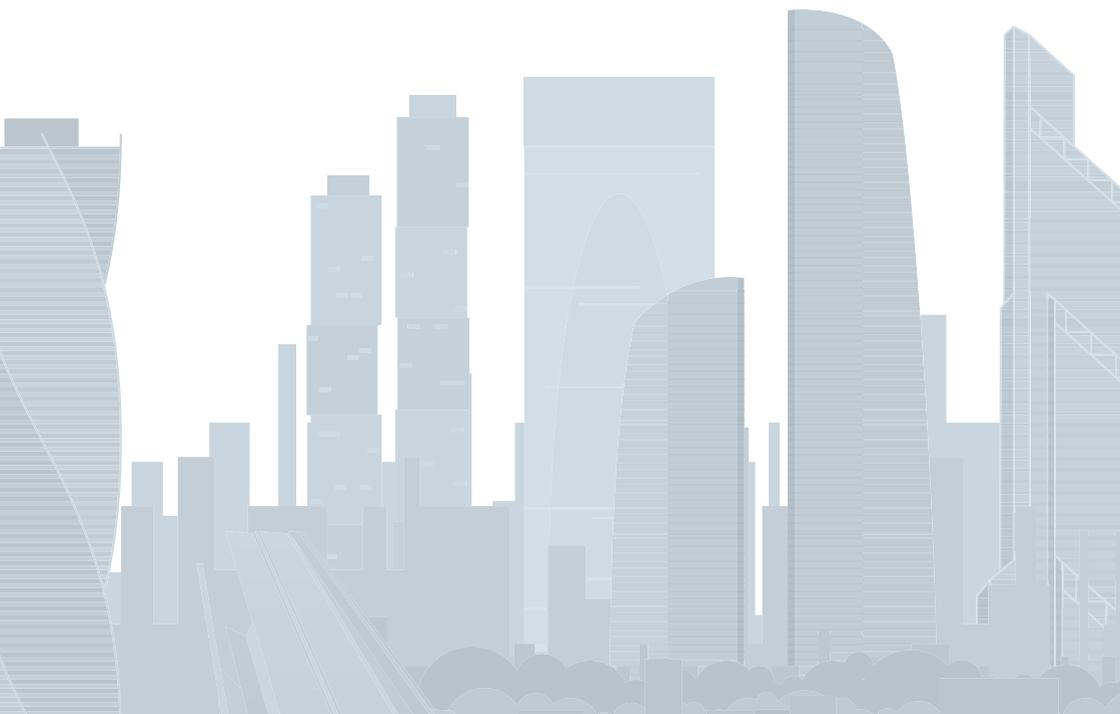




ЛИДЕРЫ
КОРПОРАТИВНОЙ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

ВСЁ О ЛИДЕРАХ

2021



СИБУР



ЗА 5 ЛЕТ ПРОГРАММЫ:

700

социальных проектов

5 000+

сотрудников участвует в программе
корпоративного волонтерства

250 000+

участников программы
«Формула хороших дел»



Партнеры:

**ТЕАТР
НАЦИЙ**

художественный руководитель
народный артист России
Евгений Миронов

T Территория

**СТАЛЬНОЙ
ХАРАКТЕР**
экстремальные забеги

**МОСКОВСКИЙ
МУЗЕЙ ДИЗАЙНА
MOSCOW DESIGN
MUSEUM**



ЛИДЕРЫ

КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

**ЛИДЕРЫ
КОРПОРАТИВНОЙ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ**

2021

Всё о лидерах 2021: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2021». — М.: Форум Доноров, 2021.

Издание подготовлено по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2021», который реализует Ассоциация грантодающих организаций «Форум Доноров». Партнерами проекта являются ИД «Коммерсантъ» и компания EY в России.

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: Александра Болдырева, Светлана Саркисова

Дизайн и верстка: Иван Петрович

Корректор: Светлана Левина

Над сборником работали: Юрий Благов, Ольга Вохмянина, Наталья Кошелева,

Светлана Саркисова, Ирина Соколова, Марина Шилина

© Форум Доноров, 2021



Качество продуктов,
Качество жизни

«Нестле» – крупнейшая в мире компания-производитель продуктов питания и напитков, эксперт в области правильного питания и здорового образа жизни. В России и Евразии «Нестле» занимает ведущие позиции в большинстве категорий, где присутствует её продукция: растворимый и капсульный кофе, готовые завтраки, кулинария, детское питание, кондитерские изделия и корма для домашних животных.

Деятельность компании осуществляется в рамках концепции корпоративной социальной ответственности «Создание общих ценностей», что предполагает создание ценностей не только для акционеров, но и для общества в целом. «Нестле» реализует стратегию устойчивого развития, работая в трех фокусных направлениях:

- **для каждого человека и каждой семьи –**

в рамках этого направления мы предлагаем более вкусный и здоровый выбор продуктов, вдохновляем людей вести здоровый образ жизни, проводим исследования в области питания, делимся полученными знаниями и применяем их на практике;

- **для общества –**

в рамках которого мы поддерживаем сельское хозяйство, а также содействуем трудоустройству молодых специалистов;

- **для планеты –**

наша работа по этому направлению состоит в сохранении водных ресурсов, борьбе с изменениями климата и снижению воздействия на окружающую среду.

ВСТУПЛЕНИЕ

Ровно пятнадцать лет назад предшественник проекта «Лидеры корпоративной благотворительности», носивший название «Крупнейший корпоративный донор», впервые подводил итоги. Тогда его участниками стали всего 11 компаний — те, кто решился озвучить объем средств, израсходованных на благотворительность. В то время раскрывать подобную информацию компании не торопились, и сам проект задумывался с целью продвижения идей ответственной и прозрачной корпоративной филантропии, а также как средство сбора достоверных данных о деятельности компаний в сфере благотворительности.

Многое менялось: бизнеса, который открыто говорит о своей социальной деятельности, становилось больше, появилась значительная прослойка людей, которых можно с уверенностью назвать профессиональными менеджерами в области социальных инвестиций в бизнесе. Но, как и прежде, запрос на данные, аналитику и бенчмарк остается крайне востребованным, поэтому проект сохраняет следующую структуру: исследование, рейтинг и конкурс социальных программ.

Мы уверены, что само участие компании в проекте возможно только при условии, что организация достигла определенного уровня зрелости, и надеемся, что именно так рейтинг воспринимается сообществом. В 2021 году в проекте приняли участие 66 компаний, осуществляющих свою деятельность на территории Российской Федерации, 44 из них — в рейтинге. На конкурс номинаций поступило рекордное количество заявок — 101. Расходы на социальные и благотворительные проекты в этом году раскрыли 39 участников. Исходя из предоставленных данных, они потратили в 2020 году на благотворительность и социальную поддержку около 105 миллиардов рублей.

С 2020 года «Лидеры корпоративной благотворительности» проводится Форумом Доноров в партнерстве с ЕУ в России и ИД «Коммерсантъ». Собственные программы в рамках конкурса номинаций в этом году объявили: Министерство экономического развития Российской Федерации, Министерство культуры Российской Федерации, Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Российский союз промышленников и предпринимателей, Совет Евразийского женского форума при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, ООН в России, Фонд президентских грантов, а также Общественный форум «Экология» и Фонд региональных социальных программ «Наше будущее». Также партнером проекта впервые выступает АНО «Национальные приоритеты». Победители номинаций конкурса социальных программ получают возможность принять участие в Национальном рэнкинге вклада бизнеса и НКО в достижение национальных целей и реализацию национальных проектов и официально стать партнерами нацпроектов.

Приглашаем вас ознакомиться с результатами исследования, конкурса программ и, возможно, найти точки роста для ваших организаций и проектов, а также зоны партнерства с лидерами корпоративной благотворительности.

**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: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Корпоративная благотворительность остается важным проявлением корпоративной социальной ответственности компаний во всем мире. Более того, глобальная повестка Целей устойчивого развития (ЦУР) ООН, повышающая уровень требований соответствия критериям ESG, придает развитию корпоративной благотворительности новый импульс. Благотворительные проекты и программы способствуют более глубокому и оперативному вовлечению компаний в решение экономических, социальных и экологических проблем, в том числе порожденных пандемией COVID-19, выступают драйвером развития внутри- и межсекторных партнерств. При этом усиливается стратегический характер самой корпоративной благотворительности, объективно превращающейся в один из элементов системы корпоративных социальных инвестиций.

Анализ и интерпретация данных, представленных компаниями — участниками конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности–2021»¹, а также результатов исследований, проведенных в рамках проекта в 2016–2019 гг., позволяют сформулировать некоторые предположения о текущем состоянии и тенденциях развития стратегий корпоративной благотворительности. В частности, проведены анализ и интерпретация причин и целеполагания благотворительной деятельности; документального закрепления соответствующих стратегий; особенностей формирования благотворительных бюджетов; направлений, форм и инструментов благотворительной деятельности, а также субъектов соответствующего функционального управления.

¹ Актуальные данные 2020–2021 гг., представленные в настоящем исследовании, обозначены как данные за 2020 г.

Характеристика выборки

В 2021 году в исследовании по проекту «Лидеры корпоративной благотворительности» приняли участие 44 компании; 54,5% из них ведут операционную деятельность на всей территории Российской Федерации, а 75% указали, что работают и за ее пределами.

Штаб-квартиры большинства компаний-респондентов (77%) расположены в Москве, у остальных компаний — в Санкт-Петербурге, Московской, Свердловской, Челябинской и Сахалинской областях. Географическая локация операционной и благотворительной деятельности компаний представлена на рис. 1. Очевидно, что благотворительные программы преимущественно реализуются на территориях присутствия компаний-респондентов. Можно предположить, что решение об их осуществлении зависит от масштаба операционной деятельности в конкретном федеральном округе. Что касается зарубежных благотворительных программ, то они представлены только у половины (51,5%) компаний-респондентов, ведущих международные операции (или 38,6% от общего числа участников).



