиям и участникам; количество привлеченных партнеров; количество привлеченных дополнительных средств; соотношение поставленных и выполненных задач; оценка эффективности каналов коммуникации.

Оценка социального воздействия — влияние программы на решение поставленной проблемы; влияние программы на благополучателей; влияние программы на организаторов.

Пример использования результатов оценки, какие выводы были получены и к каким решениям они привели

По результатам оценки эффективности (увеличение числа вовлеченной аудитории, в т.ч. из числа населения и профессиональных сообществ, НКО и СМИ — до 20%, что говорит о заинтересованности вовлеченных стейкхолдеров, в том числе на основе внешних независимых опросов, которые показали готовность населения к синергии с бизнесом и представителями властей для реализации соцпроектов, и внутренних опросов, которые показали рост волонтерской активности и потенциала среди сотрудников компании) расширены направления деятельности МТС в области благотворительности, а также масштабированы проекты, показавшие эффективность на этапе пилотирования. Например, в рамках проекта «Место силы» на основе опросов потребителей, экспертного сообщества, в 2022 году были запущены проекты по экотуризму по Чуйскому тракту (Алтайский край), Аптекарьскому огороду (г. Москва), Дендрарию в г. Сочи — при этом вовлеченность стейкхолдеров в их реализацию выросла до 20%.

В 2022 году МТС на основе проведенного анализа независимыми экспертами в области углеродного менеджмента — найден потенциал компании в области положительного влияния на хеджирование негативных процессов изменения климата. Результат: МТС пересмотрит и усилит комплекс мер по снижению углеродного следа, в т.ч. нарастит фокус на снижение выбросов парниковых газов и внедрение IoT для рынка.

В 2022 году на основе результатов внутренних исследований (опрос сотрудников), МТС расширяет программу по ремонту и повторному использованию электронного оборудования, а также экосистемный проект по E-отходам, в планах — дать вторую жизнь более 35 тыс. б/у телефонов и т.д.



TMK

Измерение влияния корпоративной благотворительной деятельности/социальных инвестиций, их результатов на информационное поле компании

Что касается регулярного мониторинга, который осуществляется в процессе выбора программ, в ходе их реализации и принятия решения о пролонгировании, то здесь задействован мониторинг по нескольким критериям, в том числе исследуется социальная среда, вовлеченность, результативность.

Социальная среда:

- мониторинг социальной активности НКО в регионе/городах присутствия;
- мониторинг количества и качества публикаций о реализации благотворительных программ и проектов при поддержке ТМК и БФ Синара;
- мониторинг реализации грантовых проектов, в том числе исполнения бюджета, достижения их целей и задач, охват аудитории, пиар-сопровождение;
- мониторинг поступления и расходования средств в проектах «Повседневная благотворительность», «Детская больница без боли» и др.: оценка поступлений, учёт и оценка обращений за помощью, отчетность широкой аудитории об оказанной поддержке.

Вовлеченность:

- социологические опросы сотрудников заводов ТМК (узнаваемость БФ Синара/узнаваемость и привлекательность реализуемых программ и проектов, результативность, актуальность общекопоративных акций);
- анкетирование потенциальных и действующих волонтеров, желающих принимать участие в благотворительных акциях заводов ТМК и БФ Синара;
- опросы НКО об актуальности проектов/акций, о необходимой помощи или участии корпоративной команды волонтеров ТМК в мероприятиях местных сообществ.

Результативность:

Результаты деятельности обсуждаются на Правлении фонда, которое проходит 2 раза в год с участием представителей предприятий на территориях. Разработан инструментарий для оценки эффективности проектной деятельности, в том числе:

- мониторинг количества упоминаний ТМК и БФ Синара в СМИ и корпоративной прессе в связи с благотворительной деятельностью;
- отчетность от благополучателей и кураторов проектов на местах;
- измерение социального эффекта, объема социальных изменений на территориях путем фиксации изменений, мониторинга комментариев об изменениях, интервьюированием лидеров общественного мнения.

РАЗДЕЛ 3 КОНКУРС СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ



Министерство
экономического
развития РФ

Номинация

«Лучшая программа (проект), способствующая профессионализации некоммерческого сектора»

Партнер номинации:

**Министерство экономического развития
Российской Федерации**

Татьяна Евлампиева

Начальник отдела развития сферы некоммерческих организаций Департамента развития социальной сферы и сектора некоммерческих организаций Минэкономразвития России

Некоммерческий сектор, бизнес, граждане и государство являются значимыми участниками развития благотворительности в нашей стране.

Люди, которые слабо ориентируются в вопросе развития благотворительности, могут решить, что роль бизнеса исключительно в предоставлении финансовых ресурсов, но на деле бизнес никогда не довольствовался столь узкой задачей, принимая активное участие в формулировании смыслов, постановке долгосрочных задач, передаче передовых технологий.

Именно в этом контексте Минэкономразвития России как ведомство, осуществляющее в том числе инфраструктурное развитие благотворительности, ежегодно отмечает лучшие программы коммерческих компаний, способствующие профессионализации некоммерческого сектора.

Идеи, подходы, решения, представленные компаниями, год из года разительно отличаются, что позволяет нам наблюдать вклад бизнеса в инфраструктуру благотворительности во всем его разнообразии.

В 2021 году победителями в номинации Минэкономразвития России стали следующие компании:

1 место: Т2 Мобайл (Теле 2) за инфраструктурный вклад в молодые некоммерческие организации.

2 место: Металлоинвест за комплексное развитие некоммерческого сектора в регионах присутствия.

3 место: РУСАЛ за вдохновляющую инфраструктурную работу с конкретным сегментом сектора (приюты для животных).



I место

ООО «Т2 Мобайл»

(оператор мобильной связи Tele2)

Tele2 — стратегический партнёр фонда поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам»: развитие в России импакт-стартапов в сфере детства и корпоративного интеллектуального волонтерства

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2012 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

<https://fond-navstrech.ru/>

<https://t.me/+BiJ7DddHv8YwMjcy>

<https://vk.com/fondnavstrech>

Оператор мобильной связи Tele2 является стратегическим партнёром фонда поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам» на протяжении 10 лет (2012–2022 гг.) и планирует продолжать это партнёрство. Через сотрудничество с фондом «Навстречу переменам» Tele2:

- поддерживает молодые некоммерческие организации и инициативные группы из разных регионов России, которые планируют создать НКО (импакт-стартапы) и осуществляют систематическую работу, направленную на улучшение жизни детей и молодёжи (до 24 лет);

Это некоммерческие организации и инициативные группы, которые ищут системные решения проблем детей в трудной жизненной ситуации (сирот, детей из малообеспеченных семей, из отдалённых районов, детей, имеющих проблемы со здоровьем): инновационные методы реабилитации, возможности для дополнительного образования, улучшения качества жизни, создания инклюзивной принимающей среды и самореализации, трудоустройства, профориентации ребенка вне зависимости от его жизненных, физических или ментальных ограничений. А также НКО и инициативные группы, которые предлагают инновационные решения для «трудных» тем, таких как буллинг, подростковый суицид, насилие в семье, профилактика наркомании и алкогольной зависимости, нарушение отношений в семье и т.д.

- даёт возможность сотрудникам стать интеллектуальными волонтерами — наставниками, консультантами, менторами молодых НКО и тем самым привносит экспертизу бизнес-сектора в социальную сферу, а работникам позволяет ощутить свой вклад в позитивные изменения.

Основные программы фонда, которые реализуются при поддержке Tele2:

- **ежегодный конкурс «Навстречу импакт-стартапам»:** отбор наиболее перспективных инициатив на ранней стадии (НКО и инициативные группы)

не старше 3 лет или опытные НКО, но предлагающее новое направление деятельности) для развития за счёт финансовой помощи (победители получают гранты в размере до 1,5 млн рублей) и экспертной поддержки (обучение в «Преинкубаторе» в процессе отбора лучших заявок в рамках конкурса, в «Инкубаторе» — для финалистов и победителей конкурса);

- **«Инкубатор»** — программа профессионального развития лидеров импакт — стартапов. Основной фокус поддержки — на развитии умения НКО оценивать социальное воздействие (результат, импакт) и создании финансовой устойчивости за счет налаживания систематического фандрайзинга и коммерческой деятельности.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

- Реализация программы поддержки НКО, предоставляющих новые возможности для детей и молодёжи России и улучшающих качество их жизни, для компании Tele2 является ключевым направлением в сфере корпоративной социальной ответственности. В социальной политике Tele2 опирается на стратегию корпоративной социальной ответственности и учитывает стратегические интересы руководства, акционеров, а также государства в области социального развития.
- Развивая социальное партнерство, объединяя усилия с местными сообществами, органами власти, некоммерческими организациями, собственными сотрудниками, которые принимают активное участие в реализации волонтерских программ, Tele2 расширяет собственные возможности. В диалоге с НКО, властями разного уровня, образовательными, медицинскими и прочими социально значимыми учреждениями компания реализует собственные инновационные решения для достижения наибольшего социального эффекта в развитии регионов.
- Решение проблем детства в стране (через поддержку импакт-предпринимателей и партнёрство с фондом «Навстречу переменам», в том числе силами интеллектуальных волонтеров из числа сотрудников Tele2) удовлетворяет потребность сотрудников в социальной реализации, потребность руководства компании — в замотивированном персонале, преданных клиентах и надёжных партнёрах.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Все регионы России.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

1. Повысить уровень благополучия детей в России (и общества в целом) через поддержку и развитие импакт-стартапов и некоммерческих организаций в сфере детства в партнёрстве с фондом «Навстречу переменам».

Направления:

- Обеспечение доступа к современным телекоммуникационным технологиям.
- Повышение уровня образования, в том числе в области телекоммуникаций.
- Социализация и применение полученных навыков на практике.
- Поддержка проектов, направленных на борьбу с опасными заболеваниями.
- Оказание помощи социально незащищенным группам населения и детям, оставшимся без попечения родителей.

2. Оправдать ожидания стейкхолдеров и обеспечить эффективное развитие бизнеса.

Задачи

Обеспечить эффективное взаимодействие с фондом поддержки инициатив в сфере детства «Навстречу переменам», в том числе финансовую, организационную, информационную, консультационную/экспертную поддержку, в процессе организации ежегодного конкурса «Навстречу импакт-стартапам» и реализации программы «Инкубатор».

Обеспечить участие сотрудников компании Tele2 в качестве интеллектуальных волонтеров в отборе лучших проектов конкурса «Навстречу импакт-стартапам», а также в обучении и дальнейшей экспертной поддержке участников «Инкубатора» фонда «Навстречу переменам».

РЕЗУЛЬТАТЫ

Более 2500 заявок были приняты на конкурс «Навстречу импакт-стартапам» и оценены волонтерами Tele2.

Более 350 лидеров социальной сферы из 54 регионов РФ приняли участие в программе обучения «Преинкубатор».

50 импакт-стартапов (без учета 2022 года) получили финансовую поддержку благодаря партнерству Tele2 и фонда «Навстречу переменам» и 76 импакт-стартапов в сфере детства успешно прошли и завершили обучение в «Инкубаторе» фонда «Навстречу переменам» при поддержке Tele2.

Более 600 сотрудников Tele2 приняли участие в реализации программ фонда в качестве интеллектуальных волонтеров (участников волонтерских чтений на первом этапе конкурсного отбора, экспертов, менторов, наставников).

Более 430 000 детей получили помощь.

Объем финансирования у НКО, принявших и продолжающих принимать участие в программах фонда увеличился в среднем в 4,6 раза по сравнению с объемом финансирования на момент подачи заявки на конкурс «Навстречу импакт-стартапам».

Количество сотрудников и волонтеров, работающих в НКО, увеличилось в среднем в 3,2 раза по сравнению с количеством на момент подачи заявки в фонд.

Количество детей, жизнь которых позитивно изменяется в результате деятельности НКО, в среднем для каждой из участвующих в программе организаций увеличилось в 4 раза.

Сообщество менторов, экспертов и лидеров социальной сферы создано и включает не менее 300 активных участников.

82% — уровень выживаемости проектов, которые получают помощь в результате участия и победы в конкурсе «Навстречу импакт-стартапам», а также обучения в «Инкубаторе» фонда «Навстречу переменам» до сих пор работают, за время участия в программе создали или развили НКО и/или другие формы организации.

По результатам опроса выпускников инкубатора в январе 2022 г. 41% — масштабировались и распространили практику в другие регионы или города; 60% — уверены в том, что бизнес-модель обеспечит жизнеспособность проекта в ближайшие 5 лет.

НКО, поддерживаемые фондом 5–10 лет назад, стали носителями успешных и доказанных социальных технологий, признанными экспертами в своей сфере помощи детям.



Металлоинвест

II место

ООО УК «Металлоинвест»

НКО-СОКРАТ

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2019 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://nko-sokrat.ru/>

https://vk.com/nko_sokrat

https://web.telegram.org/k/#@nko_sokrat

Плейлист на youtube-канале Агентства социальной информации

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLoT04CO4ta5x1-75FxDty5oorLb7iSQ5f>

Развитие городов является одним из ключевых приоритетов Компании «МЕТАЛЛОИНВЕСТ». Это неотъемлемая часть нашей бизнес-стратегии, основанной на принципах устойчивого развития.

Программа социальных инвестиций «ВМЕСТЕ!» — это программа, в которой будущее строится вместе с жителями. Мы делаем наши города привлекательными

и комфортными для жизни. Программа охватывает шесть направлений, ориентированных на решение актуальных социальных проблем.

Ряд направлений программы, включая «ВМЕСТЕ! С культурой», «ВМЕСТЕ! Со спортом» и «ВМЕСТЕ! С заботой», реализуются в партнерстве Компании и Благотворительного фонда «Искусство, наука и спорт».

Партнерские проекты Металлоинвеста и Фонда ИНИС направлены на трансформацию промышленных городов, которая включает повышение качества жизни, создание комфортной городской среды и предоставление новых возможностей для активных людей, готовых менять жизнь города к лучшему. Общими усилиями создается мощный импульс для развития регионов.

В 2018 году «Металлоинвест» и Благотворительный фонд «Искусство, наука и спорт» запустили программу «НКО-СОКРАТ» в партнерстве с АНО «Агентство социальной информации» (АНО «АСИ»).

Ключевая цель программы "НКО-СОКРАТ": содействие комплексному развитию НКО в регионах присутствия компании «МЕТАЛЛОИНВЕСТ», организация партнёрства НКО с властью, бизнесом и между собой.

Вклад программы «НКО-СОКРАТ» в развитие регионов понимается как расширение масштаба деятельности НКО: по количеству благополучателей, территориально, спектр оказываемых услуг для жителей и других НКО региона, и применение новых социальных технологий. В то же время, в тематике обучающих мероприятий программы учитываются особенности и потребности некоммерческого сектора каждого региона, выявленные по результатам исследований и актуализируемые на основе информации, получаемой от участников по каналам обратной связи в процессе реализации программы.

В программе не выделяются какие-либо направления деятельности, соблюдается баланс развития экосистемы некоммерческого сектора региона. Потенциал опытных НКО привлекается к развитию и поддержке новых. Для «Металлоинвеста» поддержка НКО стала одним из важных ресурсов, который играет решающую роль в развитии малых территорий. Общими усилиями создается мощный импульс для развития регионов.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Деятельность Компании «МЕТАЛЛОИНВЕСТ» прежде всего связана с таким понятием, как ответственность за состояние территорий, где мы живем и работаем, за людей рядом и будущие поколения. Мы считаем, что каждый из нас способен внести свой вклад в достойное будущее и уверенность в завтрашнем дне. Металлоинвест ведёт планомерную работу по развитию территорий присутствия.

При этом одним из драйверов развития социальной сферы выступают некоммерческие организации. По результатам исследований количество НКО в малых городах значительно меньше, чем в региональных центрах, они обладают меньшей устойчивостью и охватывают небольшое количество сфер социальной жизни городов. Для Металлоинвеста важно строить проекты развития городов

с опорой на местные активные сообщества. Проекты «Металлоинвеста», такие как развитие городской инфраструктуры, создание городских событий, грантовый конкурс, развитие системы образования, культуры и спорта рассчитаны на вовлечение широкого круга некоммерческих организаций, при этом их количество и качество работы требует постоянной поддержки извне. Именно поэтому развитие НКО — является одним из наших приоритетов.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Белгородская обл. с 2019 года, Курская обл. с 2020 года, Оренбургская обл. с 2021 года.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Увеличение вклада некоммерческих организаций в социальное и культурное развитие регионов.

Задачи

- Повышение компетенций специалистов НКО.
- Развитие партнёрского взаимодействия НКО внутри регионального третьего сектора и с местными сообществами (добровольцами, местными жителями, благополучателями, представителями органов власти, госучреждений, бизнеса, СМИ).
- Продвижение НКО в обществе.

РЕЗУЛЬТАТЫ

По итогам опроса, проведенного в 2022 году о результатах предыдущего года, в Белгородской, Курской областях и Новотроицке Оренбургской области в среднем по регионам 69% респондентов отметили увеличение вклада своей НКО в развитие региона благодаря программе.

Знания, полученные в ходе реализации программы, применяют до 77% НКО, но не менее 37% (в зависимости от мероприятий).

80% участников опроса отметили, что программа помогла их НКО в развитии партнёрства с другими НКО, 67% — партнёрству с местными сообществами, 50% — взаимодействию со СМИ.

80% НКО отметили расширение или обновление масштаба деятельности по количеству благополучателей и 47% — территориально. Расширение или обновление спектра оказываемых услуг для жителей отметили 57% опрошенных, для других НКО — 33%.

Запущен новый формат сотрудничества НКО в Белгородской области — Клуб НКО. В клубе обсуждаются важные актуальные вопросы и задачи с целью объединения ресурсов и знаний в различных сферах деятельности НКО. Клуб начал свою работу в гибридном формате — очно и онлайн.



III место

ОК РУСАЛ

Программа поддержки зоозащитных
некоммерческих организаций

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с августа 2021 года по настоящее время.

САЙТ ПРОЕКТА: <https://www.fcsp.ru/> — сайт Благотворительной организации Фонд «Центр социальных программ» (управляет социальными программами, которые реализует, финансирует и поддерживает компания РУСАЛ).

<https://fcsp.bitrix24.site/050422/> — сайт онлайн-конференции «Лучшие практики развития приютов для бездомных животных».

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/csprusal>

В 2020 году в рамках комплексной оценки ситуации в социальной сфере малых городов присутствия компании и обсуждения с ключевыми заинтересованными сторонами выявлены, с одной стороны, общая проблема: недостаточное количество (либо отсутствие) приютов для бездомных животных и плохие условия содержания питомцев в действующих приютах, а с другой стороны — определённый опыт и потенциал участия компании в решении данной проблемы через поддержку зоозащитных волонтерских проектов в рамках действующей корпоративной программы развития корпоративного и общегородского волонтерского движения «Помогать Просто».

По итогам были сделаны следующие выводы и предположения.

Оказание поддержки приютам для животных на территориях присутствия Компании:

1. Соответствует приоритетным направлениям социальных инвестиций. Для компании являются приоритетными: участие в создании комфортной городской среды и широкое вовлечение в добровольческую деятельность сотрудников предприятий и жителей регионов присутствия.

2. Способствует формированию в обществе гуманного и ответственного отношения к бездомным и домашним животным.

3. Обеспечивает снижение количества безнадзорных животных, находящихся на улицах городов.

4. Формирует благоприятное отношение к компании со стороны местного сообщества и органов власти.

В 2021 году по итогам комплексной оценки ситуации в социальной сфере малых городов присутствия РУСАЛА и обсуждения с ключевыми заинтересованными сторонами компания РУСАЛ инициировала новую программу, направленную на

развитие некоммерческих организаций, оказывающих содействие в решении проблемы безнадзорных животных.

Первый пилотный проект в рамках программы стартовал в 2021 году в городе Ачинске с целью поддержки АНО «Приют для животных «Доброе сердце». В ходе проекта с участием экспертов был проведен аудит деятельности приюта, выявлены ключевые проблемы и точки развития, разработана и предложена для внедрения стратегия развития. На средства РУСАЛа приют приобрел рентген-аппарат и автомобиль для перевозки животных, произвел ремонт вольеров и здания. Кроме того, в рамках программы проведен анализ успешных кейсов и разработаны методические рекомендации, опубликованные в сборнике «Настольная книга руководителя приюта для бездомных животных».

В 2022 году программа реализуется в г. Новокузнецке — Компания оказывает комплексную поддержку единственному в городе приюту «Шанс на жизнь» общественной организации «Общество защиты бездомных животных «Кот и пёс». На данный момент на основе аудита деятельности приюта составлена и реализуется стратегия развития, на средства компании приобретен анализатор крови, установлено ограждение территории приюта, приобретен автомобиль для перевозки животных.

В марте 2022 года в целях содействия трансляции принципов и действий, которые приводят к наиболее эффективному результату, была организована онлайн-конференция «Лучшие практики развития приютов для бездомных животных». Участие в онлайн-конференции приняли руководители и работники приютов, представители других НКО, местных органов власти, волонтеры — более 200 участников из 85 городов России.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

РУСАЛ, являясь одним из крупнейших работодателей и налогоплательщиков, на протяжении многих лет вносит существенный вклад в развитие регионов. Ключевыми направлениями социальных инвестиций компании являются развитие инфраструктуры и создание комфортных условий для проживания и отдыха людей, а также поддержка волонтерства. Придерживаясь принципов устойчивого развития, РУСАЛ реализует ряд добровольческих инициатив, направленных на решение проблем бездомных животных.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Красноярский край: г. Ачинск; Кемеровская обл.: г. Новокузнецк.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Способствовать развитию некоммерческих организаций, оказывающих содействие в решении проблемы безнадзорных животных в малых городах ответственности РУСАЛа.

Задачи

- Разработка стратегий развития для приютов.
- Развитие зооволонтерства.
- Тиражирование опыта лучших практик приютов для животных в территориях ответственности Компании.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Улучшение материально-технической базы приютов.
- Разработка и внедрение современных решений по учету животных и волонтеров, каталогизации, информирования целевых аудиторий.
- Руководство организаций и сотрудники приютов ознакомились с более чем 100 форматами организации сборов пожертвований, пристроя животных и решения других актуальных задач приютов.
- Привлечено внимание жителей городов к проблеме бездомных животных и возможностям её решения.
- Сформированы сообщества зооволонтеров.
- Повышена устойчивость приютов для дальнейшей самостоятельной работы.
- Расширен спектр платных услуг организаций.
- Расширен охват обслуживаемых территорий.
- Повышение устойчивости зоозащитных некоммерческих организаций и стабильной занятости сотрудников.
- Снижение напряженности в городах в связи с проблемой бездомных животных.
- Активно развивается зооволонтерство, большее количество горожан вовлечены в решение проблем бездомных животных, в том числе школьники и студенты.
- Значительно возросла готовность жителей взять себе животное из приюта, увеличились показатели пристройства.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Номинация

«Лучшая программа (проект) в сфере молодежной политики Российской Федерации»

Партнер номинации:

**Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации**

Анастасия Шульженко

Ведущий советник отдела по взаимодействию с некоммерческими организациями Департамента государственной молодежной политики и воспитательной деятельности Минобрнауки России

Молодёжь — это сила нашей страны, стратегический и кадровый ресурс. Всеобщая задача — воспитывать сильную и интеллектуальную молодежь, вкладывать ресурсы в обучение, воспитание, развитие, здоровье молодежи.

Деятельность Департамента государственной молодежной политики и воспитательной деятельности Минобрнауки России направлена на создание условий для успешной социализации и эффективной самореализации молодежи, развития потенциала и его использования в интересах инновационного развития страны.

В этом году Минобрнауки России впервые предложило номинацию «Лучшая программа (проект) в сфере молодежной политики Российской Федерации». Нам было важно изучить лучшие практики коммерческого сектора для формирования базы эффективных решений, ориентированных на молодежь.

Большинство представленных в номинации компаний являются градообразующими предприятиями, а значит являются важными стейкхолдерами в своем регионе: у них существует регулярный большой кадровый запрос, а значит мотивация удержания и привлечения молодых кадров посредством формирования новых возможностей для молодежи. Важно понимать, что представленные проекты являются социальной инициативой и идут от запроса самих компаний. Мы уверены, что достижение высоких результатов невозможно без участия предприятий и коммерческого сектора в модели взаимодействия между органами исполнительной власти, образовательными учреждениями, некоммерческими организациями и непосредственно целевой аудиторией — молодежью.

Изучая проекты, мы по достоинству оценили деятельность компаний, направленную на работу по направлениям молодежной политики, и благодарим их за неравнодушный и комплексный подход к своей деятельности.



I место

АО «Синарский трубный завод»

Программа «Молодёжь АО «СинТЗ»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2019 года по настоящее время

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/molodezhhsinary>

Программа «Молодёжь АО «СинТЗ» направлена на обеспечение актуальных и перспективных потребностей предприятия в квалифицированном персонале для достижения его стратегических целей путем привлечения и развития потенциала молодежи.

Направления поддержки:

- привлечение и закрепление молодежи на предприятии;
- профессиональное развитие молодежи;
- профориентационная работа;
- культурно-массовая и спортивно-оздоровительная работа;
- организационная и информационная работа;
- реализация социальных проектов и программ.

Совет молодежи АО «СинТЗ» им. А.И. Брижана — представительный орган при директоре по управлению персоналом. Основной целью Совета является организация, координация и совершенствование работы с молодежью, реализация программы «Молодёжь АО «СинТЗ».

Также реализуется программа профориентации школьников и студентов в образовательных учреждениях г. Каменска-Уральского и Каменского района.

Программа предусматривает реализацию мероприятий в подшефных образовательных учреждениях города в течение учебного года и охватывает все уровни образования.

По результату проведения профориентационной работы на каждом уровне образования формируются списки учеников образовательных учреждений для дальнейшей работы (дальнейшей профориентации, поступления в СПО и ВО, возможного трудоустройства).

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Прогнозируя утечку и нехватку кадров, связанную с демографической «ямой», администрация Синарского трубного завода разработала программу по профориентации, которая работает в рамках программы «Молодёжь». Ежегодная потребность Синарского трубного завода в персонале составляет от 700 до 1000 человек. С учетом непрерывной модернизации, автоматизации производства

предприятию требуются молодые специалисты, способные реализовать современные технологии.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

МО город Каменск-Уральский и МО Каменский район

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

1. Обеспечение актуальных и перспективных потребностей предприятия в квалифицированном персонале для достижения стратегических целей предприятия путем привлечения и развития потенциала молодежи.

2. Укрепление позиций молодежи, усиление ее роли в жизни АО «СинТЗ» за счет изменения отношения к ней старшего поколения и руководства предприятия и компании, осознания зависимости будущего АО «СинТЗ» от нынешних молодых рабочих и специалистов.

3. Участие в формировании кадрового резерва и отбор части молодых работников предприятия для дальнейшего продвижения.

4. Популяризация рабочих профессий и инженерных специальностей.

5. Формирование позитивного имиджа предприятия как работодателя.

6. Помощь школьникам в профессиональном самоопределении, ориентация их на изучение технических дисциплин.

7. Формирование базы потенциально перспективных школьников, студентов и выпускников, и сопровождение их на всех уровнях образования с целью дальнейшего трудоустройства в АО «СинТЗ».

Задачи

1. Привлечение и закрепление молодежи на предприятии.

2. Профессиональное развитие молодежи.

3. Профориентационная работа.