Рис. 1. География операционной и благотворительной деятельности компаний-респондентов, 2020 г.

Компании, принявшие участие в исследовании 2021 г., относятся к 16-ти отраслям (рис. 2), среди которых традиционно преобладают черная и цветная металлургия (23%); лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная

промышленность (11%); горнодобывающая промышленность (9%); сельское хозяйство и агропромышленные комплексы (9%); медицина и здравоохранение (9%). В связи с широким спектром отраслей, а также малой выборкой и разным количеством представляющих эти отрасли компаний сформулировать корректные выводы об отраслевых особенностях реализации корпоративной благотворительности затруднительно. При этом информация об общих трендах представляется применимой к большинству из них.

Численность российских сотрудников компаний, принявших участие в исследовании, варьируется от 100 до 339 000. При этом все компании, за исключением одной, сообщили о развитии волонтерских программ и привели данные о количестве действующих волонтеров, достигающем 75% от общего числа сотрудников.



**Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа.*

Рис. 2. Отраслевая принадлежность компаний-респондентов, 2020 г.

Характеристика выборки позволяет интерпретировать полученные данные применительно к группе компаний-респондентов, претендующих на роль национальных лидеров в области корпоративной благотворительности, а также формулировать общие предположения и гипотезы, требующие проверки и подтверждения на более репрезентативных выборках (например, отраслевых). При этом необходимо подчеркнуть, что вопросы анкет подразумевали не только предоставление объективной информации как таковой, но и субъективную интерпретацию фактов, явлений и процессов конкретными менеджерами, представившими компании-респонденты.

Целеполагание благотворительной деятельности

Важнейшим элементом разработки и реализации стратегии корпоративной благотворительности является ее целеполагание. Проведенное исследование позволяет, во-первых, сформулировать и интерпретировать общие предположения о причинах корпоративной благотворительности на основе контент-анализа, во-вторых, определить относительную приоритетность конкретных целей, которые ставят перед собой компании-респонденты.

Причины вовлечения компаний в благотворительную деятельность — традиционно для данного продолжающегося исследования — подразделяются на четыре категории.

Внутренние причины морального характера побуждают компании к участию в решении социальных и экологических проблем безотносительно к возможному бизнес-эффекту, а именно: ориентируют на создание социальной ценности как таковой.

Внутренние причины экономического характера, в свою очередь, ориентируют компании на получение бизнес-эффектов от благотворительной деятельности, т.е. на создание экономической ценности.

Причины внешнего характера подразумевают сильные стимулирующие ожидания от внешних заинтересованных сторон, таких как государственные органы и НКО, по сути, вынуждающие компании реализовывать те или иные благотворительные проекты.

Что касается причин наследующего характера, то они, как правило, подразумевают следование стратегиям благотворительной деятельности материнских компаний и холдингов либо традиционные «переходящие» обязательства по поддержке территорий присутствия.

Можно предположить, что каждая из компаний-респондентов руководствуется комплексом причин. Однако превалирование внутренних причин обуславливает проактивность подходов к формированию стратегии корпоративной благотворительности, тогда как причины внешнего и наследующего характера влияют на их реактивность.

Данные о причинах вовлечения компаний в корпоративную благотворительность за последние пять лет (рис. 3) демонстрируют доминирующую роль причин экономического характера, а также последовательное снижение (с 31% в 2016 г. вплоть до нуля в 2020 г.) причин внешнего характера.



*Компании-респонденты могли выбирать более одного варианта ответа.

Рис. 3. Причины вовлечения компаний в корпоративную благотворительность, 2016–2020 гг.

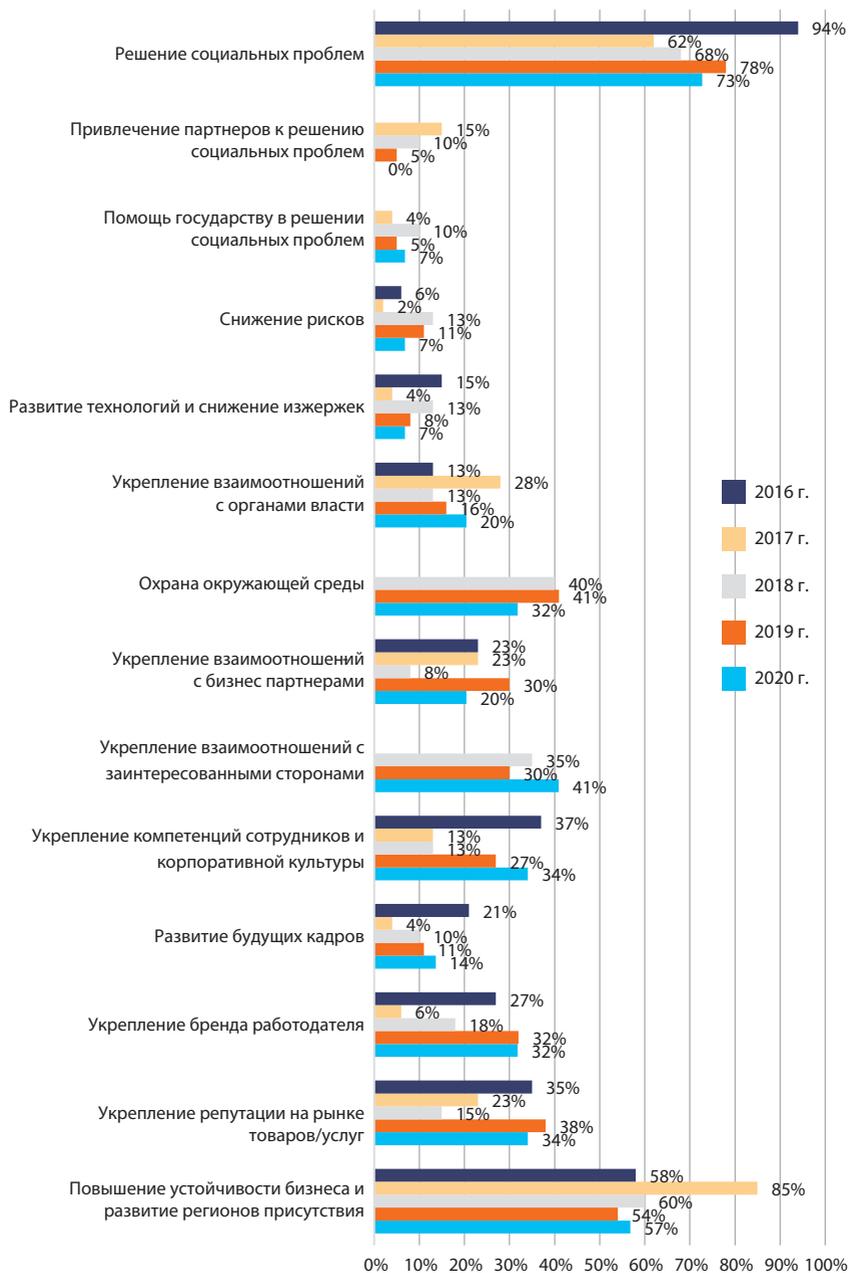
Поясняя предпочтение причин экономического характера (рост с 29% в 2016 г. до 73% в 2019 г. с относительным снижением до 57% в 2020 г.), компании указывают важность стабильного доступа к рынку труда и рост лояльности сотрудников; необходимость поддержания доверия заинтересованных сторон и репутации бренда производителя и работодателя; взаимосвязь успеха деятельности компании с устойчивым существованием местных сообществ (так, например, один из респондентов акцентирует «формирование максимально благоприятных условий для реализации производственных процессов и бизнес-инициатив компании»); снижение рисков ведения бизнеса; создание и укрепление партнерств (с существующими и потенциальными бизнес-партнерами, местными органами власти, НКО); формирование возможностей успешного выхода на новые географические и товарные рынки. Расширенное экономическое обоснование корпоративной благотворительности вовсе не противоречит реализации общественных интересов. Более того, именно следование причинам экономического характера наиболее соответствует как логике стратегического подхода к благотворительным программам, так и принципам устойчивого развития на макро- и микроуровнях; позволяет трактовать корпоративную благотворительность как один из бизнес-процессов и

в итоге обеспечивает участие компаний в долгосрочном и системном решении социальных и экологических проблем.

Причины морального характера с каждым годом воплощаются во всё более общих формулировках, а в 2020 г. наблюдается относительное снижение их значимости (с 68% в 2019 г. до 27% в 2020 г.). В некоторой степени это можно объяснить более глубоким вовлечением компаний-респондентов в глобальную повестку ЦУР ООН: если на первом этапе существенную роль играло общее моральное обоснование этого вовлечения как общественно-необходимого, то в настоящее время компании в большей степени рассматривают его как необходимое для выживания и развития конкретного бизнеса в стремительно меняющейся среде. Показательно, что условия пандемии COVID-19, стимулировавшие благотворительную активность бизнеса, не рассматриваются компаниями как субъективное внешнее давление, а соотносятся с причинами экономического и морального характера.

Что касается причин наследующего характера (снижение с 38% в 2016 г. до 14% в 2020 г.), то в основном они прослеживаются у российских подразделений иностранных компаний, реализующих глобальные стратегии устойчивого развития. Кроме того, один из респондентов отметил переходящие обязательства компании в связи с градообразующим статусом ее предприятий и указал на необходимость «сохранить заинтересованность трудоспособного населения продолжать жить и работать на этих территориях». Таким образом, можно предположить, что причины наследующего характера при их условно внешнем происхождении не противоречат экономической и моральной мотивации компаний-респондентов.

Переходя к конкретным целям корпоративной благотворительности, можно констатировать, что в 2016–2020 гг. сформировалось их относительно устойчивое распределение (рис. 4). В качестве основных приоритетов можно выделить собственно решение социальных проблем, а также повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия. При этом стоит отметить, что доля компаний, ориентирующихся на решение социальных проблем, — классической цели благотворительной деятельности, наиболее соответствующей духу и букве одноименного федерального закона, — неравномерно, но снижается (с 94% компаний-респондентов в 2016 г. до 73% в 2020 г. при наименьшем значении за пятилетие 62% в 2017 г.).



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 4. Цели благотворительной деятельности компаний-респондентов, 2016–2020 гг.

В свою очередь, доля компаний, выделяющих в качестве приоритета повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия, — комплексную цель социальных инвестиций, включающую в себя все составляющие устойчивого развития (экономическую, социальную и экологическую), — практически стабилизировалась (58% в 2016 г и 57% в 2020 г.). Показательно, что в 2020 г. среди компаний, ориентированных на «устойчивость», 32% вообще не выделили решение социальных проблем, а 56% — охрану окружающей среды в качестве отдельных целей (в 2019 г. эти доли составили 30% и 60% соответственно).

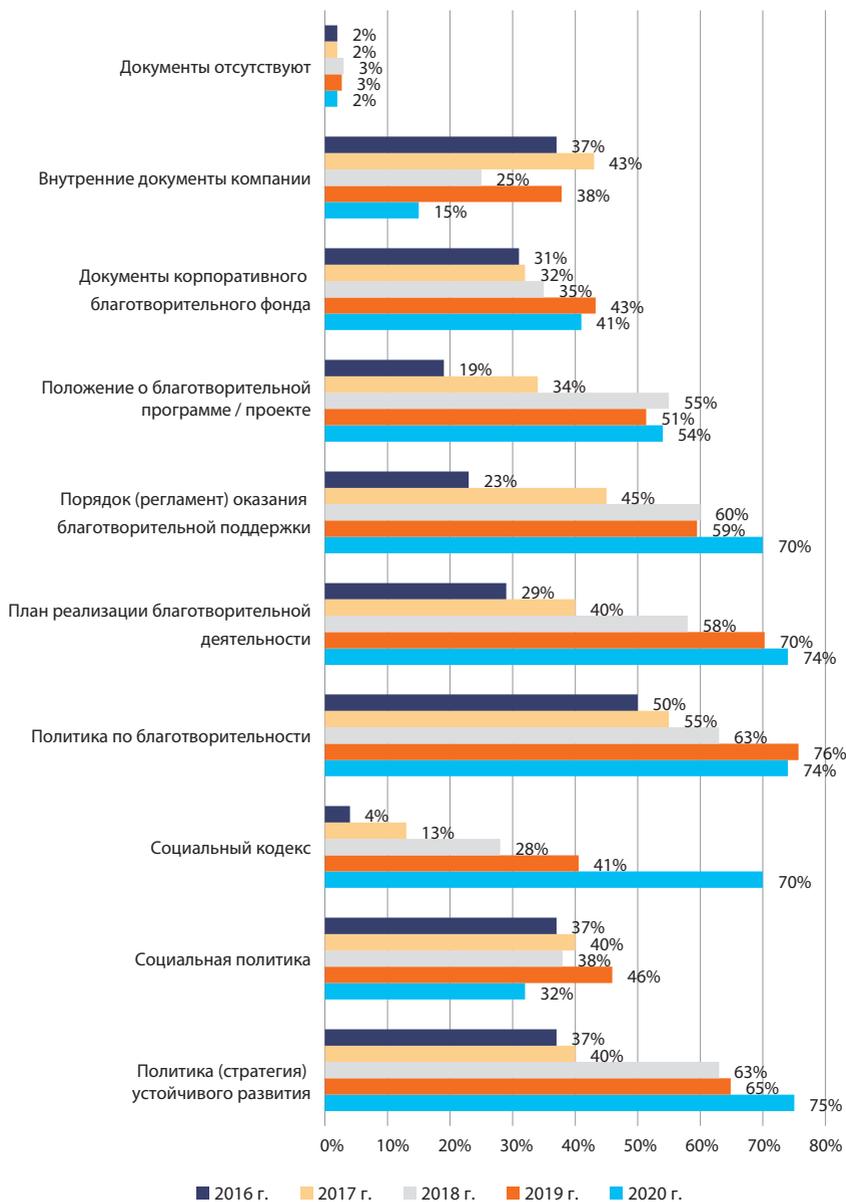
В то же время усиливается роль развития партнерских отношений в целеполагании компаний-респондентов: на укрепление взаимоотношений с заинтересованными сторонами в целом указывает 41% компаний-респондентов (30% в 2019 г., 35% в 2018 г.). При этом четыре компании в качестве целей корпоративной благотворительности указали как повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия, так и укрепление всех трех указанных направлений партнерского взаимодействия — с заинтересованными сторонами в целом, с бизнес-партнерами и с органами власти (в 2019 г. подобный «целевой пакет» продемонстрировала лишь одна компания). Учитывая, что сами по себе партнерства являются не столько конечной целью, сколько инструментом повышения эффективности благотворительной деятельности и целью — условием устойчивого развития (ЦУР-17 «Партнерство в интересах устойчивого развития»), подобная ситуация вполне объяснима.

Стоит отметить, что «экономическая» составляющая целеполагания, трактуемая в узком смысле, проявляется относительно слабо. В частности, на укрепление репутации на рынке товаров/услуг и укрепление бренда работодателя в 2020 г. указали 34% и 32% компаний (в 2019 г. — 38% и 32% компаний соответственно), на укрепление компетенций сотрудников и корпоративной культуры и развитие будущих кадров — 34% и 14% (в 2019 г. — 27% и 11% компаний соответственно). Впрочем, не стоит забывать об отмеченном выше расширенном экономическом обосновании корпоративной благотворительности, приобретающем все большую популярность.

Документальное закрепление стратегий корпоративной благотворительности

В 2020 г. все компании-респонденты, за исключением одной, сообщили о документальном закреплении стратегий корпоративной благотворительности. Принимаемые компаниями документы традиционно разнообразны, но изменения приоритетов компаний в рамках этого разнообразия обозначают две относительно устойчивые тенденции, проявившиеся в период 2016–2020 гг. (рис. 5).

Во-первых, компании-респонденты, рассматривая корпоративную благотворительность как один из бизнес-процессов, развивают стратегии корпоративной благотворительности как функциональные. Соответственно, существенно возрастает внимание к регламентации управления конкретными благотворительными



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 5. Документальное закрепление стратегий корпоративной благотворительности, 2016–2020 гг.

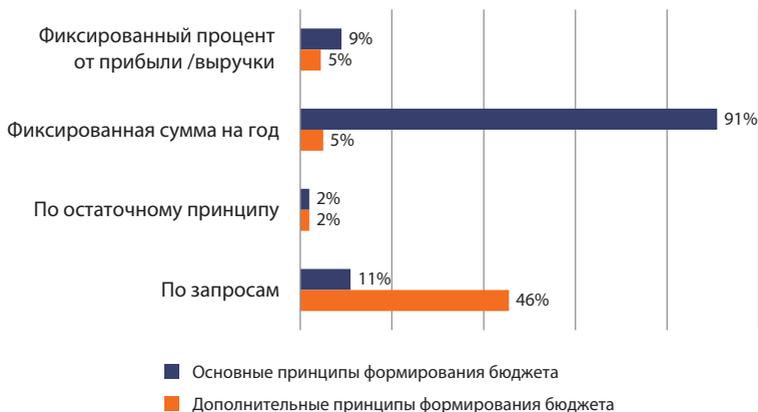
программами и проектами и, что особо важно, — благотворительной деятельностью в целом. В частности, в 2016–2020 гг. устойчиво (с 19% до 54%) росла популярность положения о благотворительной программе/проекте. В свою очередь, постепенное превращение общей политики в области благотворительности в управленческий атрибут (с 50% до 74%) сопровождалось значительным усилением внимания к разработке и внедрению более детализированных документов, таких как порядок (регламент) оказания благотворительной поддержки (с 23% до 70%) и план реализации благотворительной деятельности (с 29% до 74%). При этом показательно, что среди компаний-респондентов возрастает понимание важности коммуникативной функции рассматриваемых документов, направленных в том числе на развитие партнерств и долгосрочных отношений с благополучателями. Если в 2016 г. 37% компаний-респондентов указывали на внутренние документы компании, не находящиеся в открытом доступе, то в 2020 г. доля таких компаний сократилась до 15%.

Во-вторых, из года в год усиливается стремление компаний соотносить развитие корпоративной благотворительности со стратегиями более высокого порядка. Особо показательно, что устойчиво (с 37% в 2016 г. и 40% в 2017 г. до 65% в 2019 г. и 75% в 2020 г.) возрастает доля компаний, рассматривающих корпоративную благотворительность в рамках общекорпоративной политики (стратегии) устойчивого развития. Сюда же можно отнести и стремительный рост применения социальных кодексов (от 4% в 2016 г. до 70% в 2020 г.), в которых формулируются общие принципы взаимодействия компаний с обществом, интегрируемые во все функции и бизнес-процессы. Тем самым благотворительные программы и проекты вплетаются в общий контекст ориентации компаний на устойчивое развитие и достижение ЦУР ООН, что открывает дополнительные возможности для учета компаниями более широкого воздействия корпоративной благотворительности на общество и саму компанию.

Косвенным свидетельством развития более широкого межфункционального подхода может служить и стабилизация на относительно невысоком уровне (37% в 2016 г. и 32% в 2020 г.) доли компаний, регламентирующих корпоративную благотворительность в рамках своей социальной политики. Показательно, что в 2020 г. 73% компаний-респондентов использовали не менее пяти документов разных уровней, «каскадирующих» вопросы корпоративной благотворительности на все уровни стратегического управления. При этом 30% компаний использовали не менее восьми документов, причем у всех «вершину пирамиды» занимала политика (стратегия) в области устойчивого развития (в 2019 г. доля таких компаний составила лишь 8%).