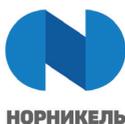
4. Культурно-массовая и спортивно-оздоровительная работа.

5. Организационная и информационная работа.

6. Участие в городских, областных и корпоративных мероприятиях.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Около 150 мероприятий, направленных на повышение профессионального мастерства молодежи, на профессиональную ориентацию школьников и студентов, на научно-техническое развитие молодежи, а также общезаводских и спортивных мероприятий, направленных на поддержание здорового образа жизни.



II место

ПАО «ГМК «Норильский никель»

LIGA IMAKE

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2020 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://ligaimake.ru/>

<https://vk.com/ligaimake>

Благотворительная программа «Мир новых возможностей» и направление в рамках программы «Создавай» нацелены на инновационное, опережающее развитие регионов присутствия ПАО «ГМК «Норильский никель». Именно поэтому так важно поддерживать и мотивировать молодых людей, которые интересуются прогрессивными научными разработками, инженерным творчеством и продвижением культуры изобретательства.

LIGA IMAKE — это сообщество настоящих и будущих изобретателей. Это клуб начинающих, ищущих, вдумчивых юных мейкеров, будущих инженеров и ученых. Поддержка этого проекта дает возможность создать и реализовать систему научно-образовательных мероприятий по продвижению культуры научного творчества в среде детей и подростков.

Цель проекта «LIGA IMAKE» заключается в создании условий для поддержки и продвижения инженерных разработок и проектов, развития научно-творческого потенциала и креативности детей и подростков, а также формирования сообщества начинающих мейкеров, инженеров и ученых. Проект позволяет сформировать систему вовлечения детей в процесс исследования и изобретательства, стимулирования их интереса, мотивации и развития в этом направлении.

Ключевые мероприятия проекта этому способствуют — в 2021 году были проведены: смена IMAKE CAMP; инженерный марафон IMAKE (онлайн-мастерские, вебинары, научные батлы и др.); городские митапы; Imake.Маёвка (семейное изобретательство); онлайн-интенсивы. Участники проекта «LIGA IMAKE» презентовали свои научные и инженерные изобретения на различных онлайн-презентациях и встречах. Сообщество юных легионеров (дети и подростки в возрасте 8-17 лет), а также родители, эксперты и приглашенные специалисты постепенно становятся амбассадорами проекта «LIGA IMAKE». А сам проект становится драйвером развития и продвижения научно-технического творчества и создает культуру инноваций и прогрессивного движения вперед. Социальные инвестиции компании — это в первую очередь создание условий для развития наших детей, это вклад в развитие человеческого капитала территорий, а значит, в устойчивое развитие территорий.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Компания рассматривает благотворительность, прежде всего, как социальные инвестиции в развитие социальной сферы и вклад в формирование гражданского общества. В Компании определены конкретные и измеримые цели, утверждены принципы и приоритеты благотворительности.

Новая стратегия компании в сфере благотворительной деятельности закрепила переход от традиционных точечных пожертвований к практике социальных инвестиций, что заставило частично пересмотреть сложившиеся за десятилетия схемы и механизмы поддержки региона, искать и находить новые подходы и решения для устойчивого развития регионов.

Компания не просто оказывает финансовую поддержку, но и передает участникам программы новые знания, создает условия для развития общественных инициатив и поддержки инновационных идей.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Норильск и Таймырский Долгано-Ненецкий муниципальный район Красноярского края; Мончегорск и Печенгский район Мурманской области; Чита и Газимуро-Заводский район Забайкальского края.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание условий для поддержки и продвижения инженерных разработок и проектов, развитие научно-творческого потенциала и креативности детей и подростков, а также формирование сообщества начинающих мейкеров, инженеров и ученых.

Задачи

- Включение детей и подростков в инженерное творчество и научно-техническую деятельность.
- Формирование и развитие изобретательских компетенций (системное мышление, логика, креативные подход и др.) у детей и подростков в регионах присутствия компании.
- Содействие в построении профессионального трека и карьерном самоопределении участников проекта «LIGA IMAKE».
- Презентация возможностей и современных достижений российской и мировой науки для продвижения идеи «наука — это модно и интересно».
- Внедрение прогрессивных и совершенствование традиционных образовательных методов, технологий в практике педагогов школьного и дополнительного образования в регионах и муниципалитетах.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Лаборатория научно-технического творчества Фаблаб:

- 2 лаборатории научно-технического творчества Фаблаб (Норильски и Мончегорск);
- 100 постоянных резидентов;

- Более 3 500 посетителей охвачено разными видами активности (курсы, воркшопы) в течение года;
- Более 3000 посетителей — экскурсионное помещение.

Лаборатории стали местом центра притяжения детей, молодежи и взрослых, увлекающихся наукой и техникой.

Фестиваль научных открытий «Arctic Wave» (Норильск, Мончегорск, Заполярный):

- Более 7 000 посетителей ежегодно и около 20-25 участников-организаторов площадок (организации, реализующие проекты по развитию научно-технического творчества) фестиваля научных открытий «Arctic Wave» ежегодно в каждом городе.

Удалось «заземлить технологии» в регионе — если в первых фестивалях принимали участие приезжие организации, то последующие 3 года все больше активностей организовано местными организациями.

Инженерный марафон:

- Обновленная и расширенная версия платформы ligaimake.ru;
- Более 1500 участников первого онлайн-этапа;
- Более 300 часов вебинаров, встреч и занятий в рамках марафона;
- 100 школьников — новых легионеров IMAKE;
- Более 500 участников различных воркшопов в рамках марафона;
- 150 MakerBOX (наборов для инженерного творчества) для второго этапа марафона;
- Разработана система мотивации юных легионеров (ачивки, достижения, вызовы и др.).

IMAKE CAMP:

- > 50 участников в возрасте от 8 до 17 лет, отобранных по итогам Инженерного марафона;
- > 20 экспертов, инженеров, ученых, разработчиков привлечены в команду LIGA IMAKE;
- 14 дней занятий, викторин, интенсивов, мастерских, экскурсий и т.д.
- Протестирован формат «семейного изобретательства» (шалость удалась — будем повторять и проводить).

Платформа и маркетплейс

- Более 100 черновиков идей на платформе ligaimake.ru;
- 6 школьников — победителей инженерного марафона и 4 прототипа поддержаны (компания поддерживает разработку прототипов);
- 5 дней онлайн-мастерских (предновогодние адвент-мастерские) и 4 дня инженерного интенсива;
- Участие юных легионеров в Слете социальных предпринимателей Севера (5 презентаций научных разработок) во время Форума социальных технологий «Город — это мы!» (волонтеры, спикеры) и пр.;

- Маркетплейс идей и разработок (открытая платформа для поддержки и продвижения научных идей и разработок);
- 60 педагогов приняли участие в профильных мероприятиях по разработке и внедрению новых форматов работы со школьниками (онлайн, оффлайн) — по факту стали амбассадорами подхода/метода работы с детьми через принципы неформального образования;
- Мейкеры Лиги изобретателей IMAKE в декабре 2020 года стали участниками VII Всероссийской Конференции «Юные техники и изобретатели». Презентация проектов проходила на высоком уровне — в формате онлайн-защит на платформе Государственной Думы Федерального Собрания РФ. Наши легионеры стали финалистами в номинации «Победители регионального отбора международного Конкурса ЛЕПИН» (Франция). Андрей Андрейчук и Александр Пермьяков из Читы защищали проект «Ng Belt Многофункциональный умный пояс», а Матвей Максимов из Норильска представил свой «Экошринкер, или Умная мусорка». Также в состав российской сборной вошли еще два легионера из Дудинки и Норильска: Глеб Воронов с проектом «Магнитно-левитационная мельница» и Артем Курлович «Зубная щетка 2 в 1».



III место

АО «Минерально-химическая компания «ЕвроХим»

Платформа молодежных проектов «Народное ESG»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2021 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://eurochem-esg.ru/>

ЕвроХим одним из первых в России создает платформу молодежных социально-культурных проектов #ЕвроХимESG / «Народное ESG».

Ноу-хау ЕвроХима: молодежь и волонтеры — авангард ESG-программы компании в российских регионах. Сотрудники и молодежь компании реализуют экологические, образовательные и культурные проекты в городах в партнерстве с властями и общественными организациями.

Программа #ЕвроХимESG — это:

- каскад из более чем 160 социальных проектов в семи регионах, межрегиональный конкурс ESG-проектов;
- поддержка общественно-значимых инициатив местных сообществ.

Проекты объединяют трёх ключевых стейкхолдеров — активное местное сообщество, бизнес и власти на основе общих идей, связанных с образом будущего, устойчивостью и культурным наследием.

Приоритеты программы: поддержка образования, рабочих профессий, культурного наследия, музеев, династий химиков и старшего поколения, благоустройство городов, спорт, экология.

Результат — создана уникальная межрегиональная платформа молодежных проектов и волонтерства = новая инфраструктура волонтерства и пул целевых проектов местных сообществ в городах присутствия ЕвроХима.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Программа является частью бизнес-стратегии компании в регионах, поскольку обеспечивает реализацию критически важных функций — социальное развитие, стабильность, устойчивое развитие, пополнение кадрами

Отдельно необходимо отметить, что социальное инвестирование в местные сообщества и города присутствия связано с реализацией масштабных инвестиционных проектов компании в регионах.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Все регионы и города присутствия компании «ЕвроХим»:

1. Ковдор, Мурманская область.
2. Кингисепп, Ленинградская область.
3. Березники, Пермский край.
4. Новомосковск, Тульская область.
5. Котельниково, Волгоградская область.
6. Невинномысск, Ставропольский край.
7. Белореченск, Краснодарский край.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание современной проектной молодежной политики компании.

Задачи

- Развитие волонтерства как самостоятельной социальной практики и важного ресурса социальной деятельности компании.
- Стимулирование молодежных проектов компании как механизмов самоорганизации, участия, высокой культуры ответственности.
- Участие в федеральных акциях «МыВместе», «День Российского флага», «Прошагай город», «Бессмертный полк», «Героям быть» и др.
- Реализация проектов с участием корпоративных волонтеров и волонтеров из городов присутствия в инициативах по развитию культурной среды, образованию, экологии и т. д.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- В городах присутствия ЕвроХима уже реализованы более 160 молодежных инициативных и волонтерских проектов, в т. ч. совместно с инициативами #МЫВМЕСТЕ, АНО «Национальные приоритеты», общественными организациями и т. д., которые дали результат по конкретным направлениям.
- Создана уникальная платформа молодежных ESG-проектов как механизм обмена опытом.
- Программа, ее активности, конкурс проектов стали важным мотиватором для вовлечения новых когорт молодежи.
- Экспоненциальный рост волонтерского движения в городах присутствия как важнейшего актива и ресурса социальной работы. Волонтерский актив составлял в 2019 году около 1,4 тыс. человек. Сегодня в волонтерской деятельности участвуют более 2,3 тыс. человек.
- В реализации социальных проектов большая заслуга волонтеров, организовавших мощное добровольческое движение на местах.
- Благодаря программе молодежное волонтерское движение в регионах вышло на новый, системный, проектный уровень работы.



III место

Акционерное общество «Сибирская Угольная Энергетическая Компания» (АО «СУЭК»)

Трудовые отряды СУЭК

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2005 года по настоящее время

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: https://vk.com/to_suek

Садовники, маляры, соцработники, экологи и дизайнеры — всё это бойцы трудового отряда СУЭК. Подростки, позабыв об отдыхе, наводят порядок в своих городах и поселках, высаживают цветы и деревья, помогают одиноким старикам и бездомным животным, ухаживают за памятниками и мемориалами, участвуют в различных акциях и, конечно, «примеряют» будущую профессию. Эти ребята предпочитают бронзовому загару плотный рабочий график. Им уж точно есть о чём писать сочинение «Как я провел лето». Тысячам школьников в желтых и зелёных футболках каникулы запоминаются полезным трудом, ярким досугом и новыми знакомствами. На счету подростков сотни добрых дел и тысячи слов «спасибо».

Стартовав в 2005 году в Красноярском крае, проект превратился в молодежное движение и вышел за рамки летней занятости подростков. За это время участниками проекта стали более 22 тысяч школьников в возрасте 14–17 лет, проживающие в десятках населенных пунктов от Мурманска до Владивостока. И с каждым годом это количество растет. Как растет и авторитет юных помощников: если в первые годы существования отрядов ребята занимались преимущественно благоустройством, то сегодня они проектируют будущее своих территорий, опекают ветеранов, заботятся об окружающей среде, вливаются во всероссийские акции. День Победы, День России, День российского флага, День защиты детей, День молодежи, День города — бойцы трудовых отрядов СУЭК — самые активные участники местных, региональных и всероссийских акций.

Неугомонные бойцы трудовых отрядов успевают и с пользой отдохнуть. Ребята с восторгом вспоминают походы, спортивные состязания.

Участие в трудовых отрядах помогает подросткам узнать больше о различных профессиях и сделать верный выбор в будущем. Во время трудового сезона ребята ездят на угледобывающие предприятия, где видят, как организовано производство и что делают на своих рабочих местах горные мастера, маркшейдеры, инженеры, машинисты экскаваторов.

Привычка трудиться не уходит с началом учебного года. Волонтеры-трудотрядовцы на добровольной основе заняты полезной деятельностью круглый год, трудотрядовцы участвуют в среднем в 300 волонтерских проектах в течение года. Во время пандемии коронавируса трудотряды подключились к волонтерскому движению в рамках всероссийской акции #МыВместе.

Трудовые отряды СУЭК — это движение, объединившее тысячи ребят, подарившее им новых друзей и массу впечатлений. Деятельность трудовых отрядов приносит ощутимую пользу населенным пунктам и вносит огромный вклад в воспитание подрастающего поколения. Но для СУЭК и всех причастных к созданию и работе трудотрядов главная награда — это дети, которые становятся волонтерами и делают добрые дела уже без материального вознаграждения; которые используют все возможности для самореализации и находят себя и своё призвание.

Самые первые бойцы давно стали взрослыми, создали семьи, многие из них пришли работать на предприятия СУЭК. Как они сами признаются, трудовые отряды дали очень хороший старт, понимание ценности своего и чужого труда, осознание собственных возможностей.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

СУЭК как компания, работающая на перспективу, заинтересована в кадровом резерве из активных, трудолюбивых, грамотных специалистов, нацеленных на результат. Отряды позволяют, с одной стороны, выделить среди «бойцов» таких перспективных молодых людей, с другой — дать ребятам из шахтерских территорий весь объем знаний о рабочих профессиях, престиж которых в последнее время заметно снизился.

Все социальные проекты СУЭК, направленные на молодое поколение, так или иначе несут в себе профориентационную составляющую, помогая детям найти свой путь в жизни. Компания заинтересована, чтобы юные жители шахтерских территорий «присматривались» к угольной отрасли, поступали в профильные вузы, чтобы спустя годы стать достойной сменой своим родителям.

Проект позволяет выделить среди «бойцов» перспективных молодых людей и дать ребятам из шахтерских территорий весь объем знаний о рабочих профессиях, престиж которых в последнее время заметно снизился. Подростки организованы, и под присмотром взрослых заняты созидательной деятельностью, их энергия направлена в позитивное русло. В детях воспитывается любовь и бережное отношение к своей малой родине: работая на благо родных городов и поселков, они начинают ценить и беречь сделанное своими руками. Шахтерские территории становятся благоустроенными: появляются новые детские площадки, ухоженные скверы, новые зоны отдыха.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

- Кемеровская область-Кузбасс
- Республика Бурятия
- Республика Хакасия
- Красноярский край
- Приморский край
- Хабаровский край
- Мурманская область
- Забайкальский край

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

- Создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности.
- Вовлечение подростков в волонтерскую (добровольческую) деятельность.
- Популяризация шахтерского труда и труда в целом.

Задачи

- Обеспечение занятости подростков, организация их досуга, воспитание в молодых людях патриотизма.
- Профилактика правонарушений среди несовершеннолетних.
- Формирование бережного отношения к результатам своего и чужого труда.
- Поддержка малообеспеченных и многодетных семей.
- Помощь подросткам в профориентации.
- Повышение престижа шахтерской профессии и формирование кадрового резерва СУЭК.
- Участие ребят в благоустройстве своей «малой родины».

РЕЗУЛЬТАТЫ

Трудовые отряды СУЭК стали образом жизни школьников из шахтерских территорий, а для территорий — точкой роста.

Проект способствует не только временному трудоустройству несовершеннолетних, но и формированию трудовых и профессиональных навыков у подростков, профилактике негативных явлений в молодежной среде, выполнению ими социально значимых работ, пропаганде идеологии гражданского сотрудничества.

Подростки организованы, и под присмотром взрослых заняты созидательной деятельностью, их энергия направлена в позитивное русло. Школьники имеют возможность во время летних каникул заработать деньги и поддержать свои семьи. Воспитание в детях любви и бережного отношения к своей малой родине: работая на благо родных городов и поселков, дети начинают ценить и беречь сделанное своими руками. Шахтерские территории становятся благоустроенными: появляются новые детские площадки, ухоженные скверы, новые зоны отдыха. Посредством специальных мероприятий школьники знакомятся с угледобывающими предприятиями, шахтерской профессией, что позволяет вернуть престиж рабочих профессий.

Вчерашние трудотрядовцы сегодня уже самостоятельные люди, многие из них работают в СУЭК. Как они сами признаются, трудовые отряды дали очень хороший старт, понимание ценности своего и чужого труда, осознание собственных возможностей. И не так важно, какую профессию выбирают повзрослев бойцы трудовых отрядов СУЭК, главное — они вырастают достойными, честными и ответственными людьми, любящими свою Родину, готовыми всегда прийти на помощь ближнему.

«Трудовые отряды СУЭК» стали эффективным социальным лифтом для подростков, открывшим дорогу в большую жизнь. Через участие в благоустройстве своих городов и поселков, экологические акции, работу с многодетными семьями и пенсионерами, присоединение к общенациональным волонтерским движениям и проектам, таким как #МыВместе, ребята из регионов присутствия СУЭК сформировали активную социальную позицию, ощутили себя членами большой команды, работающей на благо своей страны.

Подростки вовлечены в социальную практику, в трудовую и волонтерскую деятельность. Проект содействует патриотическому воспитанию молодежи, формированию правовых, культурных и нравственных ценностей среди молодежи.



Номинация

«Лучшая программа (проект) в сфере развития инклюзии»

Партнер номинации:

Счетная палата Российской Федерации

Галина Изотова

Заместитель Председателя Счётной палаты РФ

В 2022 году Счетная палата Российской Федерации стала партнером проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» Форума Доноров в номинации «Лучшая программа (проект) в сфере развития инклюзии».

Данная инициатива прекрасно дополнила наше устремление в части изучения вопросов, связанных с инклюзивностью: Счетная палата традиционно уделяет значительное внимание вопросам инклюзивности и ЦУР. Совместно с Евразийским женским форумом в этом году мы запустили проект «Аудит для целей инклюзивности», миссия которого направлена на использование потенциала госпрограмм и проектов для развития инклюзивной и исключающей дискриминацию среды. И в этом контексте мы с нетерпением ожидали конкурсные работы представителей социально-ориентированного бизнеса.

На конкурс представлены действительно достойные общественно значимые корпоративные проекты, направленные на развитие инклюзивной среды, которые сделают мир вокруг немного лучше и светлее. Все участники — исключительно сильные, выбрать победителей было совсем непросто — разрыв по баллам между проектами минимален. Тем не менее экспертами Счетной палаты принято решение выделить следующих победителей:

Первое место разделили проекты «Платформа Everland» (ПАО «Вымпелком») и «Всё получится!» (ПАО «Сбербанк»).

«Платформа Everland» — проект, направленный на создание онлайн платформы для обучения и последующего трудоустройства специалистов с инвалидностью.

Проект «Всё получится!», в свою очередь, предполагает системное решение проблемы социализации и трудоустройства выпускников детских домов и молодых людей с инвалидностью.

Второе место заслуженно занял проект ООО «Яндекс Такси» «Поездки для НКО», направленный на организацию бесплатных поездок для подопечных некоммерческих организаций, которым трудно пользоваться общественным транспортом.

Третье место — у проекта ПАО «МегаФон» «Включайся и будь успешен!», направленного на содействие осознанному выбору траектории профессионального

развития подростков из интернатных учреждений, замещающих и кризисных семей, подростков с особенностями развития.

Все перечисленные проекты — активно реализуются и развиваются, привлекая новые партнёрства, благотворителей и новых участников для активного включения в решение соответствующих целевых социальных проблем.

Уверена, впереди все проекты, представленные в номинации, ждут новые достижения и яркие победы. Хочется пожелать уважаемым участникам и победителям конкурса не останавливаться на достигнутом, двигаться только вперед, постоянно улучшая и привнося что-то новое в такую важную и значимую социальную миссию, которую они реализуют!



I место

ПАО «Сбербанк»

Проект «Все получится!»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с декабря 2019 года по настоящее время

САЙТЫ ПРОЕКТА:

<https://vbudushee.ru/inclusion/trudoustroystvo-vyp-detdomov/>

<https://vsepoluchitsya.org/>

<https://vsepoluchitsya.online>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/vsepoluchitsya.online>

https://vk.com/community_of_professionals

Проект «Всё получится!», якорным инвестором и стратегическим партнером которого является Благотворительный фонд Сбербанка «Вклад в будущее» (инициатор — Благотворительный фонд «Рауль»), предлагает системное решение проблемы социализации и трудоустройства выпускников детских домов и молодых людей с инвалидностью (далее — молодые люди с низкими стартовыми возможностями).

Его цель — развитие условий для эффективной социальной адаптации, трудоустройства и закрепления на рабочем месте через создание, апробацию и продвижение социальной технологии «жизненного цикла трудоустройства», интегрирующей сопровождаемое трудоустройство на открытом рынке труда с социальной и образовательной поддержкой.

Это решение было разработано и применялось с 2014 года Благотворительным фондом «Рауль» в Санкт-Петербурге.

В 2017 году оно было поддержано фондом «Вклад в будущее» в качестве пилота, а в 2019 году началась апробация и тиражирование в регионах.

Технология, апробированная в рамках пилотной фазы, в настоящий момент используется в 8 регионах: г. Санкт-Петербург, Орловская область, Вологодская область, Краснодарский край, Ханты-Мансийский автономный округ, Новгородская область, Республика Татарстан, Калужская область.

Благодаря проекту для молодых людей с низкими стартовыми возможностями в этих регионах созданы условия для улучшения их жизненных перспектив: доступ к профессиональным и качественным услугам сопровождения, поддерживающая среда в ближайшем окружении и на работе, и все это в системе и взаимосвязи. С момента запуска «Все получится!» в проект были вовлечены и получили поддержку 1639 благополучателей, а первый успешный опыт работы получили 528 из них.

До конца 2022 года присутствие проекта планируется уже в 10 регионах.

Ключевое отличие проекта от большинства альтернативных подходов — ставка на технологичность, системность, интеграцию и партнерство. Это помогает преодолеть ограничения, свойственные альтернативным решениям (локальные, краткосрочные, не обеспечивающие взаимосвязи между социальной, образовательной поддержкой, а также рынком труда).

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Внимание и забота о сиротах, особенно в момент их вхождения в самостоятельную жизнь — в самом сердце ДНК Сбербанка. Дело в том, что изначально, еще в 19 веке, сберегательные кассы создавались при Воспитательных домах для сирот и незаконнорожденных детей, на гербе которых красовалось семейство пеликанов: как считалось, эта птица представляет исключительный пример жертвенной любви по отношению к своим птенцам и способна кормить их собственной плотью в случае нехватки еды. Образ пеликана вообще часто используется как символ благотворительности. Самое знаменитое и хорошо сохранившееся помещение в здании Опекунского совета в Санкт-Петербурге, самом первом офисе Сбербанка — Зал пеликанов — также украшено лепной вставкой с гербом Воспитательных домов.

Современная роль Сбербанка, как системообразующего института российской экономики, обязывала перейти от традиционной благотворительности, поддержки локальных усилий в этой сфере, к выработке системных решений, основанных на самых современных социальных и бизнес-технологиях, использующих доказательный подход и разбивающих миф о невозможности успешного тиражирования социальных технологий и практик. Банк и фонд привнесли в этот проект не только финансирование, но и свою бизнес-экспертизу, что, очевидно, и стало одним из ключевых драйверов проекта.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Технология, апробированная в рамках пилотной фазы, в настоящий момент используется в 8 регионах: Санкт-Петербурге, Орловской области, Вологодской области, Краснодарском крае, Ханты-Мансийском автономном округе, Новгородской области, Республике Татарстан, Калужской области.

Проект нацелен на то, чтобы к 2029 году обеспечить молодым людям с низкими стартовыми возможностями доступ к сопровождаемому трудоустройству по технологии жизненного цикла в большинстве российских регионов.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Содействие развитию условий для улучшения жизненных перспектив, эффективной социальной адаптации, трудоустройства и закрепления на рабочем месте выпускников детских домов и молодых людей с инвалидностью в большинстве российских регионов.

Это возможно только при средовом подходе, что одновременно включает в себя:

- доступность услуг социально-психологической поддержки и сопровождаемого трудоустройства для молодых людей;
- индивидуальный и личностный подход к оказанию услуг, их набору и возможности альтернативного их получения, исходя из особенностей и потребностей молодых людей;
- наличие поддерживающей среды, состоящей из специалистов, волонтеров, работодателей, значимого окружения;
- взаимодействие организаций и людей, осуществляющих поддержку с опорой на ресурсы друг друга; система поддержки является непрерывной;
- лояльных работодателей, заинтересованных в трудоустройстве молодых людей с низкими стартовыми возможностями: открытие доступных вакансий, наставники на рабочих местах;
- наличие эффективных правовых и экономических механизмов, позволяющих обеспечить заинтересованность всех участников процесса и устойчивость системы поддержки.

Задачи

- Создание, описание, апробация и внедрение социальной технологии «жизненного цикла трудоустройства», интегрирующей сопровождаемое трудоустройство на открытом рынке труда с социальной и образовательной поддержкой.
- Разработка и внедрение IT-инструментов (CRM-HRM), позволяющих обеспечить координацию в поддерживающей среде и непрерывность сопровождения.
- Поиск и внедрение новых эффективных каналов коммуникации с благополучателями (онлайн-рекрутинг, рекрутинг через соцсети и закрытые сообщества), позволяющих обеспечить их максимальное доверие и вовлечение.
- Формирование сети НКО-провайдеров, обеспечивающих постоянный доступ в регионах к услугам технологии жизненного цикла трудоустройства для молодых людей с низкими стартовыми возможностями.

- Создание инфраструктуры поддержки НКО-провайдеров для обеспечения условий эффективного тиражирования технологии, ее качественного внедрения и реализации.
- Аккумулирование и распространение знаний и опыта не только в сфере работы по технологии, но и в сфере организационного развития и повышения устойчивости НКО-провайдеров, внедрение и развитие ими практик мониторинга и оценки, опоры на данные при принятии решений, развитие доказательного подхода.
- Обеспечение методической и консультационной поддержки бизнеса по запросу на создание и развитие инклюзивной корпоративной культуры, распространение экспертизы в бизнес-сообществе, в том числе через корпоративное волонтерство.
- Формирование и развитие сообществ, влияющих на устойчивость системы и качество результатов: помогающих специалистов, НКО-провайдеров, экспертов, работодателей, корпоративных волонтеров.
- Активное вовлечение к диалогу и совместной работе государственных служб занятости, институтов развития.
- Разработка, апробирование и презентация решений, способных встроиться в государственную систему поддержки и содействия занятости и повысить ее эффективность.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В проекте системно ведется работа по формированию, внедрению и настройке между всеми провайдерами внутренней системы мониторинга и оценки. Разработана и постоянно совершенствуется общая система показателей, данные собираются и анализируются несколькими инструментами и способами (данные CRM-HRM, опросы благополучателей и партнеров, наблюдения, интервью и т. д). При этом в проекте разрабатываются и собственные инструменты мониторинга и оценки. Так, в 2022 году разработаны и апробированы 2 новых инструмента мониторинга и оценки социального эффекта проекта: гайд фокусированного группового интервью с благополучателями и звезда результатов.