Формирование благотворительных бюджетов

Благотворительные бюджеты компаний-респондентов различаются столь же значительно, сколь и их финансовые показатели. Выручка варьируется от 11 млн до почти 2 трлн рублей, а прибыльными являются 70% компаний (остальные респонденты, кроме одного, заявившего об убытках за последний год, не раскрыли информацию о прибыли). При этом минимальный размер благотворительного бюджета составил 36 млн руб. (в 2019 г. — немногим более 6,5 млн руб.).



**Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа*

Рис. 6. Принципы формирования благотворительного бюджета, 2020 г.

Принципы, которых компании придерживаются при формировании бюджета на благотворительность, приведены на рис. 6. Подавляющее большинство респондентов (91%) фиксируют определенную сумму на год и далее корректируют ее в соответствии с входящими запросами в рамках отчетного периода. Сумма на год зависит не только от потребностей конкретных благотворительных программ, но и зачастую от показателей прибыли за прошлый период. Данный подход является традиционным для компаний, и существенных статистических расхождений с показателями за предыдущие годы исследования не выявлено. При этом компании подчеркивают, что выделение средств по запросам является скорее исключением, чем правилом. Наиболее часто упоминаемым основанием для расширения благотворительного бюджета в 2020 г. стали проблемы, вызванные пандемией COVID-19, а также реакция компаний на катастрофы и стихийные бедствия в регионах присутствия.

Соотношение основных форм расходов на корпоративную благотворительность в 2016–2020 г. изменялось лишь незначительно (рис. 7). Ведущей формой остаются денежные пожертвования, хотя их доля в предпочтениях компаний-респондентов снизилась с 91% в 2016 г и 94% в 2017 г. до 86% в 2020 г. Доля компаний, использующих пожертвования в натуральной форме, испытала в 2017 г. снижение на 9%, практически вернулась к уровню 2016 г. (60–61%). На этом фоне стоит выделить устойчивый рост такой формы расходов, как предоставление услуг компании или времени сотрудников (с 25% в 2016 г. до 40% в 2018–2019 гг. и 55% в 2020 г.), что связано с быстрым развитием корпоративного волонтерства, в том числе *pro bono*, получившего новые стимулы в условиях пандемии COVID-19. Показательно, что 39% компаний-респондентов также выделили волонтерство *pro bono* в качестве особой, дополнительной, формы расходов.



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 7. Основные формы расходов на корпоративную благотворительность, 2016–2020 гг.

Стоит отметить, что возможности предоставления услуг компании или времени сотрудников в значительной степени зависят от отраслевой принадлежности компаний. В частности, компании добывающих отраслей, металлургические, нефтехимические и аналогичные по роду деятельности предприятия не производят товаров и услуг, которые подходят для передачи в рамках пожертвований. Наоборот, компании, производящие FMCG-товары, оказывающие финансовые, юридические, телекоммуникационные и иные услуги, имеют более широкие воз-

возможности использовать для корпоративной благотворительности результаты собственной деятельности.

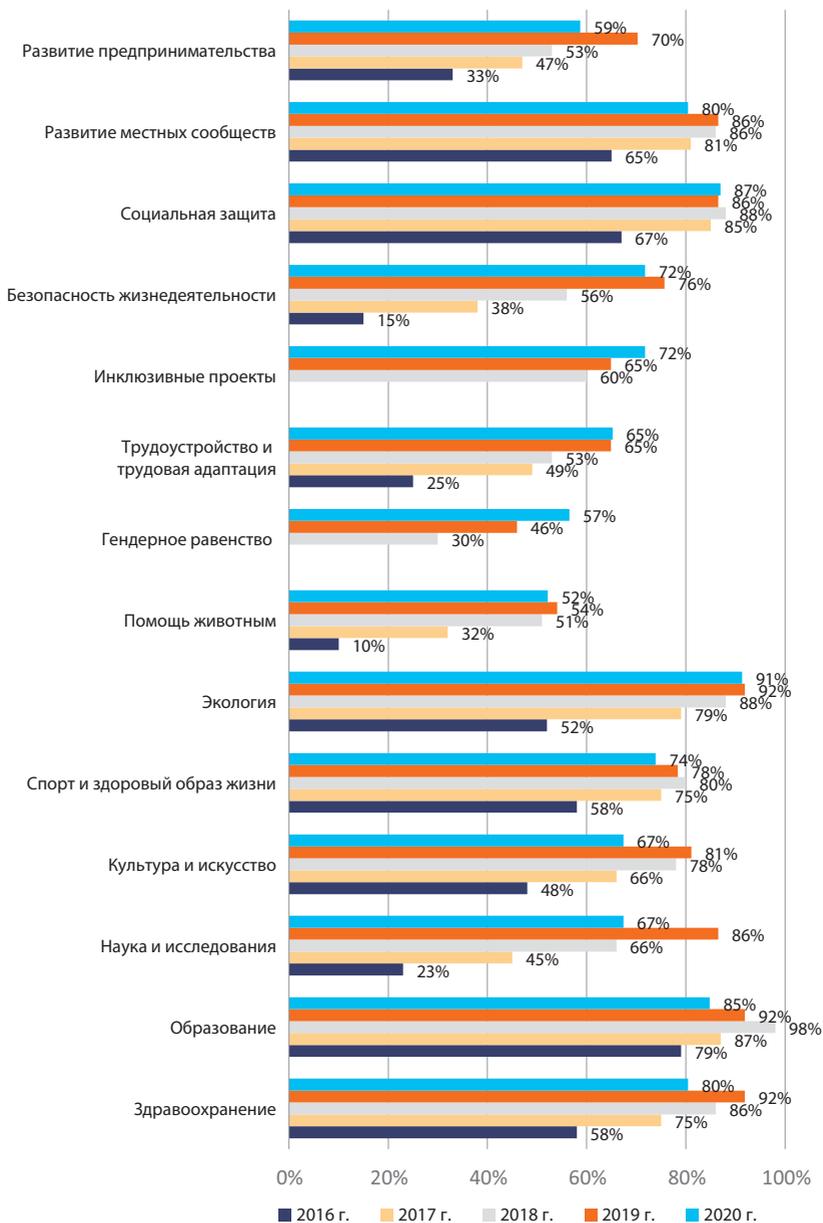
В качестве дополнительных форм расходов на благотворительную деятельность компании-респонденты указывали спонсорство (43% в 2020 г.) и социальный маркетинг (14% в 2020 г.). Впрочем, благотворительный статус данных форм расходов неочевиден, поскольку не предполагает безвозмездность (в отличие от стратегической благотворительности, подразумевающей получение компаниями не прямых экономических бенефитов). Спонсорство, направленное на взаимобмен с благополучателем, открывающий возможности для продвижения компании, также относится к инструментам маркетинга. Это подтверждает и регулирование спонсорства со стороны государства, которое включает принципы соответствующих взаимоотношений в ФЗ «О рекламе», а не ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)».

Направления корпоративной благотворительности

Исследование текущего состояния и тенденций распределения направлений благотворительных проектов и программ является важнейшим содержательным аспектом анализа стратегий корпоративной благотворительности. Анализ данных, предоставленных компаниями-респондентами, позволяет прийти к выводу, что за период 2016–2020 гг. сформировался целый ряд относительно устойчивых характеристик этого распределения.

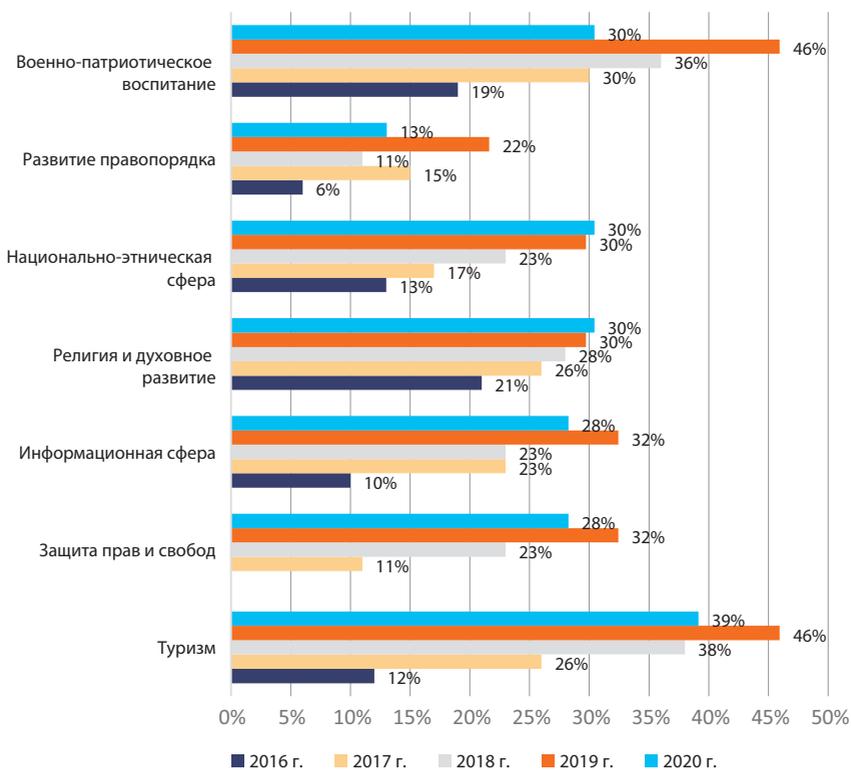
Во-первых, можно выделить группу направлений, пользующихся особой популярностью: выбор более 50% компаний-респондентов в 2020 г. (рис. 8). Внутри этой группы, в свою очередь, выделяются как направления, традиционно привлекающие не менее половины компаний-респондентов, так и направления, интерес к которым существенно усилился лишь в последние годы.