Основываясь на данных мониторинга и оценки практика «Все получится!» успешно прошла верификацию по Стандарту доказательности практик в сфере детства со следующими уровнями по компонентам доказательного анализа:

- регламентированность — продвинутый уровень;
- обоснованность практики, достижение социальных результатов, а также обоснованность данных о достижении социальных результатов — базовый уровень, и в результате включена в реестр (банк) доказательных практик в сфере детства, размещена на платформе Смарттека и рекомендована Минтрудом и комиссией Госсовета по социполитике для массового тиражирования.



II место

ПАО «ВымпелКом»

Онлайн-платформа для профессионального обучения и последующего трудоустройства специалистов с разными видами инвалидности

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2019 года по настоящее время

САЙТ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://evlerand.ru>

<https://vk.com/everland>

Цифровая платформа Everland создана инклюзивным предпринимательским проектом «Эверлэнд» при поддержке ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн) для обучения и последующего трудоустройства специалистов с инвалидностью на открытом рынке труда. Специализация платформы — обучение востребованным цифровым профессиям (специалисты по текстовому и видеоконтенту, PR, графические и веб-дизайнеры, веб-разработчики, юристы), которые имеют широкий спектр применения и позволяют работать удаленно.

Следующим шагом в развитии цифровой платформы по трудоустройству стало открытие оффлайн-пространства (коворкинга) для специалистов с инвалидностью. В качестве подготовительного уровня к платформе и в целом к готовности к трудоустройству была запущена Мотивационная летняя школа для незрячих подростков. Школа рассчитана как на молодых людей, родившихся со слепотой, так и на тех ребят, которые уже в подростковом возрасте столкнулись с потерей зрения и оказались в ситуации серьезных вызовов: необходимости перехода в соответствующие учебные заведения, изменения жизненных планов и практически полной потери ориентиров в выборе подходящей профессии.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

В рамках стратегии Устойчивого развития билайн ориентирован на несколько целей устойчивого развития, среди которых цель № 10 — сокращение неравенства и цель № 8 — достойная работа и экономический рост. Мы верим в равные возможности людей с любыми особенностями здоровья и используем передовые технологические решения для повышения инклюзивности нашего общества. Мы не только создаем технологии, но и своим примером демонстрируем приверженность развитию инклюзивной культуры — равное отношение к сотрудникам, клиентам, партнерам и подрядным организациям.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Федеральный и международный охват

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Глобальная цель проекта — ликвидировать неравенство, связанное с недостаточной доступностью профильного образования и рабочих мест для людей с ограниченными возможностями здоровья. Платформа даст возможность обучаться и работать удаленно — самостоятельно или в команде с другими специалистами, что позволит достичь значимого прогресса в решении этой важной проблемы в масштабах всей страны.

Проект стартовал в 2019 году и по данным на середину 2022 года на платформе зарегистрировано более 1600 пользователей из России и стран СНГ, треть из них — трудоустроена.

В 2021 году был открыт оффлайн-коворкинг для специалистов с платформы.

В 2022 году была запущена Мотивационная летняя школа для незрячих подростков — как первая ступень к получению цифровых профессий и последующему приходу молодых специалистов на платформу (после наступления совершеннолетия).

Более 20 компаний (Совкомбанк, Яндекс, Тинькофф и другие) присоединились к платформе и заказывают услуги специалистов Everland.

Мы нацелены на глобальный результат и ставим своей целью вовлечь в сообщество Everland 40 тысяч человек по всей стране в течение шести лет — людей с инвалидностью, наставников — интеллектуальных волонтеров, учебные заведения — педагогов, родителей и родных детей с инвалидностью.

Задачи

- Выявить реальный профессиональный уровень специалиста с инвалидностью.
- Прокачать навыки для одной из представленных на платформе профессий.
- Дать специалисту работу над реальными задачами, поступающими от частных лиц и корпораций, а также сбор портфолио и выход на открытый рынок труда.
- Помощь в преодолении психологического барьера у людей с инвалидностью. Некоторые из них имеют обиды на общество в целом и иждивенческие установки.

Глобальная задача — дать возможность людям с инвалидностью обучаться перспективным диджитал-профессиям, работать и зарабатывать.

РЕЗУЛЬТАТЫ

На конец 2021 года:

- 1527 участников с различными видами инвалидности на платформе.
- Средний заработок 30-40 тыс. руб.
- Добавлено 5 новых курсов (SMM-контент, SMM-дизайн, Таргетированная реклама, Контекстная реклама, Копирайтинг).

- 113 постоянных посетителей коворкинга, более 10 мероприятий для сообщества людей с инвалидностью.
- Более 20 компаний на платформе заказывают услуги специалистов с инвалидностью или сразу нанимают их в штат.

Середина 2022 года:

Запущена Мотивационная летняя школа для незрячих подростков.

- 5 занятий по 3,5 часа
- 30+ участников и их родителей
- Формирование сообщества незрячей молодежи



II место

ООО «Яндекс Такси»
«Поездки для НКО»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с октября 2020 по настоящее время

САЙТ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://help.yandex.ru/grants/taxi>

<https://vk.com/yahelp>

В рамках программы «Поездки для НКО» благотворительный фонд Яндекса «Помощь рядом» организует бесплатные поездки на такси для подопечных НКО, которым трудно пользоваться общественным транспортом. На такси они могут комфортно добираться на лечение, реабилитацию, учёбу и по другим делам.

В 2021 году 71 некоммерческая организация получала поддержку в рамках этой программы: 6 480 подопечных с особенностями здоровья совершили 156 308 поездок на сумму 94,2 млн руб. На данный момент количество НКО-партнеров уже более 95. Также к программе присоединились более 80 000 водителей-партнеров Яндекс Go.

Финансирование осуществляется за счёт средств фонда «Помощь рядом», которые формируются из вклада Яндекса и пожертвований пользователей, поддерживающих проект.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Программа поездок для медиков в пандемию показала, что свои сервисы, технологии и экспертизу Яндекс может использовать в том числе для решения больших социальных задач. Это совпало с моментом, когда компания стала

формулировать свою политику по вопросам устойчивого развития и влияния на жизнь общества в целом. Внутренний запрос на осмысленную и системную работу в области решения социальных проблем и понимание, как собственные технологии могут решать эти проблемы, привели к тому, что из экстренной меры в период пандемии проект «Поездки для НКО» преобразовался в постоянно работающую программу.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Сейчас к программе подключено 25 городов России: Москва и МО, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Краснодар, Новосибирск, Нижний Новгород, Челябинск, Тюмень, Ростов-на-Дону, Пермь, Самара, Омск, Чебоксары, Уфа, Воронеж, Киров, Нижний Тагил, Вологда, Ижевск, Набережные Челны, Волгоград, Пенза, Йошкар-Ола, Калуга.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Снизить социальную изоляцию маломобильных подопечных НКО и повысить их качество жизни.

Задачи

- Помогать маломобильным подопечным НКО комфортно передвигаться по городу, сохраняя силы и снижая стресс от использования общественного транспорта.
- Высвобождать организационные и финансовые ресурсы НКО, обеспечивающих поддержку маломобильных граждан, посредством закрытия их потребности в организации передвижения для своих подопечных.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- В 2021 году Высшая Школа Экономики провела исследование среди благополучателей программы «Поездки для НКО» — самих подопечных, их близких, а также сотрудников некоммерческих организаций. Целью исследования было выявить социальные эффекты от программы и факторы их достижения.
- В экспериментальной группе самостоятельно заполнили анкету 115 пользователей проекта. Группа родителей/помощников, являющихся пользователями проекта, составила 199 человек. В контрольной группе количество опрошенных подопечных составило 130 респондентов, число родителей/помощников — 220 человек. Экспериментальная группа была сформирована респондентами из 18 регионов и городов присутствия программы, контрольная — сформирована респондентами во всех укрупненных группах регионов и городов.
- Сбор данных был реализован в гибридном формате за счет сочетания онлайн, телефонного и личного опроса респондентов. Анализ данных проводился

при помощи программы SPSS с использованием методов описательной статистики, хи-квадрата, факторного анализа.

- Респонденты-пользователи отметили позитивные эффекты программы в разных сферах — повседневном функционировании, психологическом состоянии, экономическом благополучии.



МЕГАФОН
МОБИЛЬНЫЙ
ОПЕРАТОР №1
ПО СКОРОСТИ И ПОКРЫТИЮ

II место

ПАО «МегаФон»

«Включайся и будь успешен!»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2018 года по настоящее время

САЙТ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

www.naprimerku.ru

https://vk.com/xraniteli_detstva

<https://www.youtube.com/user/KidsaveRus>

Проект, реализуемый Фондом поддержки семьи и детей «Хранители детства», помогает подросткам и молодежи уязвимых групп в возрасте 14–23 лет сделать осознанный выбор профессии и получить успешный опыт работы при поддержке корпоративных наставников.

В проекте приняли участие более 2500 подростков из 20 регионов из числа воспитанников и выпускников детских домов, замещающих и кризисных семей, в том числе с ограниченными возможностями здоровья. В течение учебного года в ходе очных и онлайн-мероприятий подростки знакомятся с компаниями, специальностями, успешными профессионалами, проходят маршрутизатор на портале Напримерку.ру. Для каждого из них формируется индивидуальный план профессионального развития, в соответствии с которым для подростка адресно подбирается стажировка в партнерской компании. 3-недельную стажировку подросток проходит при поддержке подготовленного корпоративного наставника и при сопровождении каждой пары «наставник-подопечный» куратором.

Каждый год проводится более 120 очных и 40 онлайн мероприятий для подростков по знакомству с компаниями, специальностями и успешными профессионалами. Участие в проекте принимают более 250 бизнес-партнеров.

Участвуя в проекте в течение 3-5 лет подростки уязвимых групп получают реальный опыт трудоустройства и работы, развитые гибкие навыки, у них расширяются социальные связи и формируется мотивация и готовность к труду. Проект содействует объединению усилий государства, бизнеса и НКО для решения актуальных социальных проблем, внедрению в государственную политику современных методик работы с молодежью.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Используя компетенции бизнеса, проект способствует решению социальных проблем населения, проживающего на территории действия сети оператора. Проблема самоопределения и выбора профессии стоит перед всеми подростками независимо от того, в каких условиях они растут. Мы поддерживаем этот проект не первый год, чтобы как можно больше ребят смогли увидеть перспективы собственного развития, осмыслить, какие компетенции и навыки необходимо развивать. Мы также содействуем формированию компетентного сообщества благотворителей в России, в том числе повышению грамотности некоммерческих организаций в их взаимодействии с бизнесом.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

16 регионов РФ: Москва, Московская, Калининградская, Липецкая, Пензенская, Ростовская, Самарская, Саратовская, Свердловская, Тверская области, Хабаровский Хабаровский край, Алтайский край, Республика Татарстан, Республика Башкортостан, Удмуртская Республика, Республика Карелия.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Содействие осознанному выбору траектории профессионального развития подростков, организация стажировок подростков при поддержке наставников, повышение мотивации к труду и расширение кругозора о современных специальностях.

Задачи

- Создание рабочих групп в регионах реализации проекта, подписание соглашений с профильными ведомствами.
- Отбор и анкетирование подростков-участников программы.
- Проведение цикла из 128 очных занятий для подростков по знакомству с компаниями, видами занятости, успешными профессионалами; прохождение маршрутизатора на портале Напримерку.ру, проведение серии из 28 вебинаров с представителями компаний. Проведение волонтерских акций совместно с корпоративными волонтерами и подростками.
- Организация и проведение в 2022 году 270 стажировок для подростков в летние каникулы при поддержке наставника и при сопровождении куратора.

Организация и проведение недельной стажировки в Москве для 10 самых активных участников.

- Супервизия и поддержка региональных координаторов: серия онлайн-встреч с экспертом по вопросам личной мотивации, проведения переговоров, работе с информацией и т. д.
- Развитие портала Напримерку.ру, адаптация для подростков с особенностями здоровья.
- Информационное сопровождение проекта: работа со СМИ, развитие страниц в соцсетях, съемка видеороликов, информационная кампания в регионах.
- Мониторинг и оценка результатов проекта.

РЕЗУЛЬТАТЫ

С 2018 года в проекте приняли участие более 2500 подростков из 23 регионов РФ. Более 700 из них прошли стажировки в компаниях-партнерах, получили первый успешный опыт при поддержке наставников. Оптимальная продолжительность участия каждого подростка в проекте — 3–5 лет.

Каждый год проводится более 120 очных и 40 онлайн мероприятий для подростков по знакомству с компаниями, специальностями и успешными профессионалами. Участие в проекте принимают более 250 бизнес-партнеров.

70% участников проекта по завершению цикла сказали, что знают, где и кем хотят работать. Более 200 компаний открыли двери для участников проекта, изменив стереотипное представление о сиротах, как нежелательных сотрудниках. Благодаря проекту у молодежи уязвимых групп есть опыт работы, жесткие и гибкие навыки, социальные связи.

35% участников проекта успешно трудоустраиваются по окончании обучения, в то время как общая статистика по стране для данной группы — 10–15%.



Номинация

«Лучшая корпоративная программа социальных инвестиций в территориях в контексте устойчивого развития и стратегии бизнеса»

Партнер номинации:

**Российский союз промышленников
и предпринимателей**

Елена Феоктистова

Управляющий директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству РСПП

Бизнес играет важную роль в осуществлении перехода к более устойчивому будущему. Для достижения провозглашенных ООН Целей устойчивого развития и решения стратегических национальных задач, создания корпоративной устойчивости и эффективности бизнесу необходимо решать все более широкий круг экономических, экологических, социальных и управленческих задач, действовать ответственно в отношении современных вызовов, снижения, связанных с этим рисков. От эффективности совместных усилий государства, предпринимателей, НКО и общества в целом напрямую зависит общий успех.

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) как многолетний партнер Проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» с самого его начала ежегодно учреждает номинацию, направленную на выявление лучших корпоративных практик социальных инвестиций в территориях в контексте устойчивого развития и стратегии бизнеса.

Поддержку жюри получили долгосрочные программы, в которых показана системность организации деятельности в сфере социальных инвестиций и корпоративной благотворительности, сотрудничество и партнерство в ходе реализации, эффективные технологии, устойчивый результат, связь общей стратегии деятельности компании с принципами устойчивого развития с учетом ESG-факторов, актуальность решения проблем для региона с учетом новых вызовов.

Признаны лучшими и стали победителями номинации программы: «Родные города» компании ПАО «Газпром нефть» и Программа социальных инвестиций «Формула хороших дел» компании СИБУР.

Лауреатами признаны: программы: «Цифровой регион 2021–2023» компании ПАО «Ростелеком», «Устойчивое развитие территорий социальной ответственности» ОК РУСАЛ и «Новый Карабаш» Русской медной компании.

Российский союз промышленников и предпринимателей выражает признательность организаторам Конкурса, экспертам и компаниям-участникам, заинтересованным в повышении стандартов деятельности в области корпоративной благотворительности.



I место

ПАО «Газпром нефть»

Программа социальных инвестиций «Родные города»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2012 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://rodnyegoroda.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/rodnyegoroda>

<https://ok.ru/rodnyegoroda>

https://t.me/rodnye_goroda

«Родные города» — комплексная программа социальных инвестиций, реализуемая «Газпром нефтью» с 2012 года. Компания одной из первых в России изменила традиционный подход к социальным инвестициям, объединив все социальные активности в комплексную программу под единым брендом. Перейдя от модели финансового спонсорства к модели долгосрочного партнерства с заинтересованными группами — местными жителями, сообществами и региональными властями, — мы смогли создать комплексный механизм преобразования территорий, чтобы дать людям возможность жить в комфортной среде в регионах и реализовывать свой потенциал.

Сегодня «Газпром нефть» совокупно инвестировала в социальные проекты более 50 млрд рублей. Поддержала грантами > 900 проектов, обеспечила реализацию 3000 социальных проектов и 19 000 мероприятий. Программа работает в 51 городе и населенном пункте России совместно с более чем 100 организациями-партнерами. Каждый девятый сотрудник компании — корпоративный волонтер.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Исторически основным инструментом взаимодействия между компанией и заинтересованными сторонами являлись социально-экономические соглашения, предусматривающие вклад компании в развитие регионов и представляющие собой реакцию на существующие социальные проблемы. За 2007–2012 гг. объем вложений компании в социальную сферу превысил 8,4 млрд рублей — при этом компания выступала преимущественно как спонсор и финансовый инвестор, что не позволяло устанавливать тесную взаимосвязь между компанией и местной общественностью, получать ожидаемый репутационный эффект, в полной мере воздействовать на показатели социальной эффективности.

Проведенный в 2012 году аудит эффективности реализации проектов и ожиданий местных сообществ позволил компании пересмотреть подходы

к благотворительной и социальной деятельности, разработать программу социальных инвестиций «Родные города» и с помощью её инструментов осуществить переход от «донорской» к «партнёрской» модели реализации социальных проектов.

В новой программе учитываются цели формирования более четких стандартов деятельности в сфере социальных инвестиций, бизнес-интересы компании и ожидания ключевых заинтересованных сторон — от представителей власти до грантополучателей и жителей регионов. Также с переходом к комплексной программе появилась потребность сбора информации обо всех проектах в регионах, а также необходимость перехода к портфельному инвестированию.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Астраханская область, Алтайский край, Амурская область, Владимирская область, Воронежская область, Забайкальский край, Кемеровская область, Красноярский край, Краснодарский край, Ленинградская область, Липецкая область, Московская область, Мурманская область, Нижегородская область, Новосибирская область, Омская область, Оренбургская область, Псковская область, Республика Бурятия, Республика Башкортостан, Ростовская область, Рязанская область, Саратовская область, Смоленская область, Свердловская область, Тамбовская область, Тверская область, Томская область, Тюменская область, Хабаровский край, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Челябинская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Ярославская область.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Обеспечение системной трансформации социальной среды через поддержку и развитие инновационных решений в сфере социально-экономического развития территорий, повышение качества жизни в регионах через поддержку инициатив местных жителей и реализацию собственных проектов программы «Родные города», вовлечение в процесс социального проектирования представителей органов власти, локальных предпринимателей, некоммерческих организаций и местного населения.

Задачи

- Развитие социальной инфраструктуры в регионах деятельности.
- Комплексное улучшение городской среды и создание условий для комфортной жизни людей.
- Поддержка инициатив местных сообществ.
- Создание условий для развития образования, культуры и спорта.
- Развитие креативных индустрий.
- Популяризация науки в молодежной среде.
- Сохранение уникальной культуры и традиционного быта народов Севера.
- Интеграция народов Севера в современный экономический ландшафт.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Созданы условия для реализации социальных инициатив населения (грантовый и волонтерский конкурсы, экспертная поддержка «Родных городов»).
- Обеспечено увеличение доли устойчивости грантовых проектов за счет экспертной поддержки (по данным внутреннего аудита, в настоящий момент не менее 50% проектов устойчивы после окончания финансирования).
- Обеспечен регулярный прирост числа корпоративных волонтеров. Сейчас в волонтерском движении 10 000 человек (9,2% от общего числа сотрудников компании). Повышается качество волонтерских проектов благодаря проведению регулярных образовательных программ «Школы волонтеров» для сотрудников.
- Выстроена эффективная система образовательных проектов, интегрированных в стратегию развития кадрового потенциала компании. Реализация образовательных проектов («Умножая таланты», «Математическая прогрессия» и др.) способствует повышению имиджа нефтегазовой и IT-отраслей среди молодежи.
«Газпром нефть»:
 - единственная среди компаний нефтегазовой отрасли вошла в топ-10 самых привлекательных работодателей для выпускников (Future Today, 2021);
 - на 1 месте среди лучших работодателей (ведущий федеральный портал для соискателей HeadHunter, 2021);
 - входит в топ-5 рейтинга лучших работодателей России для выпускников STEM-специальностей, лидирующая позиция среди нефтяных компаний (Universum, 2020).
- Обеспечена потребность в создании базовой социальной инфраструктуры в регионах, занимающих 11 и 34 место (из 85) по рейтингу качества жизни в России в 2020 г. Сегодня в этих регионах социальный запрос изменился в сторону расширения возможностей для развития и досуга, так как инфраструктурные потребности обеспечены.
- Разработан совместно с регионами план реализации проектов программы, заключено 41 социально-экономическое соглашение, учитывающее специфику конкретной территории, отремонтировано и построено 479 объектов.
- Жители регионов и активные сообщества активно вовлечены в процессы преобразования городской среды. Созданы условия для запуска их собственных креативных проектов.
- Ежегодно увеличивается доля устойчивости грантовых проектов.
- Растет число корпоративных волонтеров. Сейчас численность волонтерского движения составляет почти 6 000 человек. Также растет и качество волонтерских проектов.
- Выстроена эффективная система образовательных проектов, интегрированных в стратегию развития кадрового потенциала компании.

- В ряде регионов (Оренбургская область, Муравленко, Ноябрьск) удалось практически «закрыть» потребность в создании базовой социальной инфраструктуры. Сегодня в этих регионах существует запрос не столько на создание, сколько на расширение возможностей для развития и досуга.
- Результаты ежегодно проводимого в регионах деятельности компании репутационного аудита и высокие позиции компании в конкурсах и рейтингах в сфере КСО, благотворительности и устойчивого развития свидетельствуют о регулярном увеличении позитивной репутации ПАО «Газпром нефть» как социально ответственной компании.



I место

СИБУР

Программа социальных инвестиций «Формула хороших дел»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2016 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: www.formula-hd.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/sibur.volonterstvo>

https://t.me/sibur_volonterstvo

<https://zen.yandex.ru/siburofficial>

<https://vk.com/career.sibur>

<https://t.me/siburofficial>

Программа социальных инвестиций СИБУРа «Формула хороших дел» реализуется с 2016 года в 10 регионах присутствия компании. Цели и задачи программы учитывают целевые показатели Стратегии устойчивого развития СИБУРа до 2025 года, ЦУР ООН, национальные цели развития и задачи национальных проектов. «Формула хороших дел» охватывает семь значимых направлений социальной сферы:

1. Развитие городов;
2. Образование и наука;
3. Спорт;
4. Культура;
5. Охрана окружающей среды;
6. Волонтерство;
7. Инклюзия.

Программа задействует широкий спектр инструментов, включая грантовые конкурсы для местных НКО и бюджетных организаций, специальные межрегиональные

проекты в партнерстве с профильными федеральными институциями, программа развития волонтерства и финансовой поддержки предпринимательских инициатив, благотворительные инициативы для наиболее уязвимых групп граждан.

С 2020 года программа «Формула хороших дел» является одним из инструментов реализации Стратегии устойчивого развития СИБУРа, с зафиксированными количественными целевыми ориентирами до 2025 года.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Внутренние предпосылки:

- Необходимость системного подхода к расходованию средств для предотвращения распыления бюджета на множество проектов, актуальность и эффективность которых неочевидна.
- Необходимость привязки всего объема социальных инвестиций к бизнес-стратегии и бизнес-приоритетам Компании для повышения их эффективности.
- Предотвращение нерационального расходования рабочего времени в связи с управлением социальными инвестициями, когда функционал в Москве и регионах задублирован, принципы взаимодействия с внешним контуром отсутствуют, ответственность размыта.
- Необходимость усиления информационной поддержки социальных инвестиций Компании для укрепления ее репутации как социально ответственного бизнеса.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

10 основных регионов: Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Амурская область, Воронежская область, Нижегородская область, Пермский край, Томская область, Тюменская область, ХМАО-Югра, ЯНАО.

Дополнительно: программа развития корпоративного волонтерства, специальные межрегиональные проекты и акции поддержки уязвимых групп охватывают также офисы, предприятия компании и совместные предприятия, расположенные в Балахне, Краснодаре, Красноярске, Омске, Санкт-Петербурге, Твери.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель программы — во взаимодействии с заинтересованными сторонами повысить качество жизни в регионах присутствия и создать благоприятные условия для достижения целей бизнес-стратегии Группы СИБУР.

Задачи

Общие задачи:

- Повышение эффективности социальных инвестиций и выстраивание четкой прозрачной системы взаимоотношений с благополучателями.

- Поддержка развития общественной инициативы и привлечение заинтересованных партнеров регионального и федерального уровня.
- Стимулирование и содействие в привлечении дополнительных ресурсов для развития территорий.
- Повышение качества социальных услуг в регионах за счет расширения спектра доступных услуг и повышения квалификации специалистов.
- Повышение качества городской среды и привлекательности городов для внешних и внутренних аудиторий.
- Следование лучшим российским и мировым тенденциям в сфере корпоративной социальной ответственности и управления благотворительной деятельностью.

Задачи по направлениям:

- Направление 1 «Развитие городов»:
 - повышение качества жизни в городах присутствия;
 - формирование комфортной городской среды;
 - стимулирование общественной инициативы.
- Направление 2 «Образование и наука»:
 - поддержка и развитие естественно-научного образования;
 - создание возможностей для реализации способностей и талантов детей;
 - повышение квалификации педагогов и качества преподавания.
- Направление 3 «Спорт и здоровый образ жизни»:
 - создание условий для занятий спортом;
 - популяризация здорового образа жизни.
- Направление 4 «Охрана окружающей среды»:
 - экологическое просвещение;
 - организация природоохранных мероприятий, в первую очередь направленных на лесовосстановление и сохранение биологического разнообразия.
- Направление 5 «Культура»:
 - содействие в реализации культурных проектов;
 - модернизация учреждений культуры.
- Направление 6 «Волонтерство»:
 - развитие социально значимой активности работников и жителей регионов присутствия.
- Направление 7 «Инклюзия»:
 - создание благоприятных условий для интеграции различных социальных групп (в том числе уязвимых) в общественную жизнь на уровне городов, регионов и страны.

Реализация масштабных инвестиционных проектов в Амурской и Тюменской областях, релокация высококвалифицированных специалистов и членов их семей порождает дополнительный комплекс социально-бытовых вопросов, решение которых осуществляется в том числе через программу «Формула хороших дел», например:

- повышение привлекательности городов (Свободный, Тобольск) для новых со-трудников из центральных регионов страны и крупных промышленных центров;
- решение жилищного вопроса и обеспечение доступной и современной социальной инфраструктуры;
- поддержка местных предпринимателей;
- содействие в формировании новой актуальной идентичности городов и ее продвижения на региональном и федеральном уровне.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Ключевыми социальными результатами можно считать:

- Повышение индекса качества городской среды в городах присутствия Компании за время реализации программы по данным проекта «индекс-го-родов.рф» от ВЭБ.РФ

Примеры городов присутствия и динамика индекса за 2018–2021 гг.:

Город	2018	2019	2020	2021
Губкинский, ЯНАО	162	180	192	219
Дзержинск, Нижегородская область	190	199	204	219
Нягань, ХМАО	149	160	175	179
Пыть-Ях, ХМАО	151	161	176	180
Тобольск, Тюменская область	177	200	221	227

- Развитие навыков социального проектирования и повышения активности местных сообществ в реализации собственных проектов для решения актуальных городских и социальных проблем. Общая сумма дополнительно привлеченного финансирования в 2017-2021 годах составила более 317 млн рублей. Основными получателями средств стали некоммерческие организа-ции (в связи с требованиями донорских организаций).