В первом случае речь идет о поддержке здравоохранения (58% в 2016 г., 92% в 2019 г. и 80% в 2020 г.) и образования (79% в 2016 г., 98% в 2018 г. и 85% в 2020 г.), социальной защите (67% в 2016 г., 88% в 2019 г., 87% в 2020 г.) и развитии местных сообществ (65% в 2016 г., 86% в 2019 г. и 80% в 2020 г.), а также об экологии (52% в 2016 г., 88% в 2018 г. и 91% в 2020 г.). Повышенное внимание именно к этим направлениям соответствует глобальному тренду, а небольшие колебания в процентах выбора можно объяснить изменениями выборки. Согласно данным авторитетного издания *Giving in Numbers*, наиболее популярными направлениями благотворительной деятельности ведущих международных компаний в 2019–2020 г. традиционно стали «здравоохранение и социальное обеспечение», «социально-экономическое развитие местных сообществ», «начальное, среднее и высшее образование». Направление «экология» занимает более скромное место в благотворительной деятельности международных компаний, поскольку проблематика защиты окружающей среды преимущественно интегрирована в основные



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис.8. Направления корпоративной благотворительности (более 50% компаний-респондентов в 2020 г.), 2016–2020 гг.



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

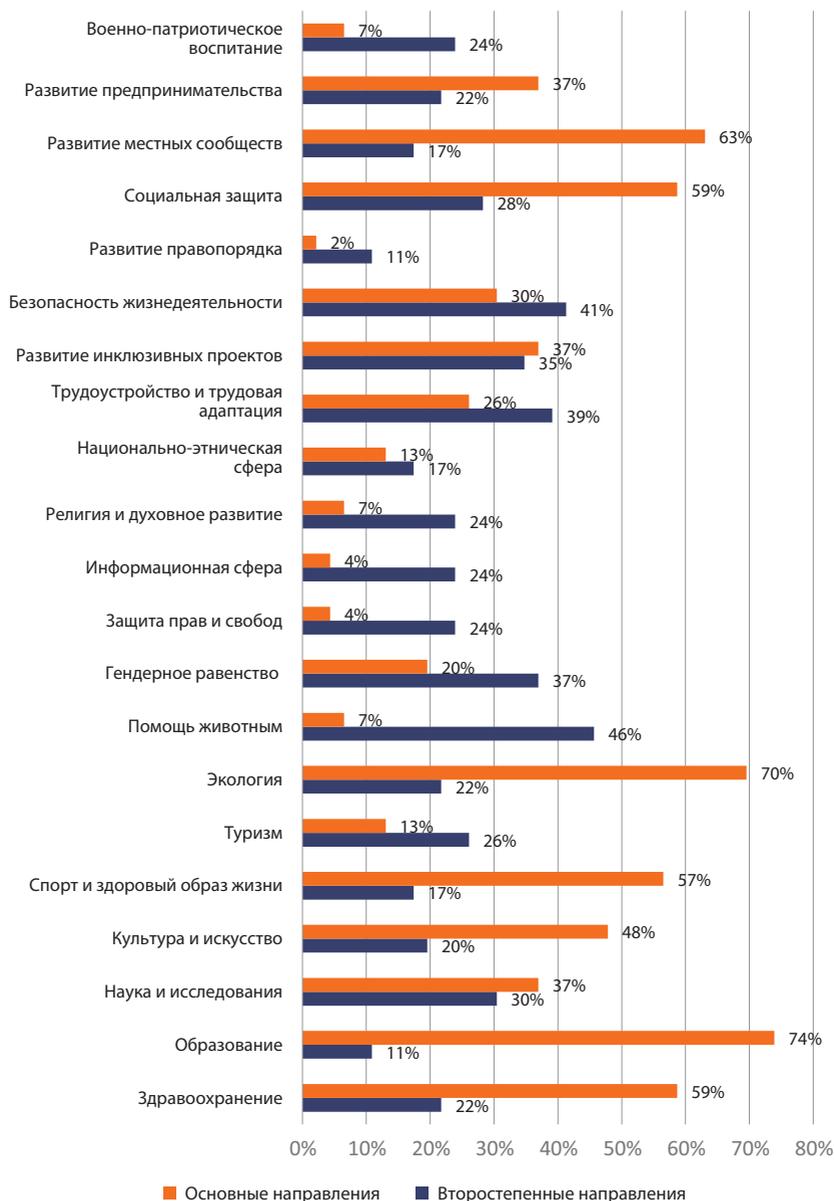
Рис. 9. Направления корпоративной благотворительности (менее 50% компаний-респондентов в 2020 г.), 2016–2020 гг.

бизнес-процессы. К этой подгруппе можно также отнести и «смежные» направления: спорт и здоровый образ жизни (58% в 2016 г. 80% в 2018 г. и 74% в 2020 г.), инклюзивные проекты (60% в 2017 г. и 72% в 2020 г.) и практически не выпадающую из данного тренда поддержку культуры и искусства (48% в 2016 г., 81% в 2019 г. и 67% в 2020 г.). Во втором случае можно выделить такие направления, как развитие предпринимательства (рост с 33% в 2016 г. до 59% в 2020 г.), безопасность жизнедеятельности (15% в 2016 г. и 72% в 2020 г.), трудоустройство и трудовая адаптация (25% в 2016 г. и 65% в 2020 г.), гендерное равенство (30% в 2016 г. и 57% в 2020 г.), помощь животным (10% в 2016 г. и 52% в 2020 г.), наука и исследования (23% и 67% соответственно).

С другой стороны, можно выделить ряд направлений, которые в рассматриваемый период традиционно привлекали внимание менее 50% компаний-респондентов (рис. 9). Эти направления также можно разделить на две подгруппы. Для первой из них отмеченные колебания значений не позволяют судить о сколь-либо устойчивом возрастании интереса со стороны компаний-респондентов. Это, соответственно, военно-патриотическое воспитание (19% в 2016 г., 46% в 2019 г. и 30% в 2020 г.), развитие правопорядка (6% в 2016 г., 22% в 2019 г. и 13% в 2020 г.), информационная сфера (10% в 2016 г., 32% в 2019 г., 28% в 2020 г.), защита прав и свобод (11% в 2016 г., 32% в 2019 г., 28% в 2020 г.), а также туризм (12% в 2016 г., 46% в 2019 г., 39% в 2020 г.). Для второй подгруппы можно констатировать устойчивый рост интереса, хотя доля компаний-респондентов по состоянию на 2020 г. оставалась на весьма низком уровне. Так, интерес к поддержке национально-этнической сферы возрос с 13% в 2016 г. до 30% в 2020 г., а к поддержке религии и духовного развития — с 21% до 30% соответственно.

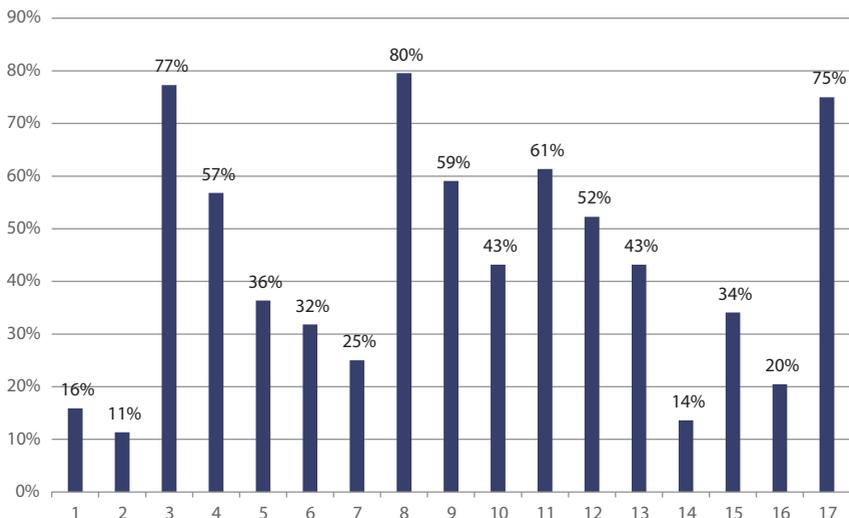
Что касается разделения направлений корпоративной благотворительности на «основные» и «второстепенные» (рис. 10), то оно наглядно демонстрирует, что самым популярным направлениям — поддержке здравоохранения и образования, социальной защите и развитию местных сообществ — соответствуют как преимущества «основного» выбора (59–74%), так и наиболее значительные «разрывы» между двумя показателями (от 37% до 63%). Впрочем, как и в предыдущие годы, своеобразным исключением стала поддержка социальной защиты, демонстрирующая меньший «разрыв» (59% основного выбора против 28% второстепенного). В свою очередь, направления, традиционно привлекающие менее 50% компаний-респондентов, преимущественно развиваются как «второстепенные».

Представленные компаниями данные по идентификации и приоритизации групп благополучателей, персонализирующих соответствующие социальные проблемы, подтверждают данные о выборе соответствующих направлений (рис. 11). К основным благополучателям с наибольшими «разрывами» между показателями «наибольшей» и «наименьшей» приоритетности относятся дети, молодежь и учащиеся (по 70% компаний-респондентов с «разрывами» от 55% до 61%), ассоциируемые, прежде всего, с поддержкой образования; а также местные жители (65% компаний-респондентов с «разрывом» в 55%), взрослые люди (63% компаний-респондентов с «разрывом» в 43%) и люди с инвалидностью (57% с «разрывом» в 31% соответственно), традиционно связываемые с поддержкой развития местных сообществ, социальной защитой и здравоохранением. Важно отметить, что 65% компаний относят организации к наиболее приоритетным группам благополучателей, тем самым демонстрируя свою заинтересованность в развитии партнерских отношений с профильными НКО.



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 10. Основные и второстепенные направления корпоративной благотворительности, 2020 г.



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 12. Соотнесение благотворительной деятельности с ЦУР ООН, 2020 г.