Статистика привлечения дополнительного финансирования по городам, руб. (данные собственного ежегодного исследования результативности ФХД):*

Донорская организация	2017	2018	2019	2020	2021
Фонд президентских грантов	26 761 000	46 265 000	26 249 000	69 849 000	49 932 000
Президентский фонд культурных инициатив	-	-	-	-	13 989 000
Гранты Губернатора	-	-	-	-	28 744 000
Другое (Фонд Потанина, местные гранты и пр.)	-	-	-	55 685 000	

**Поскольку данные берутся из открытых источников, сумма может быть больше в связи с тем, что ряд донорских организаций не раскрывает суммы, выделяемые победителям конкурсов.*

Наши проекты содействуют не только достижению конкретных обозначенных целевых показателей, но и таких долгосрочных социальных результатов, как:

- Появление в городах присутствия новых точек роста — креативных пространств, театров, клубов, субъектов малого и социального предпринимательства.
- Новые услуги, которые оказывают получившие поддержку предприниматели — так, в Свободном появился кофе навынос, начинает развиваться кейтеринг, услуги по организации детских праздников. В Тобольске развиваются местные бренды одежды и сувенирной продукции.
- Расширяется присутствие городов СИБУРА на культурной и событийной карте страны — для участия в образовательных, культурных, спортивных мероприятиях и форумах предпринимателей приезжают жители не только соседних поселков, но и других городов и даже регионов.
- Появляются новые спектакли, городские маршруты, путеводители, объекты туристической и социальной инфраструктуры.



II место

ПАО «Ростелеком»

Цифровой регион

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2021 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

https://www.company.rt.ru/projects/digital_region/

«Цифровой регион» направлен на внедрение цифровых технологий в экономике, социальной сфере, в сферах государственного и муниципального управления регионов России.

В состав программы входят мероприятия, направленные:

- на обеспечение эффективного управления ресурсами в регионах и городах;
- повышение безопасности городской среды и качества жизни;
- вовлеченность граждан в процессы управления регионами и муниципалитетами.

Цифровые решения «Безопасный город» позволяют сократить сроки реагирования в случаях ЧС или негативных происшествий, минимизировать число пострадавших, уменьшить масштаб развития ЧС, значительно повысить скорость установления и поиска причастных к происшествиям или ЧС, минимизировать риски и объемы/площади негативного влияния на окружающую среду в случаях техногенных происшествий.

Интеллектуальные транспортные системы позволяют значительно сократить ДТП, повысить пропускную способность дорожно-транспортной системы, сделать более комфортным передвижение населения и грузов внутри региона.

Цифровые решения в энергетике и ЖКХ позволяют повысить освещенность городов региона, сократить издержки на освещение, повысить ресурс энергообеспечения объектов за счет экономии электроэнергии.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

«Ростелеком», являясь крупнейшим в России провайдером цифровых сервисов, ориентированных на самых разных потребителей, с особой ответственностью относится к реализации благотворительной деятельности и социальным инвестициям. Программа социальных инвестиций «Цифровой регион» интегрирует усилия компании по обеспечению цифровой трансформации территорий регионов России и повышению качества жизни на них.

Компания напрямую увязывает цели и задачи благотворительной деятельности и собственных социальных инвестиций с миссией, стратегией и целеполаганием всей группы компаний, которая на данный момент состоит из семи макрорегиональных филиалов (МРФ) и более 200 дочерних и зависимых организаций (ДЗО), оказывающих услуги и реализующих различные программы масштабных социальных инвестиций на всей территории России.

Стратегические инициативы, проекты и продукты компании затрагивают все важные для общества направления, они взаимосвязаны с целевой благотворительной деятельностью «Ростелекома» и направлены на повышение качества жизни благополучателей.

Главный фокус внимания компании — на накоплении пролонгированных эффектов социальных инвестиций на всей территории присутствия группы компаний «Ростелеком».

«Ростелеком», понимая свое место в обществе, степень и глубину собственной социальной ответственности, ориентирован на гармоничное и устойчивое развитие. Миссия компании — предоставить жителям всей страны качественные и удобные цифровые сервисы для комфортной жизни и эффективного бизнеса. «Ростелеком» непрерывно открывает новые цифровые возможности для всех сфер жизни граждан России, реализуя экосистемы цифровых продуктов и решений для населения, бизнеса и государства, включая социально незащищенные и уязвимые группы граждан.

«Ростелеком» является исполнителем целого ряда проектов в сфере цифровых технологий государственного уровня, включая реализацию проекта по устранению цифрового неравенства, нацеленного на обеспечение связью и интернетом населения удаленных районов страны.

Устранение цифрового неравенства, доступ к возможностям современных интернет-технологий, обучение жителей всех возрастных категорий цифровым навыкам, а также поддержка социально незащищенных слоев населения ощутимо меняют жизнь людей к лучшему.

В 2021 году «Ростелеком» продолжил ориентироваться не просто на технологии, а на повышение качества жизни, которые целевые аудитории могут получить на территориях своего присутствия с помощью новых технологий. Программа социальных инвестиций «Цифровой регион» создает условия для развития всех граждан страны, способствует равенству и расширению возможностей миллионов людей.

С развитием технологий, ростом потребительской состоятельности населения, открытостью государства — растут и потребности населения, повышаются требования к комфорту проживания. Увеличивается количество автотранспорта, повышается мобильность жителей. Соответственно растет количество ДТП на дорогах. Освещенность улиц и парков — это повышение безопасности для жизни человека и его имущества, это скорость обнаружения нарушителя правил, из-за которого возникли негативные последствия. Проблемы и запросы населения в безопасности становятся еще более острыми в период обострения внешнеполитической ситуации.

Ростелеком располагает цифровыми решениями, которые способны помочь решить задачи управления городскими, региональными системами жизнеобеспечения с целью повышения безопасности и комфорта проживания населения.

Внедрение АПК БГ, ИТС — это существенное повышение безопасности населения. (критические системы жизнеобеспечения региона, контроль за состоянием окружающей среды, фото- и видеофиксация ситуаций на улицах и дорогах, местах массового нахождения людей, социальные объекты. Светлые города, эффективное планирование и управление транспортными потоками — комфорт для жителей региона.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

За первое полугодие 2022 года реализовано более 500 проектов в 80 субъектах РФ.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель интегрированной программы «Цифровой регион» — повышение качества жизни благополучателей посредством максимизации социальных эффектов от внедрения в регионах России передовых цифровых решений и сервисов на всей территории деятельности группы компаний «Ростелеком».

Цель программы также поддерживает цели деятельности группы «Ростелеком» в направлении благотворительности и социальных инвестиций:

- содействие деятельности в сфере образования, науки, культуры, искусства, просвещения, духовному развитию личности;
- содействие развитию научно-технического, художественного творчества детей и молодежи;
- поддержка общественно значимых молодежных инициатив, проектов, детского и молодежного движения, детских и молодежных организаций;
- социальная поддержка и защита граждан, включая улучшение материального положения малообеспеченных, социальную реабилитацию безработных, инвалидов и иных лиц, которые в силу своих физических или интеллектуальных особенностей, иных обстоятельств не способны самостоятельно реализовать свои права и законные интересы;
- социальная реабилитация детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, детей, находящихся в трудной жизненной ситуации;
- содействие патриотическому, духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи.
- содействие деятельности в сфере профилактики и охраны здоровья граждан, а также пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан.

Задачи

Задачи программы также поддерживают задачи группы «Ростелеком» в направлении благотворительности и социальных инвестиций:

- обеспечение доступа к современным телекоммуникационным технологиям и сервисам во всех регионах России;
- повышение уровня образования граждан в области телекоммуникаций (всех категорий граждан);
- комплексное сопровождение перехода регионов России в цифровую среду;
- поддержка перехода всех категорий граждан в цифровую среду;
- поддержка проектов, направленных на улучшение экологической обстановки в регионах России, с использованием цифровых технологий.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Мы развернули одну из крупнейших в мире платформ интеллектуального видеонаблюдения, интегрирующую около 350 тысяч камер в Москве, Санкт-Петербурге и других городах в 24 регионах страны. С помощью интеллектуальной видеоаналитики, установленной на камерах, удалось предотвратить более 220 тысяч правонарушений и происшествий. А в период активной борьбы с COVID-19 мы помогли регионам следить за исполнением режима самоизоляции и соблюдением профилактических требований
- Число преступлений, совершенных в местах установки камер интеллектуально-го видеонаблюдения, уменьшилось на 13%, в общественных местах — на 25%

- С помощью решений в области энергоэффективности для объектов социальной сферы мы помогли сэкономить ~5 млрд кВтч электроэнергии потребления электроэнергии (до 80% оптимизация потребления энергии в школах, больницах, а также ведомственных учреждениях).

В регионах, где внедрены Системы-112 и аппаратно-программные комплексы «Безопасный город»:

- На 25% сократилось время принятия управленческих решений, связанных с возникновением природных пожаров.
- Время реагирования при приеме прямого звонка о ЧС снижается в 3–5 раз (с 5 до 1–2 мин.).
- Оповещения населения об угрозе возникновения или о возникновении ЧС происходит в 6 раз быстрее: 5 мин. вместо 30 мин.

Общественная безопасность

Тюменская область:

- В 2021 году за 10 месяцев раскрыто в 2 раза больше преступлений в сравнении с предшествующим аналогичным периодом.
- В 2021 году за 10 месяцев количество преступлений в общественных местах сократилось с 4,8 до 4,3 тыс. в сравнении с предшествующим аналогичным периодом.
- С 2018 года количество ДТП снижено на 5%, случаев превышения скоростного режима — на 25%.
- В 2020 году количество ДТП снизилось на 17%.
- Общая сумма наложенных штрафов средствами видеofиксации составила 750 млн руб.

Нижний Новгород:

- Четырехкратное увеличение раскрываемости преступлений до 265 случаев за год.
- Пресечено 840 административных правонарушений.
- АПК БГ и Видеонаблюдением обеспечен порядок во время проведения 82 культурно-массовых и спортивных мероприятий.

Архангельск:

За 9 месяцев 2020 года системой видеонаблюдения:

- выявлено 40 криминальных деяний;
- задержано 180 подозреваемых в совершении преступлений.

Мурманск:

- Преступность в общественных местах снизилась на 8,3%.
- Преступность на улицах снизилась на 15,8%.
- Число автоугонов снизилось на 46,6%.
- Число хулиганств снизилось на 66,7%.
- Число поджогов снизилось на 27,7%.

Курская область:

- Общие затраты муниципалитетов на мероприятия по обеспечению безопасности снизились на 60-70%.
- Количество обрабатываемых звонков диспетчерами 112 за год увеличилось до 965 000.

Экологическая и пожарная безопасность

Иркутская область:

- Сокращено количество пожаров на землях лесного фонда на 13% за счет фиксации 911 лесных пожаров.
- На ранней стадии обнаружены и пресечены 55 возгораний сухой травы вблизи населенных пунктов.

Горно-Алтайск:

- В 2018 году моделирование ситуаций повышения уровня воды помогло избежать подтопления жилых объектов.
- На ранней стадии были обнаружены и пресечены 4 возгорания сухой травы.
- Датчики охранно-пожарной сигнализации помогли предотвратить 279 техногенных пожаров.

Отдельно хотелось бы выделить опыт реализации «Умных остановок», как пример одновременного повышения управляемости транспортом при создании комфортных и технологичных «островков безопасности» для граждан.

В Нижнем Новгороде «Ростелеком» провел встречи с жителями региона, властями, транспортно-сервисными службами и рядом других заинтересованных сторон. В результате проект включил в себя именно тот функционал, который полностью востребован у жителей города:

- информация о движении общественного транспорта;
- система экстренной связи с городскими службами;
- бесплатный Wi-Fi;
- информация о ЧС от МЧС;
- информация о достопримечательностях и планируемых мероприятиях в городе;
- возможность вызова такси прямо с дисплея на остановке и другие сервисы.

Система предполагает интеграцию почти с любым источником и интернет-ресурсом, поэтому список доступных сервисов будет расширяться по мере выявления новых потребностей.

Решения в области повышения энергоэффективности освещения и систем управления освещением:

В целом по стране:

- модернизирована инфраструктура в 40 регионах — обновление электросетевого оборудования позволило существенно снизить количество аварий, оставлявших тысячи жителей без электроэнергии);

- в домах установлены приборы для автоматического учета потребления энергоресурсов, что позволяет повысить удобство жителей и избежать перерасчетов с сервисными компаниями.

В результате реализации проектов «Цифрового региона» плановая величина экономии энергоресурсов превышает 5 млрд кВт/ч, а достигаемая экономия энергоресурсов для жителей и города составила 60%.

Повышение эффективности использования тепловой энергии (дополнительно):

- установлено более 50 автоматических тепловых пункта и 319 приборов учета;
- модернизировано более 50 котельных, обеспечено теплом более 700 многоквартирных домов действующего жилого фонда.

В результате более чем на 30% снизилось количество отказов оборудования и количество аварий.



II место

ОК РУСАЛ

Программа «Устойчивое развитие территорий социальной ответственности»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://rusal.ru/sustainability/> — раздел «Устойчивое развитие» Компании РУСАЛ

<https://www.fcsp.ru/> — сайт Благотворительной организации Фонд «Центр социальных программ» (управляет социальными программами, которые реализует, финансирует и поддерживает Компания РУСАЛ)

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/csprusal>

«Устойчивое развитие территорий социальной ответственности» — масштабная программа социальных инвестиций, безвозмездно направляемых на поддержку и развитие территорий и местных сообществ в виде денежных средств, имущества и/или услуг, а также оказание иной помощи с целью повышения уровня и улучшения качества жизни людей посредством удовлетворения их

материальных, духовных и/или социальных потребностей. Реализация программы не только обеспечивает социальный эффект, но и содействует реализации стратегии устойчивого развития РУСАЛа, обеспечивая долгосрочную устойчивость бизнеса.

Программа координируется Комитетом по социальной политике РУСАЛа, который определяет приоритеты и направления финансирования, утверждает бюджет программ и определяет стратегию позиционирования проектов с учетом целей РУСАЛа в каждом из регионов ответственности, включая:

- реализацию соглашений о социально-экономическом сотрудничестве предприятий с муниципальными и региональными органами власти;
- инициативы Компании по созданию современной социальной инфраструктуры и развитию городской среды,
- социальную поддержку граждан и некоммерческих организаций в территориях социальной ответственности.

Программа включает 4 основных этапа, которые реализуются последовательно в территориях ответственности Компании с 2015 по 2030 год:

I ЭТАП. Комплексные исследования социальной сферы территорий.

II ЭТАП. Согласование приоритетов, разработка и утверждение программ социальной политики РУСАЛа в территориях.

III ЭТАП. Реализация программ социальной политики РУСАЛа в территориях.

IV ЭТАП. Комплексная оценка — исследование результатов реализации программ социальной политики в территориях ответственности

В результате оценки проводится:

- анализ влияния программ на решение социальных проблем, в т.ч. комплексная оценка вклада в решение городских проблем;
- сбор предложений по поддержке новых городских проектов;
- оценка значимости поддержанных Компанией городских проектов и характера взаимодействия с органами власти и местного самоуправления;
- определение основных направлений социальной политики РУСАЛа на следующий среднесрочный период;
- формирование рекомендаций по выбору обоснованного и максимально эффективного набора социальных проектов и программ компании РУСАЛ в муниципальных образованиях на следующую среднесрочную перспективу с учетом актуальных проблем и потенциала развития территории.

По итогам IV этапа определяются и внедряются новые приоритеты и программы социальной политики Компании в муниципальных образованиях на среднесрочную перспективу.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

За период более 20 лет с момента основания Компании РУСАЛ благотворительная деятельность прошла развитие от исключительной благотворительности по запросам на первичном этапе к систематизации через развитие корпоративно-

го благотворительного фонда и масштабных социальных программ, наиболее масштабной из которых стала программа «Устойчивое развитие территорий социальной ответственности». Заводы РУСАЛа находятся в 11 регионах России и разных по уровню привлекательности для жителей населенных пунктов, поэтому поддержка для каждой территории индивидуализируется с учетом ее специфики и особенностей организации бизнеса Компании.

Важным принципом реализации программы «Устойчивое развитие территорий социальной ответственности» всегда было и остается межсекторное взаимодействие с региональной властью, органами местного самоуправления и местными сообществами. Фокус программы направлен на проекты развития городской среды с учетом задач Компании и соглашений о социально-экономическом сотрудничестве в развитии городов.

Переход от точечных проектов к проектам комплексного городского развития, оформление новой системной программы социального воздействия начался в 2015 году с города Ачинска Красноярского края. По инициативе Компании РУСАЛ в партнерстве с Администрацией г. Ачинска была разработана градостроительная стратегия, в результате которой:

- администрация города получила конкретную программу действий: пакет рекомендаций по генеральному плану, по стратегии социально-экономического развития, по муниципальным программам, включая комплект технических заданий и прототипов по подготовке градостроительной и проектной документации, архитектурно-художественного регламента города;

- Компания получила обоснованный набор наиболее перспективных объектов для социальных инвестиций с укрупнённой оценкой стоимости реализации проектов;

- городские активисты получили новый теоретический и практический инструментарий для подготовки и обоснования собственных городских проектов.

Для перехода к дальнейшим системным шагам по социальному инвестированию в развитие территорий РУСАЛ инициировал разработку и провел социальную «паспортизацию» всех территорий ответственности. В результате анализа полученной информации были определены следующие шаги по организации комплексных исследований социальной сферы и разработке на их основе стратегий социальной политики для каждой территории. На основе проведения и данных, полученных в ходе исследований, Компания определила приоритеты социальных инвестиций в территориях.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

г. Москва

Красноярский край: г. Ачинск и Ачинский район, г. Дивногорск, г. Красноярск, п. Таежный Богучанского района, Шарыповский район.

Кемеровская область: пгт. Белогорск, г. Новокузнецк.

Республика Хакасия: г. Саяногорск, г. Сорск.

Иркутская область: г. Братск, г. Шелехов и Шелеховский район, г. Тайшет и Тайшетский район.

Свердловская область: г. Каменск-Уральский, г. Краснотурьинск, г. Североуральск.

Волгоградская область: г. Волгоград.

Мурманская область: г. Кандалакша.

Ленинградская область: г. Бокситогорск.

Республика Коми: г. Ухта, п. Чиньяворык, Княжпогостский район.

Республика Карелия: пгт. Надвоицы.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание благоприятной социальной среды для производственной деятельности Компании через внедрение устойчивых моделей социальных инвестиций в комплексное социально-экономическое развитие территорий с широким участием заинтересованных сторон.

Задачи

- Обеспечить индивидуальный подход к определению приоритетов социальной политики и социальных инвестиций Компании на основании комплексных исследований социальной сферы, городских планов действий, учитывающих специфику территорий и особенности предприятий Компании.
- В рамках реализации стратегии устойчивого развития реализовать проекты, обеспечивающие значимые позитивные социально-экономические преобразования, направленные на повышение качества жизни и развитие местных сообществ в территориях ответственности Компании.
- Обеспечить системную комплексную оценку результатов реализации стратегии устойчивого развития Компании в территориях ответственности и механизмы принятия решений, основывающихся на данных об эффективности соци

Реализуя настоящие цели и задачи, РУСАЛ вносит свой вклад в выполнение и достижение таких Целей устойчивого развития, содержащихся в Повестке дня в области устойчивого развития до 2030 года, как:

- обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и устойчивости городов и населенных пунктов;
- обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте;
- обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате реализации программы только с 2015 года проинвестировано более 10 млрд руб. в 24 территориях 11 регионов:

2015 год — 0,4 млрд руб.

2016 год — 0,5 млрд руб.

2017 год — 0,7 млрд руб.

2018 год — 0,9 млрд руб.

2019 год — 1,9 млрд руб.

2020 год — 3,9 млрд руб.

2021 год — 2,3 млрд руб.

Инвестиции Компании, 2021 год

Наименование сфер, в рамках которых была оказана поддержка по программе	Сумма инвестиций, руб.
Образование и наука	849 680 412,20
Здравоохранение	840 503 617,10
Спорт и физическая культура	123 263 576,46
Культура	91 390 741,11
Экология и защита животных	153 155 242,23
Социальная помощь и поддержка	48 103 637,00
Социальная инфраструктура и городская среда	227 709 958,91
ИТОГО	2 333 807 185,01

В 2021 году 36% инвестиций программы было направлено в сферу образования, в том числе отремонтированы более 40 учреждений образования в 11 территориях. В частности, в рамках соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с Правительством республики Хакасия РУСАЛ выделил 65,8 млн руб. в целях реализации мероприятий по созданию и обеспечению функционирования центров образования естественнонаучной и технологической направленности в 13 общеобразовательных организациях, расположенных в сельской местности и малых городах (проект «Точка роста»), на ремонтные работы в 29 образовательных учреждениях и оснащение учебниками школы № 31 в г. Абакане и приобретение мебели для детского сада в г. Черногорске. Также при поддержке Компании реализована масштабная программа по привлечению в Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова талантливых молодых ученых, проводящих фундаментальные и прикладные научные исследования по направлениям «искусственный интеллект» и «когнитивные системы».

В 2021 году РУСАЛ в рамках программы «Устойчивое развитие территорий социальной ответственности» завершил самый масштабный инфраструктурный проект за всю историю его благотворительной деятельности — «Строительство Медицинских

центров помощи и спасения» в семи городах России (Ачинск, Краснотуруйинск, пос. Таёжный, Шелехов, Братск, Саяногорск, Тайшет) и антикризисная поддержка здравоохранения регионов в период пандемии Covid-19. На завершение ремонтных работ, оснащение и благоустройство прилегающих к объектам территорий было направлено 0,8 млрд руб. Общий объем социальных инвестиций в создание медицинских центров за период 2020–2021 гг. составил 3,4 млрд рублей.



**РУССКАЯ
МЕДНАЯ
КОМПАНИЯ**

III место

Русская медная компания
Новый Карабаш

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2004 года по настоящее время

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

https://vk.com/new_karabash

История Карабаша начинается с основания в 1822 году заводчиком Григорием Зотовым Соймановского посёлка в одноимённой долине близ горы Карабаш.

Жители Соймановского занимались мытьём золота, так как в долине были открыты золотоносные россыпи в пойме Сак-Элги. В XIX веке в долине открыли залежи медной руды, а в 1837 году построен первый медеплавильный завод, который проработал всего пять лет.

Старый медный завод был вторым медеделательным заводом в долине и был построен в 1907 году. В этом же году его купила английская горная компания под руководством Лесли Уркварта. Этот завод проработал три года.

В 1910 году в долине возле горы Карабаш был запущен новый медеплавильный завод. Примечательно, что уже через пять лет после открытия он производил третью часть всей российской меди.

В 1920–1930 годы город обзаводится множеством социальных объектов. К концу 1930-х годов население Карабаша составляло 50 тысяч человек. В 1933 году посёлку Карабаш присвоен статус города.

К сожалению, интенсивное развитие промышленного производства в течение XX века привело к накоплению экологических проблем, которые закрепили за Карабашем «народный» статус «самого грязного города в мире». А упадок производства на рубеже 1980-1990-х годов с последовавшей остановкой завода повлек за собой социально-экономическую напряженность и массовый отток населения.

В 2004 году предприятие приобрела Русская медная компания. Возрождение города началось с масштабного технического перевооружения завода «Карабашмедь», затем РМК начала вкладывать колоссальные ресурсы в социальные объекты города, ликвидацию накопленного в XX веке экологического ущерба, а главное — в то, чтобы вдохнуть в Карабаш новую жизнь.

В 2022 году Карабаш отпраздновал свое 200-летие — и завершение очередного этапа масштабного проекта возрождения города, получившего рабочее название «Новый Карабаш».

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Поскольку в Карабаше расположен один из ключевых металлургических активов РМК — завод «Карабашмедь» (градообразующее предприятие), — компания заинтересована в сокращении оттока населения, в удержании и привлечении квалифицированных, мотивированных специалистов, чтобы они связывали свое будущее и будущее своих детей с Карабашем, работали с большой отдачей и занимали активную социальную позицию.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Карабашский городской округ (Челябинская область)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Превращение Карабаша из «самого грязного города Земли», непривлекательно-го для жизни и работы, в котором не хочет оставаться молодежь, в современный, комфортный, безопасный, модный город с прекрасными перспективами.

Задачи

- Улучшение экологической ситуации.
- Стабильная работа градообразующего предприятия, как главного места работы жителей, и обеспечение условий для развития малого бизнеса и создания новых рабочих мест.
- Создание современной комфортной социальной инфраструктуры.
- Улучшение имиджа города, в том числе в глазах молодежи, которая до недавнего времени стремилась уехать из Карабаша сразу после школы, и для молодых специалистов.
- Вовлечь местные сообщества в развитие города.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Модернизация завода «Карабашмедь» и улучшение экологии

С 2004 года РМК инвестировала в развитие и повышение экологической безопасности медеплавильного производства «Карабашмедь» свыше 30 млрд рублей. Результаты, которые обеспечили техническое перевооружение градообразующего

предприятия, сделали возможными и целесообразными реализацию в Карабаше проектов по ликвидации накопленного в советские годы экологического ущерба.

В 2021 году Русская медная компания запустила самый масштабный в России частный проект ликвидации накопленного в XX веке экологического вреда. Помимо рекультивации хвостохранилища № 3 запущены ещё три проекта рекультивации: участков «Северного» и «Южного», а также реабилитации Карабашского пруда. Общие инвестиции компании — около 2 млрд рублей. Для того чтобы оценить весь вред экологии Карабаша XX века, компания в 2020-м году профинансировала инвентаризацию объектов накопленного вреда.

Социальная сфера

В социальную сферу г. Карабаша вложено с 2004 года более 3,4 млрд рублей.

Прекратился отток населения из Карабаша, более того — туда начали переезжать молодые семьи и молодые специалисты из других городов и соседних регионов.



Номинация

«Лучшая корпоративная программа (проект) по развитию женского лидерства»

Партнер номинации:

Совет Евразийского женского форума при Совете Федерации Федерального собрания Российской Федерации

Ирина Салтыкова

Советник заместителя Председателя Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, директор Международного конкурса женских предпринимательских проектов в АТЭС «APEC BEST AWARD»

Целью номинации является выявление и поддержка лучших корпоративных практик по созданию и развитию эффективных социальных лифтов для женщин, их продвижения на уровень принятия решений, реализации программ повышения лидерских компетенций женщин.

С каждым годом растет число женщин, которые заявляют о себе в различных проектах, на различных площадках, в том числе и международных, демонстрируя не просто стремление и готовность взять на себя ответственность за результаты дела, за людей, которые это дело делают, но и умение и профессионализм. Важным является создание новых возможностей для женщин-лидеров, которые позволят проявить эти качества при решении самых масштабных задач, а также передавать свои знания и опыт женщинам, только начинающим свой путь на уровень принятия решений. В представленных на конкурс проектах присутствует системный подход к достижению цели. Программы-победители включают в себя, как анализ недостатков, имеющихся в компаниях, так и различные пути их решения. Используются различные инструменты — от интервью до различных форматов обучения, обмена мнениями, акселерационных мероприятий. Тиражирование лучших практик поддержки женского лидерства будет способствовать решению кадровой проблемы, созданию новых программ социальной ответственности, а также повышению мотивации женщин к возвращению к работе из отпуска по уходу за ребенком, продолжению трудовой деятельности, в том числе на технологичных предприятиях.



I место

Государственная корпорация по атомной энергии «Росатом»
(Госкорпорация «Росатом»)

Женское сообщество Росатома (Фонд поддержки и развития женских инициатив «Объединение женщин атомной отрасли»)

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2016 года в инициативном порядке. С 2018 года (зарегистрированы как Фонд поддержки и развития женских инициатив «Объединение женщин атомной отрасли») по настоящее время.

САЙТ ПРОЕКТА: <http://winrussia.com/>

Объединение женщин атомной отрасли/Union of Women in Nuclear — профессиональное отраслевое женское сообщество и международная кооперация женщин, работающих в атомной отрасли, реализующих совместные профессиональные и социально значимые проекты для укрепления лидирующих позиций отрасли как в России, так и за рубежом.

Объединение женщин атомной отрасли предоставляет женщинам, работающим в атомной отрасли, а также жительницам территорий присутствия Госкорпорации «Росатом» мотивирующую среду для самореализации и возможность раскрыть свой профессиональный и творческий потенциал через глобальное партнерство, обучение, поддержку в реализации проектов и вдохновение на созидание и рост!

Сегодня в нашем портфеле более 140 инициатив и проектов: профориентационные, экологические, волонтерские, социальные, просветительские, образовательные, в том числе открытые диалоги и специализированные лекции, международные конференции, телемосты, встречи клубов по интересам, организованные отраслевые опросы, акции по профессиональным тематикам, межотраслевые мероприятия с участием женщин из высокотехнологичных отраслей на ведущих российских и международных площадках, спецпроекты по популяризации технических профессий среди женщин, менторинг, и другое.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Сегодняшний день диктует нам активное включение женщин во все сферы научной, производственной, социальной, политической и общественной деятельности, как важный ресурс и интеллектуальный потенциал для устойчивого развития страны. Продвижение компаний, в особенности технологических лидеров, невозможно без формирования сбалансированных управленческих команд, способных решать поставленные задачи, используя человекоцентричный подход в управлении. Существует запрос на квалифицированные кадры в технических областях и, как следствие, важной задачей становится привлечение и обучение все большего количества специалистов для работы в этих сферах. Согласно последним исследованиям, в области естественных наук, технологий, инженерии и математики (STEM) мужчин в 3-4 раза больше, чем

женщин. Вопрос повышения роли женщин в научной сфере, вовлечение их в область высоких технологий и смягчение текущего дисбаланса — актуальный для всех стран.

Стоит острая необходимость привлечения большего количества женщин и молодого поколения в научно-технические специальности, в работу в высокотехнологичных отраслях в целях формирования эффективных сбалансированных управленческих команд.

Необходимо создание комфортной среды для полной реализации женского потенциала.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Более 1050 участниц из 35 регионов Российской Федерации и 17 зарубежных стран.

34 Инициативные группы под руководством Амбассадоров (Россия, Турция, ЮАР, Индия, Сингапур, Армения, Египет).

Охват инициативных групп: Архангельская, Белгородская, Владимирская, Волгоградская, Воронежская, Ивановская, Иркутская, Калужская, Кемеровская, Курганская, Курская, Ленинградская, Московская, Мурманская, Нижегородская, Новгородская, Новосибирская, Пензенская, Ростовская, Саратовская, Свердловская, Смоленская, Тверская, Томская, Ульяновская, Челябинская области. Забайкальский, Краснодарский, Красноярский, Ставропольский, Хабаровский край. Республики: Марий Эл, Саха (Якутия), Удмуртская и Чукотский автономный округ.

9 городов при АЭС, где есть участницы сообщества: Удомля, Полярные Зори, Десногорск, Нововоронеж, Заречный, Сосновый бор, Волгодонск, Певек, Балаково.

Участницы из 17 зарубежных стран: Бангладеш, Беларусь, Казахстан, Китай, Венгрия, Вьетнам, Финляндия, Турция, ЮАР, Индия, Сингапур, Армения, Египет, Замбия, Болгария и другие.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель на 2022 год

Развитие профессионального отраслевого женского сообщества и усиление международной кооперации женщин, работающих в атомной отрасли через реализацию совместных профессиональных и социально значимых проектов для укрепления лидирующих позиций отрасли как в России, так и за рубежом.

Задачи

1. Популяризация научно-технических профессий среди женщин и содействие повышению престижа профессий женщин в атомной отрасли в контексте целей устойчивого развития.

2. Горизонтальное взаимодействие и эффективная коммуникация между женщинами-специалистами из различных регионов с целью развития высокого уровня инициативности и возможностей для самореализации.

3. Создание инструментов стимулирования профессионального развития женщин и широкое вовлечение молодого поколения с целью увеличения доли женщин, работающих в ядерном секторе.

4. Раскрытие ресурсного потенциала женщин путем проведения образовательных мероприятий.

5. Поддержка женских проектных инициатив по различным тематикам.

6. Развитие международной женской кооперации в области мирного использования атомной энергии.

РЕЗУЛЬТАТЫ

С 2019 г. Объединение женщин атомной отрасли является проектом Совета Евразийского женского форума при Совете Федерации ФС РФ с проектом «Женщины в атомной промышленности: вектор развития».

Евразийский женский форум — крупнейшая авторитетная международная площадка для обсуждения роли женщин в современном обществе.

С каждым годом число участниц Объединения и международная кооперация возрастают, появляются новые проекты, текущие выходят на новый уровень развития и значимости.

Участницы Объединения женщин атомной отрасли при поддержке Фонда создают и реализуют проектные инициативы. Сегодня в портфеле Объединения женщин атомной отрасли участницами сообщества реализуются следующие проекты:

1. ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ.
2. МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО.
3. АРКТИЧЕСКАЯ ПОВЕСТКА.
4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ.



II место

Открытое акционерное общество
«Российские железные дороги» (ОАО «РЖД»)

Проект «Как быть успешной и счастливой»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2020 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: женщиныржд.рф

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

https://t.me/social_rzd

https://m.vk.com/social_rzd

Проект «Как быть успешной и счастливой» уже третий год собирает представительниц различных дирекций и профессий железнодорожного транспорта под единой концепцией.

Основной целью проекта является построение эффективного механизма взаимодействия с работницами ОАО «РЖД», создание площадки, позволяющей компании слышать работниц, создавать среду для инициатив по улучшению условий, в которых они трудятся.

Проект проходит в три этапа: Дистанционный онлайн-интенсив, очный этап, стратегическая сессия.

В 2020–2021 годах в онлайн-интенсивах принимало участие по 1020 сотрудниц, в 2022 году, ввиду большой заинтересованности сотрудниц ОАО «РЖД», в проекте «Как быть успешной и счастливой» принимают участие до 2000 человек.

В очном этапе ежегодно принимает участие 100 женщин — лидеров рейтинга онлайн-этапа.

В работе стратегической сессии принимает участие до 5 сотрудниц компании. Они имеют возможность презентовать руководству ОАО «РЖД» свои инициативы и идеи, которые при успешной защите проекта получают возможность воплощения в жизнь в периметре Компании.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Информационная кампания охватывает 73 субъекта РФ. Ежегодно участвуют женщины со всей страны.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Поиск и обучение амбициозных женщин – лидеров, способных объединять вокруг себя других женщин, своих коллег, готовых участвовать в решении значимых социальных и профессиональных задач отрасли.

Задачи

Улучшение качества жизни женщин, расширение областей интересов и компетенций сотрудниц компании. Развитие и обучение женщин современным профессиональным и личностным навыкам и компетенциям (навыки ведения переговоров, коммуникации и решение конфликтных ситуаций в коллективах, лидерство и постановка целей, забота о своем физическом и психологическом здоровье, сохранение баланса между работой и личной жизнью и т. д.).

РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Реализация проекта позволила создать условия для повышения профессиональных компетенций, для формирования культуры сохранения физического и духовно-психологического здоровья, развития творческого потенциала и личностных качеств каждой участницы проекта, способствовала развитию активных коммуникаций с коллегами из разных уголков страны. Проект позволяет под-

держивать достаточно высокий уровень корпоративной культуры благодаря получению новых знаний и навыков.

Проект снизил тенденцию к эмоциональному выгоранию на рабочем месте, позволил улучшить психоэмоциональный климат в коллективе.



III место

Самарский металлургический завод (АО «Арконик СМЗ»)

Качественное исследование среди старшеклассниц и студенток 1–3-х курсов профильных вузов «Гендерные барьеры при выборе STEM-профессии: есть ли проблема?»

ССЫЛКА НА ИССЛЕДОВАНИЕ:

https://nafi.ru/upload/Arconic_Gender%20Barriers%20in%20STEM.pdf

Доля женщин в технической сфере сегодня по-прежнему остается невысокой. По данным аналитиков, гендерный разрыв начинается уже на уровне получения высшего образования. Так, по статистике ЮНЕСКО девушки составляют не больше 35% из всего потока, изучающего области знаний из набора «наука – техника – инженерия – математика» (STEM).

Самарский металлургический завод — флагманское металлургическое предприятие региона, и наша социальная деятельность направлена на подготовку квалифицированных кадров для Индустрии 4.0. В рамках качественного исследования мы попытались разобраться, какие факторы влияют на то, что девушки не выбирают технические специальности, и как переломить ситуацию. Нашу целевую аудиторию составляли две группы респонденток из Самары и крупных промышленных городов России: школьницы 8–11-х классов и студентки 1–3-х курсов, которые обучаются на физико-математических и механико-математических специальностях.

По итогам опроса мы собрали рекомендации, как преодолеть барьеры и использовать возможности влияния, чтобы дать девушкам инструменты для создания карьеры в рамках технических специальностей. Планировалась последовательная работа по внедрению рекомендаций в содержательную структуру STEM-грантов Фонда Арконик, реализуемых в Самаре в 2022–2023 гг. Для того чтобы учесть в проектировании грантов специфику локального рынка труда, мы обсудили итоги исследования на круглом столе с участием Министерства труда, занятости и ми-

грационной политики Самарской области, Министерства образования и науки Самарской области, HR-специалистов крупнейших предприятий региона

Презентация результатов исследования состоялась на Третьем Евразийском женском форуме в 2021 году в рамках сессии «Мировая статистика и аналитика о положении женщин». Арконик СМЗ выступил официальным партнером Форума, чтобы подчеркнуть свое стремление помочь женщинам в реализации потенциала в современном мире.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Являясь производственной компанией, мы понимаем ценность специалистов технического профиля. Мы также верим в то, что гендерная диверсификация – дополнительный инструмент в развитии предприятия и отрасли. Основным направлением деятельности благотворительного Фонда Арконик является реализация инициатив по подготовке высококвалифицированных профессионалов для Индустрии 4.0. Большинство программ предприятия и Фонда в регионе способствуют формированию интереса к точным наукам, технологиям, инженерному делу и математике среди школьников и студентов. Ежегодно совершенствуя каждый из этих проектов, мы стараемся соответствовать реалиям и потребностям дня. В свете актуальности гендерной повестки мы задумались, как наши проекты помогут девушкам создать свою карьеру в техническом направлении. К слову сказать, в металлургии гендерное соотношение — один к пяти в пользу мужчин.

В качестве отправной точки для разработки контента новых грантов мы провели опрос старшеклассниц и студенток, чтобы узнать их видение гендерной проблематики в STEM-профессиях. Обратная связь и рекомендации призваны произвести тонкую настройку в грантовой работе, чтобы в перспективе способствовать устранению отраслевой гендерной сегрегации.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

г. Самара

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Определить, какие факторы влияют на то, что девушки не выбирают технические специальности, и рассмотреть возможности, способствующие решению проблемы.

Задачи

- Разработать блоки вопросов для глубинных интервью для каждой аудитории по направлениям «личность», «факторы выбора», «барьеры», «возможности».
- Провести качественное исследование, проанализировать.
- Определить показатели, которые формируются под воздействием внешних и внутренних факторов, и возможности влияния на эти показатели.
- Выработать рекомендации, призванные нивелировать проблему

РЕЗУЛЬТАТЫ

Некоторые результаты исследования

90% респондентов уверены, что женские и мужские профессии отличаются только по физиологическим возможностям, что означает, что у девочек нет социальных стереотипов, что STEM-профессии им не подходят.

80% девушек называют следующие условия для достижения успеха в профессии:

- если она сама сделала этот выбор;
- если она понимает предметы и хороша в них;
- если она не обращает внимания на мнение окружающих;
- если она целеустремленная.

Следовательно, девочку можно поддержать, если социальное окружение оказывает ей поддержку, а не создает мнение, «на которое не нужно обращать внимание».

Кто является основной поддержкой школьницы:

- родители — 30%;
- друзья — 10%;
- преподаватель — 8%.

Соответственно, просвещение родителей и педагогов в области профессий девочек в STEM потенциально может создать поддерживающую социальную среду для развития интереса к STEM-профессиям.

24% школьниц и 36% студентов никак не представляют себе будущую работу из-за недостатка знаний о ней.

Это значит, что у девушек не сформирована насмотренность в карьерных траекториях в STEM, за исключением сферы IT — там мечтают работать 32% школьниц.

Таким образом, в отсутствие институциональных барьеров, имеют место социальные и этические, которые нуждаются в проработке.

Ключевые выводы, как можно поддержать девочек и девушек:

- проекты просвещения для родителей и педагогов для трансформации социальных стереотипов о роли девушек в STEM-профессиях и о технологиях поддержки выбора;
- проекты, создающие социальную среду для девушек, интересующихся STEM;
- проекты, помогающие девочкам и девушкам сформировать представление о карьерных траекториях в STEM-профессиях (не только в IT).

Выводы исследования

Какие направления работы потенциально можно было взять в качестве цели новых проектов?

- Помощь родителям в поддержке детей и снятии социальных стереотипов.
- Помощь педагогам в освоении новых педагогических технологий и углубления знаний в области STEM-траекторий.
- Просвещение девушек, чтобы они видели для себя образы в будущем.

Номинация

«Лучшая программа, способствующая устойчивому развитию с помощью грантовых конкурсов (лучший грантовый конкурс)»

**Партнер номинации:
Фонд президентских грантов**

Игорь Соболев

советник Генерального директора Фонда президентских грантов

В номинации «Лучший грантовый конкурс» проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» в этом году самое большое число участников за пять лет — двенадцать. Пять компаний пришли в номинацию впервые, заявив либо новые конкурсы, либо конкурсы с долгой историей проведения. Молодых конкурсов, проводящихся один-три года, заявлено шесть. Сохранение высокого интереса к номинации — свидетельство приверженности компаний своим стратегиям устойчивого развития и корпоративной благотворительности. Несмотря на очевидное усложнение контекста работы, инструмент грантовых конкурсов видится перспективным, публичным и эффективным для достижения высоких результатов взаимодействия с целевыми группами и местными сообществами на территориях присутствия бизнеса. Этот инструмент применяют самые разные по размеру и отрасли принадлежности компании.

Лидеры переводят конкурсы на цифровые платформы, развивают заявителей и победителей, обучая и консультируя их, добавляя элементы акселерации команд и проектов, формирования сообществ, предоставляя заявителям результаты исследований социальных проблем для более точного конструирования подаваемых на конкурсы проектов. Всё это позволяет поддерживать более широкий круг инициативных групп и организаций, позитивно влиять на жизнь людей, повышать качество жизни и способствовать самореализации граждан. Новые молодые конкурсы следуют примеру лидеров, ориентируясь на задаваемые ими и сформированные на федеральном уровне при оказании государственной поддержки НКО стандарты работы.

Поступившие в номинацию 12 заявок были оценены экспертами по 12 критериям. По каждому из критериев эксперты выставляли оценку от 0 до 2 баллов. Средние баллы заявок в итоговом рейтинговом списке компаний составили

от 8,80 до 19,60. В номинацию представлены различные и по конструкции, и по качеству конкурсы. Суммарный объём грантовых конкурсов всех заявителей в этом году превысил 150 млн руб. За пять лет в поле нашего зрения попал 31 грантовый конкурс ответственного бизнеса (без учета повторно участвовавших). Их ежегодный бюджет составляет более 1,1 млрд руб.

Первые две рейтинговые позиции заняли компании со средним баллом 19,60 и 19,20 (ПАО «Северсталь» и Газпром нефть соответственно). По 18,80 баллов у двух компаний (ЕВРАЗ и ПАО «Трубная Металлургическая Компания»). Этим компаниям присвоены соответственно первое, второе и два третьих места.

В этом году вместе с определением четырех победителей экспертное жюри решило отметить специальными дипломами «Перспективный дебют» два конкурса, поданных в номинацию впервые и сразу оказавшихся в середине рейтингового списка. У этих конкурсов хорошее будущее при условии их доработки и развития (BIOCARD, УК «ЭЛСИ»).

Необходимо отметить, что все победители в течение последних лет ведут постоянную работу над совершенствованием своих грантовых конкурсов. Достигнутый прогресс и улучшения позволили экспертам достойно оценить и отметить поданные заявки.

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2008 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://socialprojects.dorogakdomu.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/dorogakdomy>

Благотворительный фонд «Дорога к дому» компании «Северсталь» оказывает целенаправленное воздействие на социальную среду, сосредоточиваясь на эффективном решении проблем, актуальных для семей с детьми в регионах присутствия компании. Воздействие осуществляется через реализацию социально значимых проектов на базе НКО и учреждений социальной сферы.

Для выявления актуальных проблем для семей с детьми Фонд проводит прикладные исследования социальной среды. После формирования пула социальных проблем в регионах Фонд определяет перечень основных направлений воздействия. Для отбора инструментов и технологий, направленных на решение обозначенных проблем, Фонд ежегодно проводит грантовый Конкурс социальных проектов на территориях присутствия компании «Северсталь». Заявителями для участия в Конкурсе могут выступать НКО и учреждения социальной сферы. В рамках Конкурса проводится независимая экспертиза заявляемых проектных идей и принимается решение о поддержке. При экспертизе учитывается, прежде всего, отсутствие дублирования заявляемой и текущей деятельности организации-заявителя, достижимость обозначенных целей и задач, актуальность проекта для целевой группы и сообщества, логическая связность проектов.

Направления поддержки грантового конкурса: содействие развитию специалистов помогающих организаций, работающих в сфере детства, для оказания устойчивых качественных услуг благополучателям.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

География Конкурса соответствует территориям присутствия компании «Северсталь». С 2008 по 2012 год. Конкурс проводился локально, в городе расположения офиса благотворительного фонда «Дорога к дому» — в Череповце Вологодской области.

В 2012 году были впервые включены города:

- Воркута (Республика Коми);
- Великий Устюг (Вологодская область);

- Балаково (Саратовская область);
- Костомукша (Республика Карелия).

В 2022 году география Конкурса представлена следующими территориями (территории присутствия компании «Северсталь»):

- г. Череповец и/или Череповецкий район (Вологодская область);
- г. Вологда и/или Вологодский район (Вологодская область);
- г. Тотьма и/или Тотемский район (Вологодская область);
- п. Шексна и/или Шекснинский район (Вологодская область);
- г. Великий Устюг (Вологодская область);
- г. Красавино (Вологодская область);
- г. Оленегорск (Мурманская область);
- г. Строитель (Яковлевский район, Белгородская область).

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Выявление и поддержка местных инициатив, предлагающих решение актуальных социальных проблем семьи и детства, соответствующих направлениям корпоративного Фонда «Северстали».

Задачи

- Выявление активных специалистов, формирование и укрепление партнерских коммуникаций в сфере детства.
- Повышение компетенций специалистов в области социального проектирования, управления проектами и оценки проектов.
- Отработка технологий повышения уровня благополучия детей, семей с детьми, специалистов сферы детства.

РЕЗУЛЬТАТЫ

№ п/п	Конкурс проектов	Количество поданных заявок, шт.	Количество победителей/ из них НКО, шт.	Количество победителей по регионам/ из них НКО, шт.
1	Конкурс 2021 года	65	14/6	Вологодская область — 11/5 Орловская область — 2/0 Ярославская область — 1/1
2	Конкурс 2020 года	64	16/5	Вологодская область — 13/4 Орловская область — 1/0 Волгоградская область — 1/1 Республика Коми — 1/0
3	Конкурс 2019 года	33	9/2	Вологодская область — 4/0 Волгоградская область — 1/1 Республика Коми — 1/0 Мурманская область — 1/0 Республика Карелия — 1/0 Ярославская область — 1/1

Специалисты помогающих организаций — грантополучатели — удовлетворяют актуальные потребности конечных благополучателей (детей, семей с детьми и специалистов сферы детства), что приводит к нормализации жизни благополучателей, то есть благополучатели разрешают свои жизненные трудности. Реализация проектов позволяет увеличить пул организаций и специалистов сферы детства, оказывающих устойчивые качественные услуги благополучателям. В 2021 году во время реализации проектов-победителей помощь получили более 3 800 благополучателей, в 2020 году (год начала пандемии в России) — более 1 700 человек.



II место

ПАО «Газпром нефть»

Грантовый конкурс «Родные города»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2013 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://rodnyegoroda.ru/contest>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

Для коммуникаций грантового конкурса используются социальные сети программы социальных инвестиций «Родные города» компании «Газпром нефть»:

<https://vk.com/rodnyegoroda>

<https://ok.ru/rodnyegoroda>

https://t.me/rodnye_goroda

Грантовый конкурс — ключевой инструмент поддержки инициатив активных местных жителей, общественных и некоммерческих организаций, бюджетных учреждений в регионах деятельности «Газпром нефти». Компания помогает не просто реализовать проект, а сделать это системно: после окончания грантового цикла большая часть инициатив продолжает жить и развиваться. Всего с 2013 года «Газпром нефть» выделила > 900 грантов.

Принять участие в конкурсе могут и физические лица, и представители юридических лиц (государственные и муниципальные учреждения, общественные организации, благотворительные фонды, некоммерческие партнерства и организации и др.). Все участники конкурса получают не только ресурсную, но и экспертную поддержку компании на всех этапах: экспертные консультации, хакатоны, мастер-классы, образовательные интенсивы, межрегиональные встречи для обмена опытом, акселератор.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Грантовый конкурс «Родные города» стал результатом пересмотра подходов компании к благотворительной и социальной деятельности с целью формирования более четких стандартов в сфере социальных инвестиций с учетом бизнес- интересов компании и ожиданий ключевых заинтересованных сторон.

Также грантовый конкурс стал важным инструментом программы «Родные города», который позволил компании перейти от «донорской» к «партнёрской» модели реализации социальных проектов.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

- Омская область (г. Омск, Тарский район)
- Оренбургская область
- Томская область
- Тюменская область (г. Тюмень, Уватский район)
- Ханты-Мансийский автономный округ — Югра
- Ямало-Ненецкий автономный округ (г. Муравленко, п. Ханымей, г. Ноябрьск, микрорайон Вынгапуровский, с. Новый Порт, с. Мыс Каменный, Тазовский район, Пуровский район, Надымский район, Ямальский район)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание условий для повышения качества жизни людей в регионах деятельности «Газпром нефти», вовлечение местных жителей в решение проблем их территорий.

Задачи

- Выявление и поддержка наиболее перспективных социальных инициатив в регионах деятельности компании.
- Развитие системы партнерства между компанией, некоммерческими, муниципальными организациями и активистами для достижения общих целей за счет эффективной совместной деятельности и синергии.
- Развитие общественной активности, направленной на изменение среды в регионах.
- Создание условий для развития образования, культуры и спорта в регионах.
- Стимулирование креативного подхода к решению социальных задач регионов силами самих жителей.

РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Жители регионов и активные сообщества активно вовлечены в процессы преобразования городской среды. Созданы условия для запуска их собственных креативных проектов.

2. Доля устойчивости грантовых проектов на сегодняшний день составляет более 50%.

3. Растет профессионализм сотрудников НКО и инициативных групп за счет регулярного проведения обучающих мероприятий для грантополучателей.

4. Благодаря грантовому конкурсу в социальных проектах программы «Родные города» ежегодно участвуют > 40 000 жителей регионов.

Количественные показатели реализации грантового конкурса «Родные города»:

- Поддержано > 900 инициатив местных жителей в рамках грантового конкурса (с 2013 года).
- Проведено > 19 тыс. мероприятий в рамках грантового конкурса (с 2013 года).
- 4 439 участников с 2013 года.
- Ежегодно благодаря проектам грантового конкурса поддержку получают > 500 тысяч благополучателей.
- Совокупный объем финансирования: более 230 млн рублей.



III место

EVRAZ

Грантовый конкурс «EVRAZ: город друзей – город идей!»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2007 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://grant.evraz.com/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/evrazrus>

<https://www.youtube.com/user/EVRAZplc>

<https://t.me/evrazcom>

Грантовый конкурс «EVRAZ: город друзей — город идей!» — проект, направленный на вовлечение общественности в деятельность по развитию городского пространства и охране окружающей среды, развитие общественной инициативы и повышение активности населения в сфере социального проектирования, благоустройства, экологического воспитания и сохранения городских природных ресурсов.

Ключевые направления грантового конкурса соответствуют направлениям социальных инвестиций, закрепленных в Политике в области социальных инвестиций:

- **ЕВРАЗ-ГОРОДУ:** развитие инфраструктуры городов; создание общественных пространств, зон образовательной и досуговой активности; забота о культурно-историческом наследии городов; организация и/или поддержка городских событий; улучшение экологической, социальной обстановки в городах и регионах; поддержка здравоохранения.
- **ЕВРАЗ-ДЕТЯМ:** развитие образования, культурно-нравственное и патриотическое воспитание детей и молодежи, другие проекты для детей и молодежи, в том числе с ограниченными возможностями здоровья и/или относящихся к социально уязвимым группам, поддержка социальных учреждений.
- **ЕВРАЗ-СПОРТУ:** поддержка спортивных учреждений, развитие массового и детско-юношеского, а также профессионального спорта.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

В 2022 году в конкурсе участвовали восемь городов из двух регионов присутствия компании — Кемеровской и Свердловской областей. ЕВРАЗ проводит конкурс уже более 15 лет, постепенно расширяя географию:

- Впервые в 2007-2008 гг. в проекте участвовали жители Нижнего Тагила;
- С 2010 г. проект реализуется в Качканаре;
- В 2017 году география была расширена до четырех городов: Новокузнецка, Междуреченска, Нижнего Тагила и Качканара;
- С 2021 года конкурс проходит в Новокузнецке, Междуреченске, Нижнем Тагиле, Качканаре и в Таштаголе;
- С 2022 года география включает Нижний Тагил, Качканар, Новокузнецк, Междуреченск, Таштагол, Каз, Шерегеш и Гурьевск.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Грантовый конкурс является частью программы социальных инвестиций ЕВРАЗа и содействует достижению целей и задач программы. Миссия социально-благотворительной деятельности компании: «Создание условий для лучшего будущего».

Цель программы социальных инвестиций: обеспечение условий для реализации человеческого и социального потенциала регионов присутствия в интересах устойчивого развития компании.