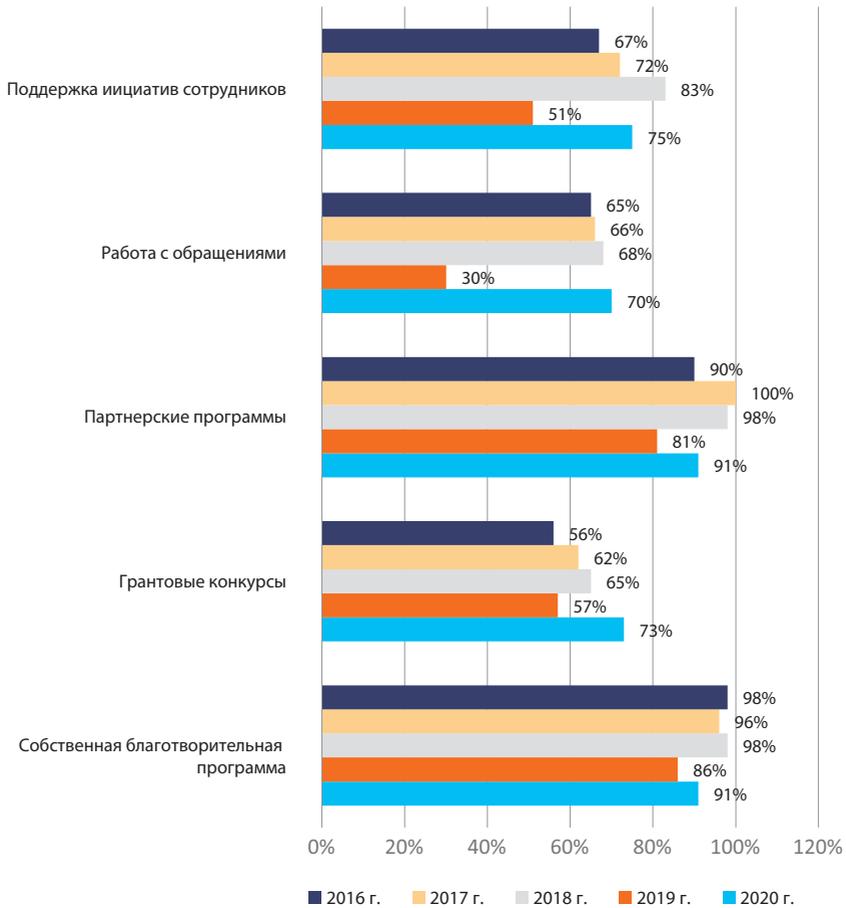
В 2020 г. 95% компаний-респондентов сообщили о соотнесении своей благотворительной деятельности с ЦУР ООН (рис. 12). Вполне ожидаемо, что ЦУР ООН, наиболее часто упоминаемые компаниями, в частности — ЦУР-8 «Достойная работа и экономический рост» (80% компаний); ЦУР-3 «Хорошее здоровье и благополучие» (77%), ЦУР-11 «Устойчивые города и населенные пункты» (61%), ЦУР-4 «Качественное образование» (59%), — соответствуют традиционно популярным направлениям корпоративной благотворительности, среди которых поддержка здравоохранения и образования, социальная защита и развитие местных сооб-

ществ. Сюда же можно отнести высокую приоритетность ЦУР-17 «Партнерство в интересах устойчивого развития», соответствующую как самому духу, так и практике корпоративной благотворительности. Характерно, что учет компаниями-респондентами Национальных целей развития России в выборе направлений благотворительной деятельности, как правило, не противоречит ориентации на соответствующие ЦУР ООН. Полученные данные, впрочем, не позволяют сделать вывод о том, насколько глобальная повестка повлияла на изменения в приоритетах конкретных компаний. Можно лишь предположить, что отмеченное в 2016–2020 гг. существенное возрастание интереса к развитию предпринимательства, безопасности жизнедеятельности, трудоустройству и трудовой адаптации, гендерному равенству, помощи животным и экологии, а также науке и исследованиям по меньшей мере частично связано с определением компаниями-респондентами новых для себя приоритетных ЦУР ООН. Тем не менее для подтверждения этого предположения требуется более детальный анализ компаний, охватывающий трансформацию стратегий всех уровней в интересах устойчивого развития, постановку конкретных задач корпоративной благотворительности, непосредственно связанных с ЦУР ООН, а также оценку полученных результатов.

Формы и инструменты реализации корпоративной благотворительности

К 2020 г. произошло существенное выравнивание приоритетности форм реализации корпоративной благотворительности — все пять выделенных форм расположились в узком диапазоне от 70% (работа с обращениями) до 91% компаний-респондентов (собственные и партнерские благотворительные программы) (рис. 13). Тем не менее собственные и партнерские благотворительные программы на протяжении всего периода 2016–2020 гг. устойчиво являются первым или вторым выбором компаний-респондентов.

Что касается собственных благотворительных программ, то 70% компаний-респондентов в 2020 г. предпочитали реализовывать их самостоятельно (еще 9% рассматривали самостоятельную реализацию в качестве не приоритетной, а рядовой формы); 41% компаний в качестве приоритетной формы (еще 14% — в качестве рядовой формы) реализации собственных программ отметили использование корпоративного фонда. И, наконец, 18% и 5% компаний-респондентов соответственно предпочитали реализацию собственных благотворительных программ с помощью внешнего оператора. В свою очередь, наиболее популярными формами партнерских программ являются кооперация с федеральными и региональными НКО (61% и 55% компаний — в качестве приоритетной формы; 16% и 23% — в качестве рядовой формы соответственно). Несколько меньший интерес компаний-респондентов вызывают партнерства с органами государственной власти и с другими представителями бизнеса (45% и 27% компаний — в качестве приоритетной формы; 18% и 27% в качестве рядовой формы соответственно).

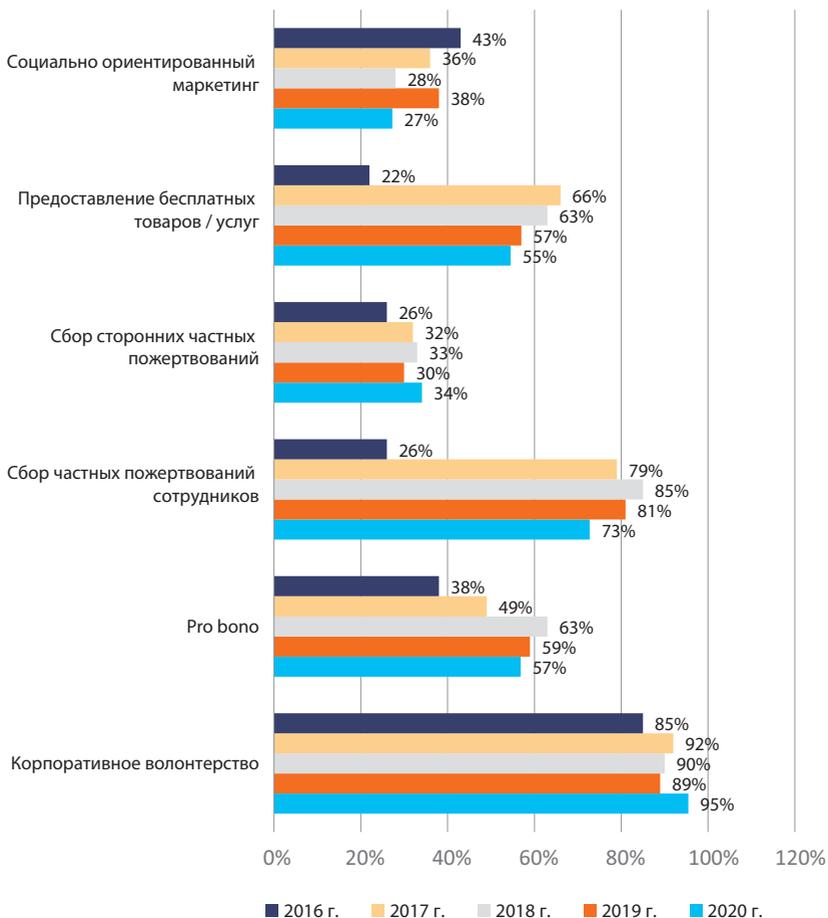


*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 13. Формы реализации корпоративной благотворительности, 2016–2020 гг.

Грантовые конкурсы остаются одной из важных форм реализации корпоративной благотворительности (рост с 56% в 2016 г. до 73% в 2020 г.). При этом в 2020 г. компании-респонденты предпочитали организовывать такие конкурсы самостоятельно (30% — в качестве приоритетной и 18% — в качестве рядовой формы). На долю корпоративных фондов и внешних операторов пришлось соответственно 18% и 23% выбора приоритетных форм (14% и 5% — рядовых).

Важно отметить, что наметившаяся в 2019 г. тенденция к снижению интереса к работе с обращениями (с 68% в 2018 г. до 30% в 2019 г.) и к поддержке инициатив сотрудников (с 83% в 2018 г. до 51% в 2019 г.) в 2020 г. не проявилась. Более того, она «повернула вспять», продемонстрировав весьма высокие показатели по обим формам (70% и 75% соответственно). Можно предположить, что подобная



*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 14. Инструменты корпоративной благотворительности, 2016–2020 гг.

ситуация связана, прежде всего, с чрезвычайной ситуацией пандемии COVID-19, потребовавшей от компаний реакции на актуальные проблемы, выходящие за рамки долгосрочных благотворительных проектов и программ или наполняющие их новым содержанием.