Задачи

Программы социальных инвестиций:

- повышение качества жизни сотрудников и членов их семей в целях удержания квалифицированного и уникального коллектива;

- формирование насыщенной и комфортной городской среды для закрепления талантливой молодежи из регионов присутствия в своих городах и поселках, преломления тенденции оттока молодежи в мегаполисы;
- сохранение устойчивых природных экосистем в регионах присутствия компании, забота об окружающей среде городов и поселков;
- создание площадки для более тесного взаимодействия с заинтересованными сторонами благодаря реализации социальных и благотворительных проектов;
- внедрение элементов бизнес-системы ЕВРАЗа в реализацию социальных и благотворительных проектов, продвижение широко известного бизнес-подхода компании среди заинтересованных сторон при реализации совместных проектов.

РЕЗУЛЬТАТЫ

ЕВРАЗ проводит Конкурс уже 15 лет. За время существования Конкурса в Сибири и на Урале реализовано более 400 проектов, призванных изменить к лучшему жизнь горожан: создание условий для развития и социализации детей, организация спортивно-досуговых мероприятий, повышение уровня культурной жизни и сознательности подростков; развитие новых творческих направлений; укрепление и популяризация семейных ценностей; проекты в области культуры и искусства, образования, благоустройства и многое другое.

Результаты конкурса за 2018-2021 год:

	2018	2019	2020	2021
Посетители сайта, чел.	72 757	139 555	135 920	140 000
Количество поданных заявок/количество проектов-победителей				
Нижний Тагил	131/13	93/16	103/14	127/13
Качканар	56/12	42/14	39/6	38/6
Новокузнецк	95/14	138/13	127/12	115/15
Междуреченск	72/12	73/11	66/12	51/12
Таштагол	--	--	--	31/10
ИТОГО	354/51	346/54	335/44	362/56
Количество голосов, поданных жителями за проекты				
Свердловская область	11 061	11 523	66 484	28 827
Кемеровская область	12 344	17 210	10 406	75 928

Главным результатом конкурса является тот факт, что жители поверили в свои силы, в то, что у них есть реальные возможности влиять на изменения в своих городах. Каждый год количество заявок, поступающих на конкурс, стабильно растет.

Кроме того, растет качество заполнения заявок и уровень реализации проектов. По результатам оценки экспертов компании, успешно реализуются 100% проектов, получивших грантовую поддержку.

Для оценки достижения социальных результатов и непосредственного влияния на качество жизни горожан компания регулярно проводит опросы общественного мнения сотрудников компании и жителей территорий присутствия. Результаты опросов свидетельствуют о том, что грантовые проекты отвечают запросам и потребностям горожан, реализуются качественно и своевременно, вносят вклад в решение городских проблем.

Благодаря грантовому конкурсу совершенствуются навыки НКО по привлечению ресурсов и социальному проектированию, расширяется аудитория, получающая социальные услуги и сервисы, придается дополнительный стимул всей социальной сфере территорий присутствия ЕВРАЗа.



III место

ПАО «Трубная Металлургическая Компания»
Грантовый конкурс БФ «Синара»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2007 года по настоящее время (дважды в год)

САЙТ ПРОЕКТА:

https://www.bf-sinara.com/dejatelnost/grantovyj_konkurs

<https://www.gk.bf-sinara.com/cabinet>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/bfsinara>

<https://t.me/bfsinara>

Трубная металлургическая компания через оператора благотворительной деятельности Благотворительный Фонд «Синара» (БФ «Синара») ежегодно с 2007 года проводит Грантовый конкурс для некоммерческих и общественных организаций (далее — ГК), официально зарегистрированных на территории Екатеринбурга, Орска, Верхней Пышмы, Волжского, Первоуральска, Таганрога, Калуги, Полевского городского округа, Каменского городского округа. Подать заявку возможно по одному из шести основных направлений.

Основной целью конкурса является выявление и поддержка лучших практик социально ориентированных НКО, развитие добровольческого движения, а также объединение усилий инициативных граждан в процессе решения общественно значимых проблем. Главный принцип грантового конкурса БФ «Синара» — решение проблем, а не их финансирование.

Конкурс проводится 2 раза в год с подведением итогов в июле и декабре. Одним из условий предоставления гранта является реализация проектов от 3 до 12 месяцев. Максимальный размер финансирования одного проекта составляет 200 тысяч рублей. Ежегодно БФ «Синара» финансирует от 45 до 50 проектов-победителей.

Каждый проект прорабатывается с благополучателем, и во время реализации оказывается поддержка: консультации, непосредственное участие и даже волонтерская помощь непосредственно на территории реализации.

Учитывая тот факт, что некоторые организации могут податься на оба этапа грантового конкурса, то ежегодно в среднем 200 уникальных НКО придают своим инициативам проектную форму и отправляют их на конкурс.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Грантовая форма работы с НКО дает возможность компании ТМК расставить приоритеты, понять запросы территорий и оценить уровень информированности и лояльности местного сообщества к деятельности благотворительного фонда. В состав Правления фонда «Синара» входят представители предприятий-попечителей фонда, обеспечивающие обратную связь с территорией.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Екатеринбург, Орск, Каменск-Уральский, Полевской, Верхняя Пышма, Таганрог, Калуга, Челябинск, Первоуральск, Волжский.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Выявление и поддержка лучших практик социально ориентированных НКО, развитие добровольческого движения, а также объединение усилий инициативных граждан в процессе решения общественно значимых проблем.

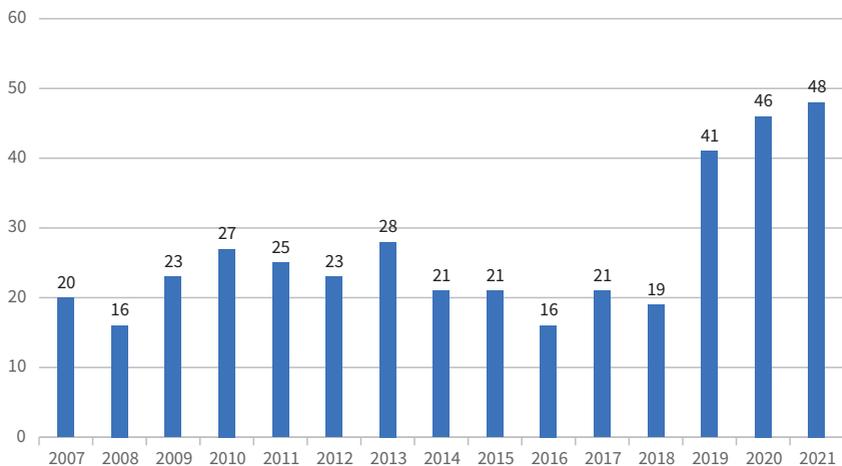
Задачи

- Определение круга социально значимых проблем на территории присутствия благотворителей и возможностей для их решения.
- Содействие созданию условий для практической реализации благотворительных проектов.
- Расширение эффективного взаимодействия с НКО с целью формирования активной социальной среды на территории присутствия благотворителей.
- Развитие культуры благотворительности.

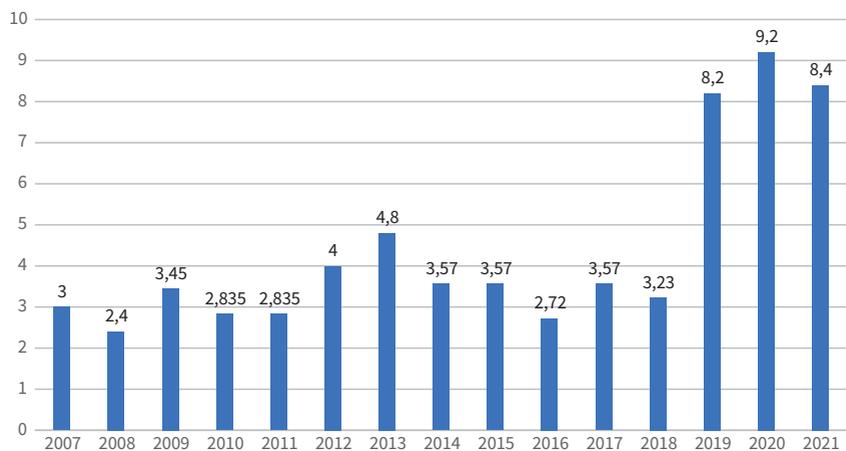
- Систематизация работы с некоммерческим сектором в городах проведения грантового конкурса через проектную форму подачи и реализации заявок.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Динамика по количеству реализованных проектов



Бюджеты ГК, млн руб



За 15 лет существования конкурса профинансировано и реализовано 419 социальных проектов по медико-психолого-педагогической помощи детям, нуждающимся в особом уходе, профилактике социального сиротства, профориентации детей до 18 лет, по охране окружающей среды, формированию экологической культуры у граждан, благоустройству социально значимых объектов населенных пунктов, повышению туристической привлекательности и состоятельности территорий, краеведению, пропаганде классического искусства, поддержке духовного наследия, реставрации и восстановлению памятников архитектурно-исторического наследия, пропаганде физической культуры и спорта, формированию здорового образа жизни среди детей, подростков и молодежи, а также распространению наиболее эффективных форм занятий, способствующих физическому совершенству, духовному и нравственному становлению личности.

Порядка 20 000 человек ежегодно становятся благополучателями от реализации проектов-победителей грантового конкурса.

Грантовый конкурс дал старт 419 инициативам в регионах, большинство из них реализуются после окончания гранта. НКО продолжают реализацию успешных проектов, привлекая спонсорские средства, зарабатывая самостоятельно на оказании дополнительных услуг на коммерческой основе.



Номинация

«Лучшая программа, способствующая реализации Целей Устойчивого Развития ООН по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека в интересах устойчивого развития»

Партнер номинации:

ООН в России (Объединенная Программа ООН по ВИЧ/СПИДу — ЮНЭЙДС, Информационный Центр ООН в Российской Федерации)

Константин Войцехович

Советник Регионального офиса Объединенной Программы ООН по ВИЧ/СПИДу (ЮНЭЙДС) по Восточной Европе и Центральной Азии

Интенсивный диалог с партнерами по развитию проектов на протяжении всего года становится отличительной чертой Номинации ЮНЭЙДС и ООН в России «Лучшая программа, способствующая реализации ЦУР по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека в интересах устойчивого развития».

Такая совместная работа в сфере совершенствования структуры и методологии проектов самым положительным образом сказывается на их качестве и тематическом разнообразии. Очевидным подтверждением этому служит прогресс в развитии проектов, получивших высокие места в номинации этого года, а также постоянно растущий общий уровень качества проектов, рассматриваемых в номинации. Это происходит и благодаря усилиям компаний-номинантов, успешно применяющих новые передовые практики, и очень системному, бережному подходу к проектам со стороны организаторов конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности», Ассоциации донорских и благотворительных организаций «Форум Доноров».

Обращает на себя внимание и возросшее качество обратной связи при работе с благополучателями, более точная ориентация на интересы и фактические потребности целевой аудитории в рамках корпоративных проектов, реализуемых в сфере общественного здоровья и благополучия человека.



I место

АО «Альфа-Банк»

Программа «Альфа-Эндо»: адресная помощь социально уязвимым семьям детей с сахарным диабетом первого типа

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2017 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

www.alfa-endo.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

YouTube канал для подростков «С диабетом на равных»

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLO-I8oerMsFtDs3aFenv5JClw5vWWVbD7>

Программа «Альфа-Эндо» инициирована и финансируется «Альфа-Групп» и осуществляется Благотворительным фондом развития филантропии совместно с ведущими федеральными и региональными медицинскими организациями. Эта деятельность неоднократно получала финансирование со стороны Департамента труда и социальной защиты Москвы, Фонда президентских грантов и других доноров. Программа «Альфа-Эндо» — это пример некоммерческого государственно-частного партнерства, когда частный бизнес и государство объединяют с НКО свои усилия для осуществления видимых системных улучшений в здоровье детей.

Одно из важнейших направлений программы «Альфа-Эндо» — помощь семьям детей с сахарным диабетом первого типа в трудной жизненной ситуации: бедным; семьям, в которых детей воспитывает только один из родителей; с недостаточным уровнем образования родителей и/или безработным; многодетным и с другими социальными факторами риска. В этих семьях результаты лечения значительно хуже, а риск тяжелых осложнений и преждевременной смертности выше, чем у социально благополучных семей. Проблемы, из-за которых люди в трудной жизненной ситуации сами избегают обращаться за помощью, одинаковы во всех странах: родители не осознают необходимость помощи, так как проблемы передаются из поколения в поколение; стыдятся обсуждать свои семейные сложности; боятся представителей власти; не верят в доступность эффективной поддержки. Эти данные подтверждаются документами Организации Объединённых Наций, посвященными Целям в области устойчивого развития (1, 3, 5, 10, 17). В плане действий, в частности, отмечается, что смертность детей, родившихся в бедных семьях, у матерей с низким уровнем образования, значительно превышает средние показатели детской смертности. Уменьшение неравенства и обеспечение того, чтобы никто не был оставлен без внимания, являются неотъемлемой частью процесса достижения целей в области устойчивого развития.

Благодаря развитию сотрудничества здравоохранения, социальной защиты и родительского сообщества, организационной, финансовой и методической поддержки в рамках программы «Альфа-Эндо» более 1,5 тысяч семей с сахарным

диабетом с различными факторами социального риска получили комплексную помощь, что улучшило контроль сахарного диабета у большинства детей. Основным механизмом реализации проекта — активное выявление семей в трудной жизненной ситуации врачами при оказании помощи детям с сахарным диабетом в больницах и поликлиниках, информирование родителей о доступной помощи и передача данных о потребности семей в учреждения социальной защиты и родительские группы равной поддержки (на основе информированного согласия родителей) для оказания адресных медико-социальных услуг и моральной помощи.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Приверженность Альфа-Банка и его акционеров поддержке проектов, направленных на улучшение здоровья детей.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Проекты медико-социальной помощи осуществляются в следующих 6 регионах, выразивших интерес к развитию этого направления программы «Альфа-Эндо»: Москва, Московская, Челябинская, Вологодская, Калужская и Костромская области. Из них Москва и Московская область — регионы с наибольшим количеством детей с сахарным диабетом и случаями COVID-19 в стране. Так как другие направления программы «Альфа-Эндо» осуществляются во всех регионах РФ, планируется распространять успешный опыт проекта медико-социальной помощи на другие территории РФ.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цели

Способствовать благополучию детей с сахарным диабетом первого типа и их семей. Это способствует достижению ЦУР № 3 — Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте.

Задачи

1. Согласовать партнерство для развития медико-социальной помощи со специалистами социальной защиты, здравоохранения и представителями родительской общественности.
2. Подготовить всех участников проекта к специфике поддержки семей детей с сахарным диабетом в трудной жизненной ситуации.
3. Определить и проинформировать основную целевую группу о доступности комплексной медико-социальной помощи в зависимости от потребностей семей.
4. Координировать оказание социально-медицинской помощи семьям детей с сахарным диабетом в трудной жизненной ситуации.
6. Осуществлять мониторинг реализации проекта и оценку его результатов.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственный результат — предоставление комплексной медико-социальной помощи 1,5 тыс. социально-уязвимым семьям детей-инвалидов с сахарным диабетом на основании определенных у них социальных потребностей, что никогда ранее не проводилось.

Оказание социальной помощи способствует улучшению контроля сахарного диабета. Контроль заболевания характеризуется биохимическим показателем крови гликированным гемоглобином, отражающим среднее содержание глюкозы в клетках крови — эритроцитах (в связанном состоянии с гемоглобином) в среднем за 3 месяца (в отличие от измерения глюкозы крови, которое дает представление об уровне глюкозы крови только на момент исследования). Нормальный показатель находится в узких пределах 5–7%. При устойчивом уровне гликированного гемоглобина выше 7% возникают поражения почек, зрения, сосудов конечностей, нервной системы. Чем выше этот показатель — тем выше риск тяжелых осложнений. По данным программы «Альфа-Эндо», средний показатель гликированного гемоглобина у детей из социально-уязвимых семей превышал примерно 10%. Оказание социальной помощи приводило к снижению этого показателя на 20%. В среднем через 3 месяца медико-социальной поддержки показатель составил 8,3%.

Равная поддержка волонтеров-наставников позволяет улучшить знания по самоконтролю заболевания у детей и информированность родителей о доступной социальной помощи. Более двух третей семей, получивших равную поддержку, установили регулярное общение в сообществе родителей детей с сахарным диабетом, улучшили регулярность измерения уровня глюкозы крови, расчет хлебных единиц и дозы инсулина, повысили уверенность в собственных силах в отношении самоконтроля заболевания.

Благодаря стандартизированному опросу удалось определить социальные проблемы семей. Среди семей детей с сахарным диабетом встречались все перечисленные выше факторы социального риска. Всего лишь треть семей, кроме необходимости ухода за ребенком-инвалидом, имели только одну социальную проблему, у большинства были четыре и более социальных факторов риска. Наиболее типичные проблемы:

- 1) доход менее прожиточного минимума на одного члена семьи в месяц;
- 2) образование ниже среднего у родителей;
- 3) отсутствие постоянной работы у родителей;
- 4) одинокое воспитание ребенка;
- 5) многодетная семья.

Не менее чем у трети семей были значительно решены социальные проблемы. Так, по опросу родителей, число семей с 4 и более социальными проблемами уменьшилось с 47 до 26%. В этих семьях у детей отмечалось и наиболее значимое улучшение самоконтроля заболевания.



II место

ГК «ПРОТЕК»

Проект «Лекарственная помощь медицинским и социальным учреждениям в период пандемии COVID 19» в рамках программы «Здоровье — людям»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2007 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://bfprotek.ru/programms/programma-zdorove-lyudyam.html>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

https://t.me/bf_protek

https://vk.com/bf_protek

<https://ok.ru/group/59129387679772>

Проект «Лекарственная помощь в период пандемии COVID 19» — часть программы «Здоровье — людям», которую благотворительный фонд «Протек» реализует с 2007 года. С началом пандемии особый фокус был сделан на поставки лекарств, медицинских изделий и БАДов, в которых остро нуждались медицинские и социальные учреждения, их пациенты и подопечные.

Помощь поставляется в учреждения здравоохранения, органы социальной защиты населения, благотворительные фонды и НКО, общества ветеранов и инвалидов, детские дома, приюты и интернаты. Конечные получатели — пациенты больниц, подопечные благотворительных фондов и социальных центров, постояльцы домов престарелых, воспитанники детских домов. В рамках проекта в 2021 году состоялось 328 отгрузок на 106,3 млн руб. Помощь получили 124 лечебно-профилактических учреждения и 17 НКО по всей России.

Проект реализуется в соответствии с Целью Устойчивого Развития ООН № 3 «Всеобщий охват услугами здравоохранения», способствует сохранению здоровья, поддержки здорового образа жизни и благополучия человека. Опосредованно проект способствует достижению Цели Устойчивого развития ООН № 10 — снижению общественного неравенства. А также ЦУР № 16 — содействие построению миролюбивых и открытых обществ.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Соответствие запросов на оказание благотворительной помощи целям флагманской программы корпоративного благотворительного фонда «Здоровье — людям», которая нацелена на лекарственную помощь нуждающимся, а также общей миссии и стратегии ГК «Протек», которая ставит во главу угла своей деятельности поддержание и сохранение здоровья населения РФ.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

вся территория Российской Федерации

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Обеспечить доступность лекарств для пациентов из социально незащищенных слоев населения, поддержать систему здравоохранения и социальную сферу в период пандемии COVID-19, что в свою очередь послужит сохранению здоровья и благополучия нации в целом.

Проект реализуется в соответствии с Целью Устойчивого Развития ООН № 3 «Всеобщий охват услугами здравоохранения», способствует сохранению здоровья, поддержки здорового образа жизни и благополучия человека. Опосредованно проект способствует достижению Цели Устойчивого развития ООН № 10 — снижению общественного неравенства. А также ЦУР № 16 — содействие построению миролюбивых и открытых обществ.

Задачи

- Собрать потребность в лекарственных препаратах, БАДах, медизделиях от медицинских и социальных учреждений.
- Привлечь необходимый товар от компаний, входящих в ГК «Протек», и партнеров.
- Обеспечить поставки товара по всей территории РФ с помощью логистических мощностей, имеющихся в распоряжении ГК «Протек».

РЕЗУЛЬТАТЫ

В 2021 году состоялось 328 отгрузок на 106,3 млн руб. Помощь получили 124 лечебно-профилактических учреждения и 17 НКО по всей России.

За последние 5 лет (с 2013 по 2021 год) лекарственная помощь была оказана на 320,4 млн рублей. Объем отгрузок за 2021 год более чем вдвое превысил объем 2020 года.

Благодаря реализации проекта благотворительный фонд повысил обеспеченность медицинских учреждений всем необходимым для борьбы с пандемией, а для пациентов из незащищенных слоев населения повысилась доступность лекарств и БАДов для победы над болезнью и скорейшего восстановления. Пациентам из социально незащищенных слоев населения стала доступна профилактика и реабилитация после COVID-19, которые не покрываются ОМС.

Проект повышает доступность лекарственных препаратов, в том числе дорогостоящих, для пациентов ЛПУ, подопечных социальных центров, домов престарелых и ветеранских организаций. Доступность необходимых лекарств сокращает сроки лечения и восстановления, сохраняет приверженность лечению (возможность и желание довести курс до конца, согласно рекомендациям врача, а не прерывать его при первом улучшении из-за недостатка средств), повышает качество жизни пациентов. Реализация программы снижает нагрузку на систему здравоохранения, что особенно актуально в период пандемии коронавируса, сокращает затраты государства на лекарственное обеспечение, уменьшает нагрузку на родственников пациентов, способствует увеличению продолжительности и качества жизни.

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

корзинадоброты.рф

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://t.me/x5news>

<https://vk.com/foodbankrus>

<https://vk.com/x5group>

Проект «Корзина доброты» стартовал в 2015 году. X5 первой среди российских ритейлеров создала инфраструктуру для оказания продовольственной помощи по технологии food drive и продолжает ее развивать, обеспечивая покупателям возможность прямо в магазине передать волонтерам продукты питания в пользу людей, оказавшихся в тяжелой жизненной ситуации. За все время работы проекта с помощью наших покупателей было собрано и передано более 1200 тонн еды.

«Корзины доброты» только в 2021 году получили 184 923 человека, включая детей, пенсионеров, людей, оказавшихся в тяжелой жизненной ситуации, и врачей. Благотворителями стали 140 тыс. покупателей 3769 магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток» в 76 городах и 14 посёлках страны. В организации благотворительных акций и марафонов приняли участие 8088 волонтеров фонда «Русь», а также 1 729 сотрудников торговых сетей.

С 2020 года проект Роспотребнадзора «Здоровое Питание» принимает участие в благотворительной акции «Корзина доброты». Эксперты Роспотребнадзора и ФИЦ «Питания и биотехнологий», в соответствии с принципами здорового питания, сформулировали ключевые рекомендации по расширению состава продуктовых корзин, которые собирают для нуждающихся. Участие в формировании «Корзины доброты» — продолжение комплексной работы по реализации федерального проекта «Укрепление общественного здоровья» в рамках нацпроекта «Демография».

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

X5 Group не первый год реализует различные проекты в области устойчивого развития, так как мы всегда понимали свою ответственность перед обществом, перед нашими покупателями, сотрудниками и партнерами. Ежедневно к нам в магазины приходят миллионы людей, компания на протяжении многих лет входит в число крупнейших работодателей — сегодня в компании трудятся уже более 325 тыс. человек. Так как мы являемся продуктовым ритейлером, то направления продовольственной помощи и содействию здоровому питанию стали для нас одним из основных в области социальных проектов.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

67 регионов Российской Федерации

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

- Продовольственная помощь нуждающимся.
- Развитие волонтерского движения в России.
- Просветительская деятельность в сфере благотворительности.

Задачи

- Проведение продовольственных марафонов и акций бóльшем количестве городов России.
- Привлечение корпоративных волонтеров для помощи в проведении акций.
- Работа со СМИ и блогерами для роста узнаваемости проекта, формирования доверия у покупателей.

РЕЗУЛЬТАТЫ

За все время работы проекта (с 2015 года) помощь получили более 900 тысяч человек, с помощью наших покупателей и собственными отгрузками Х5 было собрано и передано более 1200 тонн еды.

В рамках благотворительных акций в пользу нуждающихся, прошедших в магазинах Х5 и на сайте корзинадоброты.рф в 2021 году, удалось собрать более 355 тонн продуктов, что почти на 100 тонн превышает результат 2020 года. В магазинах торговых сетей Х5 Group всего было собрано 218,5 тонн продуктов, на средства, переданные благотворителями через сайт корзинадоброты.рф, было закуплено 22,6 тонны продовольствия, еще 114,6 тонн продуктов Х5 передала из собственных средств. «Корзины доброты» в 2021 году получили 184 923 человека, включая детей, одиноких пенсионеров, людей, оказавшихся в тяжёлой жизненной ситуации, и врачей.

В 2021 году в рамках проекта «Корзина доброты» поддержку также получили приюты для животных: более 12,7 тысяч собак и кошек в 10 приютах Москвы и МО, Ростова-на-Дону, Казани, Самары и других регионов получили порядка 28,4 тонны корма.

2940 семей получили дополнительную поддержку через получение продовольственных карт на покупку продуктов в супермаркетах "Перекрёсток".

Суммарно с 2015 года помощь получили более 900 тысяч человек.

В 2021 году 114,6 тонн Х5 передала на помощь из собственных средств, в том числе направила 36,5 тонн продуктов в 40 больниц 10 регионов на помощь врачам.

Благотворителями в 2021 году стали 140 тыс. покупателей 3769 магазинов «Пятёрочка» и «Перекрёсток» в 76 городах и 14 посёлках страны.



III место

АО «Апатит»

Информационно-профилактическое пространство
«Лаборатория безопасности»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с июля 2020 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://нашазеленаяпланета.пф/laboratoriya-bezopasnosti/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

Группа ВК «Агенты безопасности» https://vk.com/security_agents

Группа ВК «Зеленая планета» https://vk.com/zelenaya_planeta_phosagro

YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=fa37_rPXFRE&list=PLIPAruxerIRmSi_4XFESFcZU1TPpn9Jm6

С 2017 года АО «Апатит» (группа «ФосАгро») реализует социальную программу — Интерактивно-познавательный центр «Зеленая планета» (далее Центр). Это интерактивная социокультурная площадка в промышленной зоне г. Череповца, корпоративный музей, место привлечения туристов и жителей города, профориентационный центр. Экспозиции центра знакомят с деятельностью предприятий группы «ФосАгро» и историей становления химической промышленности в Вологодской области. Программа строится с учетом миссии, видения и основных ценностей компании. Концепция работы Центра заключается в формировании бережного отношения к окружающей среде, приобщении к естественным наукам, профориентации подрастающего поколения, популяризации химической отрасли. Важное место в ценностях компании занимает забота о людях и их безопасности: «Забота о людях. Люди, работающие в Компании, являются ее главным ресурсом, главной ценностью. Поэтому Компания обеспечивает условия для труда и отдыха, профессионального развития своих сотрудников, способствует повышению качества их жизни, материальному благополучию и личностному росту».

Один из проектов программы — «Информационно-профилактическое пространство «Лаборатория безопасности» посвящен информированию о проблемах общественной и кибербезопасности, направлен на информационную поддержку школьников и их родителей в данной области, способствует формированию осознанного выбора здорового образа жизни.

Проект играет роль постоянно действующего центра помощи и профилактики социальных проблем, связанных с безопасностью (кибербезопасность, профилактика нехимических видов зависимости, безопасность на дороге), и включает в себя комплекс познавательных мероприятий:

- экскурсия по экспозиции;
- интерактивный квест «Агенты безопасности»;

- интерактивная беседа «Все о ПАВ и не только»;
- интеллектуальные игры «КиберРейд» и «Мозговой штурм»;
- практическое занятие по кибербезопасности;
- квест «В реальности»;
- медиашкола;
- выездные ознакомительные экскурсии и практические занятия от партнеров проекта;
- информирование о компетентных экспертах и программах города и региона, способствующих решению той или иной социальной проблемы.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Стратегически приоритетные для компании ключевые ценности, выраженные заботой о людях, их безопасности и здоровья легли в основу бизнес-стратегии социального проекта «Лаборатория безопасности». Направления деятельности в рамках корпоративной социальной ответственности Группы «ФосАгро» в данном проекте соответствуют определенным целям устойчивого развития, сформулированным ООН:

- по обеспечению здорового образа жизни в любом возрасте (цель 3);
- обеспечению открытости, безопасности городов и населенных пунктов (цель 11);
- содействие построению миролюбивого и открытого общества в интересах устойчивого развития (цель 16).

Данный проект формирует у взрослых ответственность за соблюдение основ безопасности и поддержания здорового образа жизни у подрастающего поколения, а у подростков помогает выработать осознанный жизненный путь и осознание ответственности за свои действия.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Проект стал пилотным в Вологодской области (Череповец). После успешного старта в 2022 году тиражирован на другие площадки АО «Апатит»: Волхов и Балаково.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель проекта «Информационно-профилактическое пространство «Лаборатория безопасности» в рамках устойчивого развития — создание центра информирования гражданского общества по вопросам безопасности, содействующего формированию у граждан ответственного отношения к здоровому образу жизни и безопасному поведению.

Задачи

- Создать комплексное понимание актуальных аспектов безопасности от химических и нехимических видов зависимости, игромании; профилактика девиантного поведения.

- Участие в программе «Безопасный город» в рамках социального государственно-частного партнерства между АО «Апатит» и УМВД г. Череповца. Это создание постоянно действующего центра помощи и профилактики проблем социальной направленности, вовлечение граждан в формирование позитивного развития города и региона.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Создан центр информирования сотрудников по вопросам безопасности — информационно-профилактическое пространство «Лаборатория безопасности».
- Созданы обучающие курсы по вопросам безопасности для сотрудников предприятия.
- Выстроена практика взаимодействия с органами власти по реализации мероприятий проекта.
- За период с января по август 2022 года было организовано и проведено более 300 мероприятий в рамках «Лаборатории безопасности».
- За период с февраля по август 2022 года охват аудитории составил больше 3500 человек. Участниками проекта являются семьи сотрудников АО «Апатит», учащиеся ФосАгро-классов и школ Череповца, воспитанники центров помощи детям «Наши дети» и «Флагман», а также трудные подростки, состоящие на учете в ПДН.
- Опыт проекта успешно тиражирован на другие производственные площадки АО «Апатит»: Волхов, Балаково. Проведены стартовые мероприятия «Агентов безопасности», заключены соглашения с местными органами УМВД, запланировано строительство тематических экспозиций.
- В ИПЦ «Зеленая планета» на 2023 год запланировано продолжение реализации проекта. Ведется работа над проектированием экспозиции «Кибербезопасность».
- Сформирована концепция и реализован опыт государственно-частного партнерства.
- Сформированные принципы стали основой подписанного в апреле 2020 года Соглашения о взаимодействии и сотрудничестве Управления Министерства внутренних дел РФ по Вологодской области и АО «Апатит» по осуществлению совместных мероприятий, направленных на профилактику безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних, в рамках проекта АО «Апатит» «Лаборатория безопасности».
- Проект «Лаборатория безопасности» стал частью экосистемы мер негосударственной профилактики правонарушений среди несовершеннолетних.
- По данным УМВД Вологодской области, в 2021 году количество преступлений, совершенных несовершеннолетними сократилось на 27,6%.

- В г. Череповце благодаря комплексу мер в 2021 году удалось добиться сокращения числа преступлений, совершенных с участием несовершеннолетних на 26,4%.
- Удельный вес подростковой преступности в городе составляет — 4,2% (в 2019 г. — 6,21%). Справочно: Область — 5,4%, СЗФО — 4,4%.
- По данным проведенного мониторинга, повышение уровня информированности по вопросам безопасности среди участников проекта составило в среднем 60%;
- 95% педагогов и сотрудников УМВД, работающих с трудными подростками, отметили результативность и эффективность проекта.

Ольга Ульянова

Директор АНО Центр содействия природоохранным инициативам «Экология»

Номинация по экологии конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» второй год подряд посвящена именно экологическому просвещению, и получает одно из самых больших количеств заявок от компаний. Это означает, что бизнес придает большое значение развитию экологических знаний среди персонала, а также тому, чтобы принятый крупными компаниями в последние годы курс на экологичность искренне поддерживали сотрудники и жители территорий присутствия.

Выбор был трудным. В этом году в лидеры попала программа, направленная на восстановление лесных ресурсов. С учетом масштабных лесных пожаров последних лет, а также актуальности климатической повестки — такие проекты очень важны для страны. Проект банка ВТБ «Подари лес другу!» получил большой охват и помог восстановить леса во многих регионах России.

Также нам хотелось подчеркнуть связь между здоровьем нации и состоянием окружающей среды, что вполне удалось Сбербанку в проекте «Зеленый марафон».

Кроме того, мы решили поддержать те компании, которые занимаются корпоративным экопросвещением, а также активно вовлекают в экоповестку не только своих сотрудников, но и клиентов. МТС, ОМК и Оптиком реализуют прекрасные программы, которые должны стать примером для подражания. В сложные времена корпоративное волонтерство — это то, что стабилизирует и «заземляет» людей, помогает им чувствовать себя нужными, делать что-то важное и доброе здесь и сейчас.

Компании, продолжающие реализовывать свои экологические программы, показывают таким образом, что они продолжают развиваться даже в сложных экономических условиях. Кроме того, это позволяет наладить взаимодействие с местными сообществами, региональной властью городов присутствия.

Крупный бизнес сегодня понимает, что должен быть примером и показывать приверженность истинным ценностям. Радует, что практически все участники номинации планируют развивать свои проекты дальше, трансформируя и масштабируя их.



I место

Банк ВТБ (ПАО)

Проект «Подари лес другу!»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 6 июня 2020 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://www.vtb.ru/personal/online-servisy/podariles/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/vtb>

Программа «Подари лес другу!» является одной из крупнейших платформ в сфере экологии, которая объединяет неравнодушных людей, готовых принимать активное участие в достижении одной из значимых экологических целей — восстановлении лесов в нашей стране.

Благодаря инициативе клиенты и сотрудники Группы ВТБ могут удалённо участвовать в высадке деревьев, выбрав один из представленных национальных парков и оплатив посадку на сайте ВТБ или через программу лояльности «Мультибонус». Оплаченный участок леса можно назвать своим именем или именем друга.

Все собранные средства направляются на покупку саженцев, посадку и последующий уход за деревьями в течение 5 лет. Когда средства для восстановления конкретного участка собраны, деревья высаживаются силами ВТБ и партнёров проекта (весной или осенью ежегодно). Каждый участник получает отчёт о посадке с фотоподтверждением.

Клиентами Группы ВТБ высажено более 4 млн деревьев.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Банк ВТБ (ПАО) всегда уделял внимание природоохранным инициативам, участвуя в качестве благотворителя в проектах Минприроды и поддерживая проекты по сохранению биоразнообразия на территории Российской Федерации.

В 2021 году была утверждена Стратегия Банка ВТБ (ПАО) в области устойчивого развития, которая структурно объединила внутренние и внешние социальные и экологические инициативы Банка. Для достижения запланированных целей в области экологии Банк сочетает активную работу на рынке ответственных инвестиций с поддержкой природоохранных проектов и реализацией инициатив по снижению собственного экологического воздействия, включая программы энергоэффективности и экономии ресурсов.

Программа «Подари лес другу!» позволяет ВТБ внести весомый вклад в сохранение природных ресурсов России для будущих поколений, а также

содействовать вовлечению сотрудников и клиентов Группы ВТБ в экологическую повестку.

Как показало исследование клиентской аудитории, проведенное Банком ВТБ в июле 2022 года, по мнению клиентов:

- локальная экологическая помощь — входит в топ-3 важнейших направлений благотворительности;
- 21% респондентов готовы оказывать благотворительную помощь экологическим проектам.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

На текущий момент в проекте участвуют следующие регионы:

- Республика Мордовия;
- Республика Бурятия;
- Смоленская область;
- Волгоградская область;
- Калужская область;
- Владимирская область.

Командой проекта проводится планомерная работа по расширению географии. Ограничений по расширению нет, ведутся переговоры с государственными органами различных регионов страны по сотрудничеству и запуску инициативы.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Восстановление лесных массивов, утраченных вследствие природных и антропогенных факторов. Увеличение количества высаженных деревьев в национальных парках России в целях компенсации воздействия на окружающую среду и уменьшения углеродного следа от хозяйственной деятельности человека.

Задачи

- Вовлечение клиентов в повестку устойчивого развития (ESG).
- Увеличение благотворительных взносов клиентов и неклиентов банка, направленных на лесовосстановление.
- Популяризация проекта и воспитание ответственного поколения.

РЕЗУЛЬТАТЫ

За период с 2014 года по настоящее время в программе приняли участие свыше 1 млн человек, которые за эти годы посадили около 4 млн деревьев на 1000 гектарах в разных регионах страны. Поглощено порядка 572 793,88 тонн CO₂. Сегодня проект работает в 50 национальных парках России.

Согласно договорам с национальными парками, партнёром проводится обязательный пятилетний уход за саженцами. Проектная естественная убыль от посадок составляет до 20% от общего числа посаженных лесных культур в течение первого года и до 3% в течение каждого последующего года. После пятилетних уходов

сеянцы вырастают и имеют приоритет в воде и солнечном свете перед сорняками. В этот момент участок переходит в лесопокрытую зону.

Ответственный подход к окружающему миру и снижение влияния человека на дикую природу становятся нормой жизни, поэтому проект не только не теряет актуальности, но и развивается в новых направлениях. Так, в национальном парке «Валдайский» уже завершены работы по восстановлению леса. Именно благодаря заинтересованности и неравнодушию людей в национальном парке «Смоленское Поозерье» запустился проект по восстановлению популяции зубров, внесенных в «Красную книгу». Сегодня средства на поддержку редких животных, как и на другие наши экологические инициативы, можно в несколько кликов перечислить в ВТБ Онлайн.

Повышение уровня осведомлённости граждан поддерживается через участие в проекте, публикации в социальных сетях и репортажи в СМИ.



II место

ПАО «Сбербанк»

«Зелёный Марафон»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2012 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://greenmarathon.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

https://vk.com/green_marathon

«В 2021 году проект «Зелёный Марафон» состоял из нескольких частей: забег, мероприятия по экопросвещению и благотворительная акция.

5 июня 2021 года, во Всемирный день защиты окружающей среды, более 90 тыс. участников вышли на старт забега в 58 городах России.

Дополнительно впервые в истории проведения «Зеленого Марафона» был организован онлайн-забег. С помощью мобильного приложения «Зеленого Марафона» любой желающий мог принять участие в забеге, находясь в любой точке России. Кроме того, каждый пользователь мобильного приложения мог ознакомиться с вопросами сохранения окружающей среды, советами по сохранению здорового образа жизни и приобретению полезных экопривычек и т.д. Помимо всего прочего, участники онлайн-забега могли выбрать каждый свою дистанцию. После забега каждый километр, который пробежали участники, приравнивался к 1 рублю, который Сбер затем перечислял в адрес благотворительного фонда «Вклад в будущее»

на высадку деревьев. Всего по итогам он-лайн «Зеленого Марафона» было перечислено свыше 9 млн рублей на высадку более 90 тыс. деревьев в разных регионах России. Дополнительно Сбер направил еще 11 млн рублей на высадку 180 тыс. саженцев деревьев в девяти регионах России.

Всего в преддверии своего 180-летия, в рамках проекта «Зелёный Марафон», команда Сбера провела более 180 экологических акций по всей стране.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Развивая многолетнюю практику корпоративной социальной ответственности, следуя растущему признанию ведущей роли финансовых организаций в обеспечении перехода к более устойчивым моделям развития, а также отвечая на запросы и ожидания своих клиентов, сотрудников, акционеров, инвесторов, и общества в целом, Сбер реализовывает свой проект «Зелёный Марафон» с фокусом на продвижение ценностей здорового образа жизни, сохранение окружающей среды и эковолонтерство.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

2012 г. — 42 города России

2013 г. — 47 городов России

2014 г. — 47 городов России

2015 г. — 47 городов России

2016 г. — 47 городов России

2017 г. — 56 городов России

2018 г. — 56 городов России

2019 г. — 60 городов России

2020 г. — мероприятие отменено в связи с пандемией

2021 г. — 168 городов России (58 городов офлайн-забег и 110 городов-участников экоакции)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цели

- Повышение уровня осведомленности, получение знаний и развитие компетенций сотрудников Сбера, а также клиентов и партнеров по вопросам экопросвещения, в том числе проблематике ESG и устойчивого развития.
- Развитие системного проведения социальных и экологических общественно-значимых проектов.
- Развитие корпоративного волонтерства.
- Содействие распространению здорового образа жизни, укреплению здоровья и долголетия населения.

Задачи

- Организовать экопросветительский забег с участием сотрудников банка и населения России.

- Вовлечь аудиторию проекта в поддержку и развитие ESG–культуры и обеспечить экологический эффект от реализации проекта через благотворительную акцию.
- Сформировать положительное отношение участников к здоровому образу жизни.
- Привлечь внимание сотрудников Сбера и населения России к бережному отношению к природе.

РЕЗУЛЬТАТЫ

2012 — 20 000 участников забега;

2013 — 52 000 участников забега

2014 — 52 000 участников забега

2015 — 60 000 участников забега

2016 — 60 000 участников забега

2017 — 90 000 участников забега

2018 — 90 000 участников забега

2019 — 120 000 участников забега

2020 — отменено в связи с пандемией

2021 — 92 000 чел. участников забега, из них 22 640 сотрудники Сбербанка, 125 000 зрителей, из них 15 000 детей, 6 200 участников онлайн-забега.

Итого с 2012 по 2021 год 434 000 чел. приняли участие в забеге.

Благотворительный взнос Банка в Фонд «Вклад в будущее» на высадку 180 тыс. деревьев в честь 180-летия: сотрудники Сбера и волонтеры движения «ЭКА» (общей численностью 1166 чел.) высадили 180 000 саженцев сосны, дуба, клёна и других деревьев в девяти регионах России. Эта акция была организована в поддержку программы «Южный лесной пояс России» по высадке деревьев для борьбы с опустыниванием в южных регионах России — от Ростовской области до Республики Бурятия.

Регион	ТБ	Кол-во саженцев	Га
Алтайский край	СИББ	10000	2,5
Республика Бурятия	ББ	20000	5
Волгоградская область	ПБ	13000	6
Новосибирская область	СИББ	36000	11
Омская область	СИББ	20000	5
Ростовская область	ЮЗБ	15000	6
Самарская область	ПБ	17000	5
Челябинская область	УБ	20000	5
Псковская область	СЗБ	29000	7
ИТОГО:		180 000	52,5

<https://press.sber.ru/publications/vo-vsemimiyi-den-okruzhaiushchei-sredy-v-rossii-proshiol-zelionyi-marafon>

Поддержка международной экологической акции «Час Земли»: в день международной экологической акции «Час Земли» более 3 000 офисов Банка выключили свет с 20:00 до 21:00. В рамках внутренних коммуникаций была организована информационная рассылка на более чем 300 000 адресов, разъясняющая предысторию вопроса и рассказывающая о полезных экопривычках.

Проведение экологических акций: С 27 марта по 5 июня в регионах России было проведено 180 экологических акций под знаком «Зелёного Марафона», проведено 53 эко-лекции и мастер-классов по различным темам, собрано и направлено на переработку свыше полутонны отсортированного мусора. Все мероприятия сопровождались обучающими рассылками (более 300 000 адресатов) во внутренних ресурсах банка.

Все собранные от регистрации участников средства были направлены в Благотворительный фонд Сбербанка «Вклад в будущее» на высадку деревьев: в рамках проекта было собрано 9 000 000 рублей, которые были направлены в фонд на высадку ещё 90 000 деревьев осенью 2021 года.



III место

ОПТИКОМ

Программа проектов «Циклические сервисы»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2018 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://www.opti-com.ru/bumagovorot>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://t.me/greenopticom>

https://vk.com/ao_opticom

ОПТИКОМ является поставщиком расходных материалов, профессиональной химии и упаковки для бизнеса. Программа «Циклические сервисы» была разработана в рамках внедрения принципов циклической экономики в работу компании. Мы выделили наиболее объемобразующую номенклатуру из нашего

ассортимента и ведем работу по разработке и внедрению оптимальных способов рециркуляции ее отходов.

В настоящее время нашим клиентам доступны три проекта: Бумаговорот, Стакановорот и Канистроворот. Клиенты — участники проектов накапливают макулатуру, полипропиленовые стаканы и канистры от промышленной химии, ОПТИКОМ принимает отходы и передает на переработку, в результате которой изготавливаются новые продукты, также поступающие в ассортимент ОПТИКОМ.

Все сервисы основаны на принципе обратной логистики — отходы вывозит то же транспортное средство, что осуществляет поставку товаров. Это позволяет повысить эффективность использования нашего автопарка и существенно сократить транспортный след.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Бумаговорот — Москва и МО, Самара, Нижний Новгород.

Стакановорот, Канистроворот — Москва и МО.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цели

- Снизить влияние одноразовой упаковки и посуды на окружающую среду.
- Внедрить принципы циклической экономики в работу компании.
- Развить экологическую ответственность и поддержать политику по сохранению окружающей среды, минимизации вредных выбросов в атмосферу, сохранению природных ресурсов и иных требований действующего законодательства в сфере природопользования.
- Развить партнерские отношения в области устойчивого развития.

Задачи

- Создать клиентские сервисы, сочетающие в себе бизнес-возможности и принципы циклической экономики.
- Зациклить не менее чем 50% нашей номенклатуры и вовлечь 10% наших ключевых клиентов в программу Циклических сервисов к 2025 году.

РЕЗУЛЬТАТЫ

За время работы проекта Бумаговорот (с 2018 года)

Участников проекта 150 компаний

Всего собрали: Макулатура, кг — 169244

Сохранили Деревьев, ед — 4068

Попало в атмосферу меньше CO₂, на кг — 169244

Сберегли электроэнергии, кВт/ч — 795,48

Сохранили воды, куб. м — 5585

За время работы проектов мы получили более 1000 запросов, и каждая компания была проинформирована о важности раздельного сбора.

Участие в конференциях, бизнес-завтраках, презентация проектов на широкую аудиторию как реализованных, так и рабочих кейсов, внедряющих принципы циклической экономики. За время работы проектов, в нем приняли участие более 150 компаний, примерное количество вовлеченных и проинформированных сотрудников компаний оценивается в цифру более 5 000 человек.

Сервисы Канистроворот и Стакановорот начали пилотировать с августа 2022 года.

Собранные ПНД канистры, кг — 1102.

Собранные полипропиленовые стаканы, кг — 55.

В сдаче полипропиленовых стаканов приняло участие ориентировочно 2380 клиентов компаний, коммуникация проведена со всеми клиентами бизнеса.



III место

ПАО «МТС»

БудьЭКО (#BUD'ECO) с МТС

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2019 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

в состав проекта входит ряд экопросветительских сайтов:

Проект «Детям о планете» (экоурок МТС «Кто такой экотурист и зачем ему смартфон») — Экотурист (xn--80aegdhqhwffes2b0h.xn--p1ai)

ECOchallenge с МТС — ECOchallenge с МТС (mts.ru)

День экологии с МТС — Будь ЭКО с МТС (mts.ru)

ЭКОкалькулятор МТС — Калькулятор экологического следа (mts.ru)

Поколение М — «Поколение М» — творческий благотворительный проект для детей всей России! (mts.ru)

МТС Медиа — онлайн-платформа МТС с просветительским и образовательным контентом, в т.ч. по эконаправлению (media.mts.ru)

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Проект «БудьЭКО (BUD'ECO) с МТС» совмещает опыт и экспертизу компании в создании инновационных и технологичных продуктов, большой социальный потенциал сотрудников, которые выступают идейными вдохновителями и драйверами экопросветительских проектов, а также запрос регионов присутствия МТС в практической реализации знаний, полученных в рамках тематических мероприятий.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Проект реализуется на всей территории присутствия Группы МТС. С 2020 года экопросветительские мероприятия проводятся не только в офлайн-формате, но и в онлайн-формате, что позволяет присоединяться к ним партнеров, сотрудников дочерних организаций и членов их семей.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Основная цель проекта «БудьЭКО (BUD'ECO) с МТС» — формирование культуры осознанности среди сотрудников и населения, а также активная поддержка ESG-трансформации внутренних процессов компании и дочерних структур за счет внедрения принципов экологической ответственности и экономики замкнутого цикла в корпоративные и бизнес-процессы Группы МТС.

Задачи

1. Повышение степени осведомленности участников проекта о необходимости рационального использования природных ресурсов и преимуществах раздельного сбора отходов.
2. Раскрытие роли современных цифровых технологий в вопросах экологии, эковолонтерства и экотуризма.
3. Популяризация экологически ответственного и осознанного поведения и формирование экологических ценностей среди населения.
4. Создание теоретической и практической базы знаний о преимуществах раздельного сбора отходов (PCO) и использовании продукции из переработанных отходов.

РЕЗУЛЬТАТЫ

По направлению программы экопросвещения:

- более 15 тыс. человек охвачено экопросветительскими программами МТС за последние 2 года;
- свыше 500 экоуроков в 300+ образовательных и социальных учреждениях по всей России проведено, в том числе силами волонтеров-сотрудников Группы МТС.

По направлению внедрения раздельного сбора отходов и принципов экономики замкнутого цикла в офисах Группы компаний по всей России:

- свыше 177 тонн вторсырья, включая 3 106 кг батареек, 650 кг пластиковых отходов и 82 тонны макулатуры передано на переработку;
- свыше 400 кг телефонов и другой мелкой электронной техники передано на утилизацию за 6 мес. реализации пилотного проекта;
- 197 тонн цветных и 286 тонн черных металлов передано на переработку (с 2018 года);
- 356 ед. списанной офисной деревянной мебели в нерабочем состоянии передано на переработку для производства вторичного ДСП;

- 100% закупочных процедур МТС проводятся в электронном виде через модуль ЭДО (электронный документооборот) ИТ-системы Oracle Sourcing (среди контрагентов, у которых имеются соответствующие ИТ-системы);
- 19,5% (не менее 500 тыс. листов) бумаги и 87,7% картриджей в год экономится благодаря широкому внедрению ЭДО.

Результатом экопросветительских мероприятий МТС стало повышение уровня экологической культуры в регионах присутствия Группы, вовлечение широкого круга добровольцев в волонтерскую деятельность.

1. Участники комплексного экопросветительского проекта по различным коммуникационным каналам получают практические знания и навыки ответственного отношения к природе, раздельного сбора отходов, экотуризма и эковолонтерства.

2. Благодаря возможностям современных технологий реализация проекта масштабирована на территории РФ.

3. Создана теоретическая и практическая база знаний о преимуществах раздельного сбора отходов, использования продукции из переработанных отходов.



III место

АО «Объединенная металлургическая компания» (АО «ОМК»)

Развитие экологического волонтерского движения в городах присутствия ОМК

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с января 2022 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://old.omk.ru/values/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: t.me/s/omk_official

Новое экодвижение — часть системной работы ОМК по снижению влияния промышленного производства и деятельности человека на природу, созданию комфортной городской среды и экологическому просвещению. Компания активно инвестирует в охрану окружающей среды, добровольчество, социальные программы, поддержку местных сообществ в регионах своего присутствия. В 2021 году она направила на эти цели 2,6 млрд рублей.

По инициативе выксунского завода ОМК совместно с Министерством экологии и природных ресурсов Нижегородской области, компанией «Эколант» и администрацией Выксы подписан меморандум о целях устойчивого развития в области экологической безопасности и ответственного отношения к окружающей среде. Это одно из первых подобных соглашений в промышленном секторе России.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Одним из традиционных направлений работы волонтеров ОМК является реализация природоохранных проектов. Это восстановление тысяч гектаров лесов в Нижегородской области, пострадавших от пожаров 2010 года, очистка природных территорий в Подмоскowie и в заповедниках Челябинской области, благоустройство водоемов в Республике Башкортостан, очистка прибрежных зон рек в Пермском крае и другие проекты. С запуском собственного экологического волонтерского движения эта работа вышла на новый уровень, потому что объединила жителей городов и сотрудников предприятий. Люди получили обучение в сфере экопроектирования, необходимые ресурсы для своих инициатив. По условиям участия проекты волонтеров ОМК должны были соответствовать системной работе компании по снижению влияния производства и деятельности человека на природу, созданию комфортной городской среды и экологическому просвещению.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Проект федерального значения. Экологическое волонтерское движение запущено на всех площадках группы компаний ОМК (55 экоинициатив поддержано в 10 регионах. Города: Белгород; Черемхово, Иркутская область; Выкса, Нижегородская область; Челябинск, пос. Новосинеглазово; Чусовой, Пермский край; Благовещенск, республика Башкортостан; Саратов, пос. Увек; Владимир; Красноуфимск).

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Развить в городах и поселках, где работает компания, широкомасштабное волонтерское движение, направленное на охрану окружающей среды, повысить экологическую культуру жителей города, развить межсекторное взаимодействие (между местными сообществами, предприятиями, администрациями) для решения актуальных экологических проблем (снижение выбросов парниковых газов, ответственное потребление, работа с твердыми коммунальными отходами, сохранение биоразнообразия, раздельный сбор мусора).

Долгосрочные цели компании

Сформировать устойчивую экологическую культуру у жителей городов, где находятся предприятия компании (внедрить раздельный сбор отходов, работу с твердыми коммунальными отходами, снизить выбросы парниковых и углекислых газов).

Краткосрочные цели компании

Снизить неблагоприятные антропогенные условия в городах присутствия компании силами местных сообществ (некоммерческие, муниципальные организации, волонтеры, сотрудники компании).

Экономические финансовые цели проекта

Снизить затраты на решение локальных экологических проблем в городе. Часть актуальных проблем в городе решается силами волонтеров, некоммерческих, муниципальных организаций с привлечением местных администраций и СМИ.

Социальные цели проекта

Вовлечь местные сообщества, некоммерческие организации в городскую эко-повестку, создать экологические кластеры в малых городах и поселках, где работают предприятия ОМК; повысить экологическую культуру жителей города, сотрудников компании; разработать механизмы решения экологических проблем местными сообществами на территориях присутствия компании; привлечь к решению местные администрации, региональные министерства природопользования, министерства экологии; реализовать информационную кампанию на федеральном, региональном, местных уровнях, в корпоративных СМИ, включая финансирование экофестиваля «Рок Чистой воды» в Нижнем Новгороде 30-31 июля с участием музыкантов, экологов, волонтеров; провести обмен лучшими экологическими практиками во время Слета эковолонтеров.