Выбор приоритетных инструментов корпоративной благотворительности за последние годы претерпел определенные изменения (рис. 14). С одной стороны, несколько снизилась доля компаний, практикующих предоставление бесплатных товаров и услуг (с пикового значения 66% в 2017 г. до 55% в 2020 г.), а также сбор частных пожертвований сотрудников (с пикового значения 85% в 2018 г. до 73% в 2020 г.), хотя доля сбора сторонних частных пожертвований почти не изменилась

(32–34% в 2017–2020 гг.). Исследование показало также снижение интереса компаний-респондентов к социально ориентированному маркетингу (с 43% компаний в 2016 г. до 27% в 2020 г.). Это снижение, впрочем, может быть связано с изменением отраслевых характеристик общей выборки, поскольку потенциал социально ориентированного маркетинга зависит от отраслевой принадлежности кампаний, будучи более востребован на B2C рынках товаров и услуг, хорошо знакомых конечным потребителям.

С другой стороны, в 2020 г. до 95% возросла доля компаний-респондентов, развивающих корпоративное волонтерство. Показательно, что этот рост не сопровождался ростом доли компаний, практикующих волонтерство *pro bono*, традиционно включающее в себя консультации (юридические, стратегические, финансовые и др.), образовательную деятельность (тренинги, семинары, мастер-классы), менторство и помощь в социальной адаптации (стабилизация на уровне 63–57% в 2018–2020 гг.). В некоторой степени это можно объяснить всплеском интереса к корпоративному волонтерству в условиях пандемии COVID-19, связанному не столько с волонтерством *pro bono*, сколько с оказанием общей поддержки населению и, прежде всего, социально незащищенным группам в условиях локдауна и проведения иных противоэпидемиологических мероприятий. В то же время долгосрочные волонтерские проекты широкого спектра деятельности, от поддержки природных заповедников до организации поисковых отрядов, как правило, продолжали свое существование.

Управление корпоративной благотворительностью

Субъекты реализации стратегий корпоративной благотворительности подразумевают конкретные подразделения, должности и людей, которые отвечают за проведение благотворительных программ в жизнь (рис. 15). Лонгитюдное исследование корпоративной благотворительности показывает устойчивую тенденцию к профессионализации соответствующих управленческих практик, которая, в частности, выражается в уходе от спонтанного, случайного распределения ролей и обязанностей, а также от возложения их на плечи сотрудников, отвечающих за иные функции.

Компании организуют специальные подразделения и/или целенаправленно нанимают специалистов, для которых планирование, организация и оценка благотворительных проектов представляют собой основные рабочие обязанности. Так, по состоянию на 2020 г. специальное подразделение или отдельно созданный благотворительный фонд имели 57% и 30% компаний-респондентов соответственно. В свою очередь, 36% компаний сформировали департамент, занимающийся региональным развитием, а 14% — отдел корпоративных социальных и спонсорских программ. Эти отделы также можно отнести к категории «специальное подразде-

ление», что указывает на эффективность подобного элемента организационной структуры.

Тем не менее часть компаний продолжает возлагать обязанности по управлению благотворительными программами на отдельных сотрудников, чья основная деятельность с ними не связана (14%). Причины данного явления, явно выбивающегося из общего тренда (в 2018 г. на часть обязанностей сотрудников указали 8% компаний-респондентов, а в 2019 г. таких компаний исследование не выявило), требуют дополнительного анализа. Кроме того, в 2020 г. сохранялась весьма весомая роль департаментов маркетинга (5%), коммуникаций (11%) и особенно связей с общественностью (18%). Подобная ситуация, впрочем, не должна рассматриваться в строго негативном ключе: развитие стратегий корпоративной благотворительности в русле стратегий устойчивого развития компании подразумевает не только формирование специальных подразделений, но и развитие межфункциональных связей. Так, эффективное управление столь популярным сегодня корпоративным волонтерством, создающим ценность для сотрудников, компании и общества в целом, объективно требует участия подразделений социальной направленности, управления персоналом, маркетинга и связей с общественностью.



**Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа*

Рис. 15. Субъекты реализации корпоративной благотворительности, 2020 г.

Что касается критериев отбора благотворительных проектов, то их разнообразие с каждым годом увеличивается (рис. 16). Это свидетельствует об «инвестиционном» подходе к выбору проектов, что соотносится с ранее обсуждавшимся доминированием экономической мотивации корпоративной благотворительности. Широкий набор критериев означает возможности детального сравнения различных проектов, а также неизбежное внимание к потенциальным социальным и бизнес-эффектам и соответствующим инструментам их оценки.



**Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа*

Рис. 16. Критерии отбора благотворительных проектов, 2020 г.

Наиболее значимыми критериями для компаний являются актуальность и социальная значимость проблемы, а также соответствие основным благотворительным программам (41% компаний-респондентов в обоих случаях). Это означает важность не только решения социальной проблемы как таковой, но и возможности встраивания инструментов работы с ней в текущие процессы, политики и компетенции.

Во вторую по значимости группу критериев отбора входят: стратегическая значимость проекта и финансовая прозрачность благополучателя (по 25% ответов компаний-респондентов); долгосрочность проекта, а также охват территорий и потенциал масштабирования (по 20%); применимость экспертизы компании и репутация проекта (по 16%); возможность участия сотрудников и оценки эффектов (по 14%).

Столь невысокая популярность критерия, подразумевающего возможность оценки, демонстрирует пробелы в системном подходе компаний к корпоративной благотворительности. Стратегическая ориентация программы/проекта невозможна без учета социальной и экономической отдачи вложенных инвестиций. Его отсутствие также ограничивает перспективы коррекции и масштабирования программ/проектов. Интересно, что еще меньшее количество компаний — 7% — обращает внимание на оценку рисков при отборе, а важность проблемы возможного конфликта интересов отметило лишь малое число респондентов.

Заключение

Проведенное исследование позволяет предположить, что в 2016–2020 гг. корпоративная благотворительность компаний-респондентов в основном развивалась как стратегическая. Вовлекаясь в благотворительную деятельность по причинам преимущественно экономического характера, компании ставили перед собой цели решения конкретных социальных проблем, как правило, в контексте повышения устойчивости бизнеса и развития регионов присутствия.

При этом функциональные стратегии корпоративной благотворительности в возрастающей степени рассматриваются компаниями в качестве элемента стратегий устойчивого развития бизнес- и корпоративного уровней, что отражается в соответствующих документах. Основными направлениями корпоративной благотворительности остаются поддержка образования, здравоохранения, социальная защита и поддержка местных сообществ, экология, что воспринимается большинством компаний в качестве вклада в достижение соответствующих ЦУР ООН.

Кроме того, можно проследить влияние глобальной повестки ЦУР ООН на возрастание интереса компаний-респондентов к целому ряду направлений корпоративной благотворительности: поддержке предпринимательства, безопасности жизнедеятельности, решению проблем трудоустройства и трудовой адаптации, гендерному равенству. Реализуя прежде всего долгосрочные — собственные и

партнерские — программы с фиксированными на год бюджетами, многие компании-респонденты смогли, впрочем, проявить необходимую гибкость в условиях пандемии COVID-19, оперативно запуская новые проекты и увеличивая общие расходы на благотворительную деятельность.

Управление корпоративной благотворительностью как социальными инвестициями в рамках одного из бизнес-процессов становится все более профессиональным, осуществляемым менеджерами специализированных подразделений, стремящимися к развитию межфункциональных связей. Своеобразной зоной роста по-прежнему остается внутри-, межотраслевая и межсекторная кооперация, причем именно корпоративная благотворительность способна сыграть роль драйвера в развитии партнерств — одного из важнейших инструментов устойчивого развития.

Оценка в практике корпоративной благотворительности и социальных инвестиций

Согласно ставшему уже хрестоматийным определению, оценка программ и проектов социальной направленности — это вынесение суждения об их ценности на основе систематически собранных данных. К сожалению, данное определение упускает одну принципиальную характеристику оценки: то, что это управленческий инструмент. Оценка — часть управленческого цикла, который начинается с постановки цели. Затем составляется план, как эта цель будет достигнута, план реализуется, и эта реализация сопровождается мониторингом. И потом, чтобы решить, что делать и куда двигаться дальше, лицам, принимающим решения, нужно вынести суждение о ценности того, что уже было сделано. Если это суждение положительное, то возможный спектр решений будет одним, если отрицательное — другим. Так что оценку осуществляют все руководители, даже если не осознают этого, как известный мольеровский герой не знал, что всю жизнь говорил прозой.

Если компания небольшая, у нее немного благотворительных программ, и эти программы относительно простые, можно обойтись без формализованного подхода в оценке. Например, в рамках своей благотворительной деятельности Концерн Инновационные Технологии, в котором порядка ста сотрудников, занимается популяризацией технического образования среди школьников и помогает талантливым ребятам получить его. С 2013 года компания проводит среди старшеклассников ежегодный конкурс, победители которого получают стипендии. За семь лет существования этой программы ее стипендиатами стали 32 школьника из разных городов России, и компания следит за их судьбой. Компания считает, что оценку своей благотворительной программы она не проводит. Но, раз программа работает уже семь лет, очевидно, что руководство компании оценивает ее положительно.

Когда благотворительная деятельность компании становится более масштабной и многообразной, появляется необходимость в формализации всех процессов управления этой деятельностью, в том числе процессов оценки. И одна из важных задач, которую нужно при этом решить, — сформулировать, какой проект или программа будут считаться хорошими. На основании этого описания формируется список критериев, по которым затем будут оцениваться как планы благотворительных программ или программ социальных инвестиций, разрабатываемые внутри компании, и проектные заявки от потенциальных грантополучателей, так и реализованные проекты и программы.

Как показали материалы, представленные на конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности», в России уже есть ряд компаний, которые такие критерии сформулировали и применяют на практике. Например, Группа лесопромышленных

компаний SEGEZHA GROUP для оценки заявок, поданных на конкурс социальных проектов «Добрые леса SEGEZHA GROUP», использует такие критерии, как актуальность и степень разработанности проектной идеи, социальная эффективность проекта, квалификация исполнителей проекта. Причем для каждого критерия составлено достаточно подробное описание, которое помогает более точной оценке. Например, атрибутами социальной эффективности являются целесообразность затрат и результатов проекта; обоснованность расходов, необходимых для реализации проектной идеи; оптимальность методов вовлечения целевой аудитории в проект; эффективность предлагаемых форматов позиционирования, продвижения проекта в местном сообществе.