Задачи

1. Сформировать экологическое мышление у жителей городов, где находятся предприятия компании.
2. Решать экологические проблемы, привлекая различные заинтересованные стороны в городе (администрации, некоммерческие, муниципальные, государственные организации, сотрудники компании, СМИ).
3. Проводить мероприятия, направленные на решение экологических проблем в городе.
4. Подготовить и обучить эковолонтеров (обучающие семинары).
5. Предоставить возможность жителям города заявить о собственных экологических идеях и получить дальнейшую финансовую поддержку на их реализацию.
6. Консолидировать результаты проекта, подготовить рекомендации по дальнейшему развитию и масштабированию в других регионах страны.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные результаты

1. 77 экоинициатив подано на конкурс.
2. 55 экоинициатив поддержано в 10 регионах, где присутствуют предприятия компании (19 от НКО, реализующих экологические волонтерские инициативы совместно с сотрудниками предприятий, 36 от волонтеров — сотрудников компании).
3. Более 40 публикаций в региональных и федеральных СМИ. Ожидается более 100 публикаций.
4. Большая часть проектов направлена на благоустройство и озеленение территории, уборку природоохранных зон, территорий города (озеленение — 14 проектов; уборка территории города\природоохранных зон\рек и озер от мусора — 28 проектов; экопросвещение – 7 проектов; работа с вторичными материальными ресурсами — 3 проекта; сбор батареек — 1 проект; сохранение биоразнообразия — 2 проекта), зоозащита — 1 проект.

5. Более 300 волонтеров приняли участие в экомероприятиях (ожидается участие 500 волонтеров, сотрудников компании).

6. Более 50 тонн мусора собрано в городах присутствия ОМК, убрана территория 2000 кв. м.

7. Один проект «Школа эковолонтеров» масштабировался в грантовом конкурсе Фонда президентских грантов и получил софинансирование 999 400 руб. в моногород Чусовой.

8. Проведен экофестиваль «Рок чистой воды» в Нижнем Новгороде.

9. Эковолонтер из моногорода Выкса с проектом «Бумаги.net» стал победителем премии «Героям — быть» в номинации «Оберегая планету» за работу по эко-просвещению и переработку макулатуры.

Качественные результаты

1. Снижение экологической напряженности в городах присутствия компании. Вовлечение местных жителей в решение экологических проблем.

2. Привлечение внимания общественности, СМИ к экологической ситуации в малых городах и поселках.

3. Вовлечение местных администраций, волонтеров, бизнеса, некоммерческих организаций в совместное решение экологических проблем городов и поселков.

Специальная номинация

«Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства»

Номинация Форума Доноров в коллаборации с проектом «Форум меценатов будущего»

Екатерина Светличная

Директор по спецпроектам Форума Доноров

Поддержка проектов в области культуры остается в приоритетах стратегий социальной ответственности компаний, приверженных развитию регионов присутствия. И это очень отраднo, так как демонстрирует четкое понимание бизнесом того, что культурно обогащенная среда, предоставляющая возможности для творческой самореализации и развития граждан, повышает уровень счастья, содействует стабильности и благополучию. Компании, приславшие заявки на конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности» в номинации «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства», назвали поддержку культуры неотъемлемой частью своих стратегий. При включении данного направления в собственные стратегии компании декларируют ориентирование на лучшие международные стандарты и глобальные цели устойчивого развития, принятые ООН. Проекты компаний направлены на создание устойчивых городов и населенных пунктов и повышение благополучия граждан, проживающих в них.

Форумом Доноров разработан проект «Форум меценатов будущего», который получил грантовую поддержку Президентского фонда культурных инициатив. В рамках проекта запланирована работа Клуба меценатов, где с представителями донорского сообщества будут встречаться ведущие деятели и эксперты культуры из Москвы и регионов, пройдет серия бенч-маркинг сессий, включая участников номинации, для обмена опытом по реализации программ благотворительной и меценатской поддержки культуры и искусства, будет выпущен подкаст о роли частных филантропов в развитии культуры современной России и о связи и ответственности их деятельности с традициями меценатства дореволюционной России. Также запланирован анализ действующего российского законодательства на предмет регулирования меценатской и филантропической деятельности, с целью его усовершенствования для стимулирования увеличения притока частных средств в поддержку культуры в России.

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2007 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://museums.severstal.com/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/museums.severstal>

<https://www.youtube.com/channel/UChTzUJCjChwBhxJfAX7Kopw>

Русский Север — родина компании «Северсталь». Здесь сосредоточено большинство российских предприятий и проживает значительная часть работников компании. Многообразие историко-культурного наследия — важнейший ресурс социального и экономического развития Русского Севера. Являясь частью социально-экономического ландшафта региона, компания «Северсталь» считает социальные инвестиции в Русский Север важным элементом своей ответственности и вкладывает свои ресурсы, технологии и опыт в сохранение и развитие социального и духовного капитала этого края. Благотворительная программа «Музеи Русского Севера» с 2007 года проводится в рамках одного из приоритетных направлений благотворительной деятельности компании «Северсталь» — поддержки и развития отечественной культуры.

Программа ориентирована на актуализацию историко-культурного наследия Русского Севера, выявление лучших проектных инициатив региональных музеев, повышение профессионального мастерства музейных работников.

Программа стала дополнительным инструментом поддержки региональных музеев для возрастания их социального статуса, расширения культурно-образовательных функций, мотивации на поиск новых форм социально-культурной деятельности в эпоху глобальных перемен. Дизайн программы включает в себя линейку различных инструментов поддержки: финансовых, образовательных, экспертных.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

В своей благотворительной деятельности, как части КСО-стратегии, «Северсталь» привержена принципам устойчивого развития в соответствии с лучшими международными стандартами. Идеи устойчивого развития интегрированы в текущую деятельность «Северстали» и ориентированы на глобальные Цели устойчивого развития, принятые ООН. Все программы и проекты компании

направлены на инициирование и поддержку долговременных позитивных изменений в регионах присутствия.

В программе «Музеи Русского Севера» сохранение культурного наследия становится инструментом развития территории.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Программа «Музеи Русского Севера» действует в 12 регионах — республиках Карелия и Коми, Пермском крае, Архангельской, Вологодской, Кировской, Костромской, Ленинградской, Мурманской, Новгородской и Псковской областях, Ненецком автономном округе.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель благотворительной программы «Музеи Русского Севера» — сохранение уникального культурного наследия территорий присутствия ПАО «Северсталь» и содействие устойчивому развитию местных сообществ через поддержку региональных музеев и музейного дела, возрастания их социальной роли, расширения просветительских и образовательных функций, мотивации к поиску новых форм социокультурной деятельности в местных сообществах.

Задачи

- Оценка потребностей территорий с точки зрения состояния и перспектив развития музейного дела как сферы социокультурного сервиса и региональной культурной политики.
- Выявление и поддержка лучших музейных проектов, способствующих улучшению социального самочувствия, укреплению культурной идентичности и вовлечению местных сообществ в систему музейной деятельности.
- Стимулирование профессионального и творческого роста регионального музейного сообщества.
- Реализация коммуникационных возможностей музеев, расширение межмузейного сотрудничества и партнерских отношений с другими культурными и образовательными учреждениями.

При решении данных задач команда программы придерживается нескольких ключевых принципов:

- Комплексный подход — использование широкого спектра моделей и инструментов: информационных, образовательных, конкурсных. Ориентация на практические результаты и их долгосрочное воздействие.
- Экспертная поддержка — создание возможностей для непрерывной экспертной поддержки через такие инструменты, как тревел-гранты, стажировки, экспертное сопровождение реализации проектов и др.
- Развитие горизонтальных коммуникаций — усиление возможностей для знакомства с региональным опытом и создания устойчивого обмена опытом и общения между участниками программы.

- Прозрачность и открытость: реализации программы, процессов принятия решений и взаимодействия с заинтересованными сторонами.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные результаты демонстрируют результаты программы по всем ее компонентам за разные годы реализации.

Конкурс на получение гранта: С 2007 года на участие в грантовом конкурсе «Музеи Русского Севера» было подано 516 проектных заявок. Финансовую поддержку получили 100 проектов на сумму около 33,3 млн рублей. В 2021 году на грантовый конкурс подано 50 заявок. Победителями стали 14 музеев.

Конкурс проектных идей проводится с 2017 года как первый, предварительный и необязательный к участию этап грантового конкурса. Участие в конкурсе позволяет протестировать актуальность и реалистичность самой идеи будущего проекта, получить обратную связь экспертов. Победители получают индивидуальную консультационную поддержку членов Экспертного совета программы по доработке проектной идеи (до 4-х онлайн-встреч). Заявка принимается по упрощенной форме и не требует детальной проработки.

С 2017 по 2021 год: количество поданных заявок — 222, количество победителей — 108. Онлайн-консультации в 2021 году получили 22 музея-победителя.

Конкурс тревел-грантов проводился с 2015 по 2019 год. С 2020 года по настоящее время в связи с пандемией не проводился, и был заменен на «Конкурс на дистанционное и онлайн-обучение». На конкурс принимались заявки на участие музейных специалистов в профессиональных мероприятиях (конференциях, семинарах, форумах и т.п.) на территории РФ, включая стажировки и курсы повышения квалификации. Количество поданных заявок — 595, количество победителей — 273 человека, количество музеев, принявших участие в программах обучения и профессиональных событиях, — 130.

Конкурс на дистанционное и онлайн-обучение — реализован в 2020-2021 гг. Позволяет пройти профессиональные программы повышения квалификации и переподготовки в самостоятельно выбранных лицензированных образовательных организациях, углубить знания и компетенции исходя из понимания внутреннего развития музейного сотрудника, а также целей и приоритетов музея. За два года реализации Конкурса было подано 92 заявки, 73 человека из 42-х музеев прошли обучение.

С 2015 года программа реализует и собственное **образовательное направление**, как в онлайн, так и в очном формате. В 2015 году был проведен Форум «Музеи в туризме: стратегии и опыт» в Череповце (62 участника); в 2016 году состоялись две Лаборатории «Музей — турфирма: технологии партнерства», в Петрозаводске и Вологде (26 участников); с 2017 по 2019 год проходили Проектные лаборатории «Сделано в музее» (39, 27 и 20 участников соответственно). С 2020 года направление перешло в онлайн-формат и была открыта образовательно-просветительская программа «Музеи русского Севера 20/21» (287 регистраций, полностью завер-

шили обучение 59 человек). В дистанционном формате состоялась серия из 20 видеолекций, онлайн-встреч и экспертных консультаций по ключевым аспектам деятельности и развития музеев. Например, методы фандрайзинга для музеев, аспекты выставочной деятельности, сторителлинг, игровые и интерактивные практики и многое другое.

В 2021 году направление продолжилось онлайн-интенсивом «Социокультурное проектирование — ресурс развития музея» с фокусом на повышение уровня проектной культуры, в первую очередь музейщиков малых городов и сёл.

Интенсив объединил теоретическую подготовку и практическую работу в малых группах под руководством кураторов. За три дня 68 сотрудников музеев прошли через 9 интерактивных сессий и 4 практикума, совместно придумывали новые проектные идеи, учились основам маркетинга, работе в социальных сетях и многому другому.

Также 847 подписчиков программы ежемесячно получают дайджест и рассылки с новостями программы и полезной для профессионального развития информацией. Это профессионалы музейного сообщества, которые участвовали в каком-либо компоненте программы «Музеи Русского Севера» за время ее реализации. Ежемесячный дайджест — это новости программы и проектов-победителей, анонсы значимых музейных профессиональных событий, подборка полезных материалов по актуальным направлениям работы с материальным и нематериальным наследием, цифровизации музеев, развитию программ доступности музеев, программам работы с подростками и другие.

Ключевыми социальными результатами реализации программы являются:

- создание дополнительных финансовых и образовательных возможностей для развития музейного дела как сферы социокультурного сервиса и региональной культурной политики;
- повышение уровня компетенций представителей регионального музейного сообщества;
- расширение межмузейного сотрудничества и партнерских отношений с другими культурными и образовательными учреждениями;
- повышение информированности представителей регионального музейного сообщества об опыте коллег и адаптации к меняющимся реалиям.



II место

Золотодобывающая компания «Полюс»

Конкурс региональных театральных коллективов «Полюс. Золотой сезон» и его финал в рамках регионального представления международного фестиваля «Территория»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2016 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<http://theatre.polyusgold.com/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: https://www.youtube.com/watch?v=WkK97dAro9g&list=PLiuhVB0bq2NfDMO-cThYHyuCFzSLa_uWo

https://vk.com/pao_polyus

Компания «Полюс» реализует различные социально значимые мероприятия в области культуры и искусства. Ежегодный конкурс «Полюс. Золотой сезон» проходит с 2016 года среди театральных коллективов всех четырёх регионов присутствия компании «Полюс»: Красноярского края, Республики Саха (Якутия), Иркутской и Магаданской областей. Основная миссия конкурса — распространение общечеловеческих ценностей посредством театрального искусства, а также сохранение и развитие местной театральной школы. Жюри не раз отмечало, что профессиональный уровень театров Сибири и Дальнего Востока нисколько не уступает известным федеральным творческим коллективам. Завершается конкурс региональным представлением международного фестиваля «Территория» в Красноярске, Магадане, Иркутске или Якутске.

Проект способствует развитию социокультурной среды в регионах присутствия, повышению привлекательности данных регионов, как с точки зрения туризма, так и формирования новых центров притяжения для населения.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Реализация корпоративной стратегии устойчивого развития в части реализации собственных долгосрочных социальных программ, направленных на поддержку местных сообществ.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Регионы присутствия золотодобывающей компании «Полюс»: Красноярский край, Иркутская и Магаданская области, Республика Саха (Якутия).

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Развитие социокультурной среды в регионах присутствия. Поддержка Национальных целей развития России до 2030 года в рамках национального проекта «Культура», а именно:

- возможности для самореализации и развития талантов;
- создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций;
- увеличение числа посещений культурных мероприятий;
- формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, основанной на принципах справедливости, всеобщности и направленной на самоопределение и профессиональную ориентацию всех обучающихся.

Задачи

- Поддержка региональных театров как социокультурных центров, и на их базе создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности.
- Повышение привлекательности данных регионов, в том числе с точки зрения развития внутреннего туризма, увеличение количества зрителей в театральных учреждениях.
- Формирования новых центров притяжения для жителей малонаселенных территорий Восточной Сибири и Дальнего Востока
- Создание позитивного имиджа компании в глазах действующих и потенциальных сотрудников.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Проведено 6 фестивалей в четырех регионах присутствия, каждый посетили около 4000 зрителей.

Общее количество собранных и обработанных заявок на конкурс «Полюс. Золотой сезон» за период 2016–2022 годы – 200. Из них победителями стали 55 театральных коллективов, включая 3 коллектива Народных театров, получивших специальный приз (поездка на фестиваль для повышения профессионального мастерства).

Общая сумма выданных грантов за период проведения конкурсов с 2016 по 2022 год — 42 млн рублей. Из них на внутренние нужды театров было израсходовано 17,8 млн рублей, включая расходы на образовательные программы и поездки на профильные мероприятия помимо фестиваля «Территория» — 1,6 млн рублей.

Чаще всего получали призовые места в шорт-листе театры из Красноярского края (24 раза призовое место занимал театр из Красноярского края). Это обусловлено более плотной концентрацией театров в регионе и большее количество заявок. В разные годы гранты получали театры из Красноярска, Ачинска, Лесосибирска, Минусинска, Мотыгино, Норильска и Шарыпово.

Якутские театры получили 14 призовых мест (театры Якутска и Мирного).

Театры из Иркутской области получили 8 призовых мест (театры Иркутска и Черемхово).

Магаданские театры получили 6 призовых мест (ежегодно хотя бы один магаданский театр входил в шорт-лист).

Ежегодно по итогам конкурса и фестиваля проходят пресс-конференции, общее число публикаций от 150 до 200 в СМИ федерального и регионального уровня.

В официальных социальных сетях «Полюса» охват публикаций по конкурсу и фестивалю доходит до 15000 уникальных пользователей.

Социальные результаты

- Сформированы новые социокультурные центры в регионах проведения проекта.
- Сформирована культура проведения фестивалей федерального уровня в регионах Восточной Сибири и Дальнего Востока.
- Расширен спектр туристической привлекательности данных регионов.
- Снижен отток населения (по данным региональных администраций).



Металлоинвест

III место

Компания «Металлоинвест»

Культурная платформа «АРТ-ОКНО»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2017 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

Раздел на сайте БФ «Искусство, наука и спорт» Культурная платформа АРТ-ОКНО (artscienceandsport.com)

Сайт проекта Главная — Культурная платформа АРТ-ОКНО (artknofest.ru)

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

Фонд «Искусство, наука и спорт» | ВКонтакте (vk.com)

Фонд «Искусство, наука и спорт» | Группа на ОК.ru | Вступай, читай, общайся в Одноклассниках!

Telegram: Contact @asasfond

Культурная платформа АРТ-ОКНО — YouTube

Развитие городов является одним из ключевых приоритетов Компании «Металлоинвест». Это неотъемлемая часть бизнес-стратегии, основанной на принципах устойчивого развития.

Программа социальных инвестиций «ВМЕСТЕ!» — это программа, в которой будущее строится вместе с жителями. Мы делаем наши города привлекатель-

ными и комфортными для жизни. Программа охватывает шесть направлений, ориентированных на решение актуальных социальных проблем.

Ряд направлений программы, включая «ВМЕСТЕ! С культурой», «ВМЕСТЕ! Со спортом» и «ВМЕСТЕ! С заботой», реализуются в партнерстве Компании и Благотворительного фонда «Искусство, наука и спорт». Партнерские проекты Металлоинвеста и Фонда ИНИС направлены на трансформацию промышленных городов, которая включает повышение качества жизни, создание комфортной городской среды и предоставление новых возможностей для активных людей, готовых менять жизнь города к лучшему. Общими усилиями создается мощный импульс для развития регионов.

Поддержка культуры и искусства реализуется в рамках партнерского проекта «Культурная платформа АРТ-ОКНО».

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ ИНИЦИИРОВАНИЯ ПРОГРАММЫ

Мы хотим, чтобы жить в наших городах было комфортно, а такие сферы, как образование, медицина, культура находились на уровне региональных и федеральных центров.

Создание благоприятной среды — это ответ на традиционные для небольших городов проблемы и фактор долгосрочной устойчивости.

Мы видим, что требования людей к социально-культурной среде, в которой они живут, постоянно растут.

Чтобы высококвалифицированные кадры не уезжали, а молодые перспективные сотрудники стремились приехать и остаться жить в городе, необходимо создавать здесь современные городские пространства, наполнять календарь яркими, качественными событиями.

У жителей наших городов есть высокий спрос как на участие в культурных событиях мирового и российского уровня, знакомство с лучшими трендами в области культуры и искусства, так и на развитие собственных творческих компетенций. Растёт количество лидеров, готовых оставаться жить и творить в малых городах, менять их культурную повестку и заниматься развитием. Для этого необходимы новые форматы, ресурсная поддержка, обучение.

Предоставление равных возможностей жителям регионов в области культуры является одним из основополагающих факторов инициации программы «АРТ-ОКНО».

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Белгородская, Курская и Оренбургская области

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

- Содействовать развитию городской культурной среды.
- Создавать и запускать процессы позитивных изменений в городах присутствия Компании.

- Формировать культурную повестку через реализацию собственных проектов и поддержку локальных инициатив.
- Объединять лидеров городских изменений, выстраивать их коммуникации и взаимодействие.

Задачи

- Развитие, поддержка и объединение творческой молодежи, активных горожан и специалистов в сфере культуры.
- Повышение активности культурной жизни в городах Новотроицке, Старом Осколе, Губкине и Железногорске через вовлечение аудитории в новые локальные инициативы.
- Выявление и поддержка инициатив в области культуры и искусства.
- Стимулирование создания инновационных, актуальных, социально значимых и устойчивых культурных проектов.
- Осуществление образовательных и просветительских программ по социокультурному проектированию и развитие профессиональных компетенций местных сообществ.
- Проведение грантовых конкурсов, культурных проектов, зрительских мероприятий, масштабных городских фестивалей.
- Формирование ядра «оживителей культуры» города из числа активных участников грантового конкурса.

РЕЗУЛЬТАТЫ

2020 год

Перечень мероприятий:

- гастроль ГААНТ имени Игоря Моисеева в Новотроицке;
- выставка «Шедевры русской живописи из собрания отдела личных коллекций ГМИИ им. А.С. Пушкина» в Белгороде;
- выставка собрания Русского музея «Выход из тени. Женщины в истории русского искусства XVIII–XX веков»;
- выставка «Шедевры русской живописи из собрания отдела личных коллекций ГМИИ им. А.С. Пушкина» в Оренбурге;
- премьера спектакля выпускника режиссёрского факультета Российского института театрального искусства (ГИТИСа) Тимура Галеева «Долина аистов» в Старом Осколе.

Количественные показатели:

- 50000 посетителей выставок и концертов в регионах;
- 2325 участников образовательных программ по социальному проектированию в сфере культуры;
- 132 обладателя сертификатов о прохождении обучения;
- 200 участников конкурса «Золотые таланты»;
- 159 мастер-классов в рамках конкурса «Золотые таланты».

2021 год

Перечень мероприятий:

- спектакли и концерты от лучших коллективов страны (Государственный академический Мариинский театр, Национальный филармонический оркестр России, Денис Мацуев, ГААНТ им Моисеева, Государственный оркестр «Виртуозы Москвы», Оренбургский государственный академический русский народный хор, Балет Аллы Духовой ТОДЕS, Московский драматический Театр на Бронной, Академический Малый драматический театр — Театр Европы);
- сотрудничество Продюсерским центром Андрея Кончаловского;
- фестиваль современного искусства «Трансформация» в городе Железногорске, фестиваль поэзии «Сплав» в городе Старый Оскол, кинофестиваль «Я, Город» в городе Губкине;
- выставка Государственного Русского музея «Выход из тени. Женщины в истории русского искусства XVIII — XX веков» в Оренбурге;
- выставка «Предмет — Образ — Смысл. Западноевропейский натюрморт XVII–XIX веков из собрания ГМИИ им. А.С. Пушкина» в Белгороде и Курске
- и многое другое.

Количественные показатели 2021 года:

- 66000 посетителей выставок и концертов в регионах;
- 4000 бесплатных выставочных билетов на сайте «Арт-окна»;
- 25 бесплатных выездных экскурсий;
- 20 образовательных мероприятий (лекции и мастер-классы художников, поэтов, издателей, сценаристов и режиссёров);
- 44 мероприятия в рамках фестивалей (поэтические чтения, музыкальные выступления, арт-шествие, аудиопроменады, перформансы и т.д.);
- 50+ участников фестивалей (творческих коллективов, музыкантов, художников, поэтов и режиссёров);
- 5000 зрителей на городских фестивалях;
- 9 короткометражных фильмов, 4 спектакля, 20 арт-костюмов и 1 арт-объект (выставлен в арт-пространстве Цикорий г. Железногорска) созданы в рамках фестивалей, через гранты, мастер-классы и конкурсы;
- 8 кинопоказов;
- 1 100 зрителей;
- 5000 участников образовательных программ по социальному проектированию в сфере культуры;
- 87% новых участников образовательных программ;
- 185 обладателей сертификатов о прохождении обучения;
- 1658 просмотров видеокурса;
- 300 участников конкурса «Золотые таланты»;
- 154 заявки на грантовую поддержку;
- 29 победителей грантового конкурса;

- 22000 участников и благополучателей проектов грантового конкурса;
- 414 специалистов привлечено к реализации проектов.

Социальные результаты

Спектр усилий во второй год пандемии был направлен на поддержку партнёров, позволяющую культурным институциям держаться «на плаву» вне зависимости от внешних факторов. Несмотря на то, что 2021 год стал годом как новых открытий, так и потрясений, Компания «Металлоинвест» и Фонд «Искусство, наука и спорт» предоставили всем своим партнёрам и благополучателям возможности для профессионального и творческого роста. Прошедший год стал жёстким для культурных учреждений, временно потерявших своего зрителя из-за ограничений и запретов. Именно внешняя меценатская поддержка, которую оказывает Фонд «Искусство, наука и спорт», дала возможность институциям в области культуры и искусства пережить это время и развить новые компетенции, инициировать интересные проекты.

Фонд продолжил уделять особое внимание социокультурному развитию малых городов. В 2021 году было проведено два грантовых конкурса, нам поступило рекордное количество заявок. Основной результат — выявление и развитие устойчивых инициативных групп, профессиональных сообществ и городских лидеров мнений, способных в среднесрочной перспективе самостоятельно решать локальные социальные задачи, обладающих навыками социального проектирования и самостоятельного привлечения ресурсов на решение актуальных городских вопросов.



**КАЖДЫЙ
ВАЖЕН**



ЦЕНТР
ТОЛЕРАНТНОСТИ

«Культура.Inc» — геймифицированная онлайн-платформа, которая учит сотрудников и волонтеров культурных площадок корректной коммуникации с людьми с инвалидностью. Проект «Культура.Inc» реализует подход «человеческой инклюзии», когда в основу создания доступной среды, ставится подготовка компетентных сотрудников и волонтеров, которые смогут корректно взаимодействовать с людьми с инвалидностью на всех этапах их сопровождения. Обучение построено в формате case-study. Кейсы-комиксы отражают типовые ситуации взаимодействия с людьми с инвалидностью в стенах учреждений культуры. Вместе с героями — Артемом и Софией пользователю нужно выбрать наиболее верный вариант поведения. С момента запуска платформы в 2020 году на ней прошли обучение более 50 000 пользователей из 1500 культурных площадок 84 регионов РФ. В основе «Культуры Inc» — авторская технология Центра «Diversity Guide», которая применяется для разных обучающих задач. Так, на ее основе было реализовано онлайн-обучение персонала Чемпионата мира по футболу в России 2018 FIFA поведению, свободному от дискриминации.

Комплексная антибуллинговая программа «Каждый важен».

«Каждый важен» рассматривает травлю как системную дисфункцию группы. Главный фокус программы — свидетели, большинство детей в классе, позиция которых и позволяет существовать травле. Главная цель программы — создать в классе, школе систему гуманистических ценностей, норм и правил, нетерпимых к проявлениям буллинга и любых форм насилия.

Программа адресована:

- школьникам: для них реализуется серия занятий, посвященных эмпатии, ассертивности, умению поддерживать, признавать и ценить различия и др.;
- педагогам: программа повышения квалификации «Каждый важен: интерактивные методы профилактики травли в школе»;
- родителям: информационные буклеты, программа подготовки родительского актива.

Каждый важен для компаний. К сожалению, травля – это не исключительно подростковая проблема, мы сталкиваемся с ней не только в школе, но и на работе. Для решения этой проблемы в рабочих коллективах Центр предлагает ряд решений:

- инновационная обучающая технология — интерактивный форум-спектакль «Лишний»;
- информационные материалы для руководителей и сотрудников;
- просветительский тренинг «Работа или стая» для сотрудников.

Еврейский музей и центр толерантности представляет программу лояльности «Друг музея».

Программа объединяет тех, кто хочет быть в курсе самых интересных событий, любит искусство и ценит все, что связано с исторической памятью.

Карта «Друг музея» — это возможность бесплатного посещения выставок без очереди, специальные условия на участие в образовательных программах, скидки в кошерном кафе «Ришон», Лавке музея и Детском центре.

Становясь другом музея, вы помогаете нам развиваться и воплощать в жизнь культурные и просветительские проекты.