В Группе Компаний ПРОТЕК Положение о благотворительной деятельности содержит восемь критериев оценки эффективности благотворительной деятельности, включая степень достижения запланированной цели благотворительной помощи для каждого поддержанного проекта; степень достаточности благотворительной помощи (привело ли оказание благотворительной помощи к изменению/улучшению/положительному развитию ситуации); степень удовлетворенности результатами совместного благотворительного проекта/программы со стороны партнеров.

Компания ВымпелКом при выборе проектов использует такие критерии, как наличие связи между проектами и основным бизнесом; наличие значимого социального эффекта от реализации проекта в перспективе; концентрация проекта на технологиях, способных системно повышать благополучие общества, в противовес прямым финансовым вложениям; возможность масштабирования.

В компании Амвэй есть как общие критерии для оценки проектов, так и специфические, которые действуют в рамках отдельных благотворительных программ. Например, каждый проект должен совпадать с миссией и ценностями компании; деятельность НКО-заявителя должна быть полностью прозрачной. Еще один общий критерий — возможность участия в реализации проекта сотрудников и дистрибьюторов Амвэй, причем не только финансово, но и в качестве волонтеров. Для проектов, поддерживаемых в рамках программы «Мама-предприниматель», применяются еще шесть критериев оценки, включая экономическую и финансовую обоснованность проекта, вероятность его реализации и потенциал создания рабочих мест.

В ряде компаний сформулированы не только критерии оценки, но и подходы к их использованию, которые позволяют сравнивать разные проекты между собой. Например, в компании РУСАЛ оценка реализованных проектов проводится по четырехбалльной системе по пяти блокам критериев: эффективность реализации; устойчивость; влияние на развитие территории; вклад в развитие организации-исполнителя; информирование о поддержке проекта компанией ОК РУСАЛ. В компании СИБУР разработана система привязанных к критериям индексов, которые рассчитываются для каждого реализованного проекта в рамках ежегодного исследования эффективности. Например, индекс результативности проекта изме-

ряет степень достижения целей проекта: цели проекта, указанные в конкурсной заявке, соотносятся с фактическими результатами, указанными в отчете. Индекс коммуникационной активности грантовых проектов измеряет полноту и качество информационного сопровождения проекта, а также корректность представления СИБУРа как спонсора и партнера.

Если говорить о том, на основании каких данных выносятся суждения о ценности реализованных проектов, то большинство компаний использует данные, которые собираются в ходе реализации проектов и программ. Примеров, когда оценка проводится как отдельное мероприятие, да еще и с соблюдением принципа триангуляции, то есть использования нескольких источников информации и методов сбора и анализа данных, чтобы обеспечить достоверность полученных данных и их интерпретации, пока немного. Например, компания Сахалин Энерджи регулярно заказывает внешнюю оценку своих проектов и программ, при проведении которой используется комплекс методов сбора данных, включая семинары, опросы, фокус-группы, тематические встречи.

Стоит также отметить увеличение количества проектов и программ, которые прошли оценку по методике SROI (социальный возврат на инвестиции, или соотношение денежной оценки благ, созданных проектом для непосредственных благополучателей, и затрат на реализацию). В 2017 году такая оценка была проведена для конкурса ОМК-Партнерство Объединенной металлургической компании. В 2021 году руководство компании решило ее повторить. В 2020 году оценку по методике SROI прошла программа КПМГ «Уверенное начало». Правда, стоит оговориться, что как минимум в случае ОМК-Партнерство оценка не свелась только к измерению коэффициента SROI. Параллельно был проведен анализ опыта реализации программы и даны рекомендации по ее развитию.

В заключение должна сказать, что, судя по описаниям практики компаний, в компаниях пока отсутствует важный элемент, который формализует связь между результатами оценки и принятием управленческих решений. В международной практике все большее распространение получает management response — документ, подготавливаемый руководством организации после получения отчета об оценке. В этом документе фиксируется позиция руководителей относительно выводов и рекомендаций оценки. Кстати, на этапе формирования management response у руководства есть возможность не согласиться с отдельными (и даже всеми) выводами и рекомендациями, но требуется обосновать свою позицию. И на основании этой позиции составляется план использования результатов оценки — с ресурсами и ответственными.

Стейкхолдеры как благо-творители и благо-получатели в России: опыт корпоративных социальных инвестиций в «новой нормальности»

Корпоративная социальная ответственность (КСО) и благотворительность традиционно нацелены на создание экономических ценностей — на экономическом уровне, на моральном уровне — ценностей социальных. Сегодня эти парадигмы усложняются, особенно в Ковид-пандемию: в условиях «новой нормальности» у корпорации появляется поле новых вызовов и возможностей именно в социальной сфере.

На макроуровне основания корпоративной социальной ответственности и благотворительности бизнеса рассматриваются с позиций целей устойчивого развития (ЦУР) ООН, все больше внимания уделяется социальной и экологической ответственности в контексте ESG (ecological, social, governmental).

Кросс-организационная интеграция корпоративной социальной ответственности и социальной миссии компаний становится важнейшей тенденцией взаимодействия и взаимовлияния бизнеса и общества, по мнению авторитетного международного издания в сфере благотворительности Giving in Numbers (2020).

КСО и корпоративная благотворительность в развитых экономиках объективно превращаются в один из элементов корпоративных инвестиций социальных, импакт-инвестиций, то есть вложений в компанию/организацию/фонд с целью получения не просто возврата денег, но значимого социального и/или экологического эффекта.

Подобный подход весьма востребован, объем рынка импакт-инвестиций к 2025 году, согласно данным Global Impact Investing Network, может превысить 2 трлн долларов США.

Социальное инвестирование как востребованный тренд обуславливает перестройку бизнес-моделей и системы внутренних и внешних коммуникаций корпораций с учетом комплексного воздействия всех бизнес-процессов на систему взаимосвязанных экономических, социальных и экологических проблем и показателей.

Российские реалии социального инвестирования, взаимодействие корпоративных благо-творителей и благо-получателей пока далеки от актуальных мировых практик. Показатели России в глобальном рейтинге развития благотворительности невысоки: год назад страна находилась на 139-м месте. Осведомленность об импакт-инвестировании низкая: в первом национальном исследовании социальных инвестиций, инициированном Ассоциацией менеджеров России (2019), компании представили данные исключительно о корпоративной социальной ответственности.

** Под импакт-инвестированием автор подразумевает социальные инвестиции компании.*

Тем не менее в 2020 году, по данным исследований «Форума Доноров», комплексное целеполагание благотворительной деятельности, ориентированной на решение социальных проблем, в контексте повышения устойчивости бизнеса и развития регионов присутствия становится для корпораций нормой.

Одним из действенных механизмов адаптации корпорации к экономической и социальной эффективности в «новой нормальности» сегодня называют концепцию стейкхолдерства (stakeholder concept), предложенную в 1984 г. Р. Э. Фриманом для стратегического менеджмента организации: когда корпорация рассматривается как сочетание заинтересованных сторон; не только как инструмент получения прибыли, но и как элемент экономической, социальной, культурной, информационной среды во взаимодействии с внутренним и внешним окружением. Заинтересованные стороны компании, стейкхолдеры, по определению Фримана, — это любые индивидуумы, группы или организации, существенно влияющие на принимаемые компанией решения и/или оказывающиеся под воздействием этих решений.

Концепция стейкхолдеров, возникнув как альтернатива классической деятельности корпорации, сегодня весьма точно описывает реалии корпоративной работы и показывает возможности повышения ее эффективности на основе взаимодействия всех заинтересованных сторон, которые влияют на реализацию актуальных корпоративных стратегий.

На этих идеях основаны современные международные стандарты бизнеса, в частности GRI, ISO 26000 и др. В России, например, компания МТС строит взаимодействие с заинтересованными сторонами на основе стандарта AA1000 (SES, Stakeholders Engagement Standard) с учетом принципов существенности и полноты, оперативного реагирования: в корпорации определили круг ключевых заинтересованных сторон, а также их наиболее существенные интересы и выстраивают коммуникацию на основе понимания мнений, взглядов, потребностей и ожиданий стейкхолдеров, адекватно на них реагируя.

Каковы характеристики стейкхолдерства как одного из механизмов социального инвестирования, КСО и благотворительности в 2020 году в условиях пандемии и «новой нормальности» в России? Насколько эта деятельность согласуется с мировыми практиками и трендами импакт-инвестирования, то есть, по существу, соответствует глобальному уровню зрелости и современным форматам бизнеса?

В исследовании актуальных характеристик взаимодействия стейкхолдеров крупнейших корпораций в России, проведенном в 2021 г. «Форумом Доноров», приняли участие 44 компании, которые работают как в отдельных регионах (26 компаний), так и по всей России (18), а также ведут бизнес за рубежом (33); представляют различные сферы бизнес-деятельности — от металлургии, энергетики до телекоммуникаций — и практикуют различные форматы импакт-инвестирования.

На макроуровне социальная политика большинства компаний соответствует глобальной повестке: корпорации декларируют реализацию целей устойчивого развития (ЦУР) ООН (например, ООО Амвэй, Группа РусГидро, Сахалин Энерджи

Инвестмент Компани Лтд., СИБУР, СУЭК и др.), приверженность формированию ESG-стратегии, коррелирующей с ЦУР (например, Северсталь, УК Сегежа Групп, АО КБ Ситибанк, ПАО Трубная металлургическая компания и др.). Устойчивое развитие для многих компаний, например для ИКЕА Дом, — часть их «корпоративного ДНК», забота о людях и планете — одна из базовых ценностей.

Корпорации и их стейкхолдеры еще недавно традиционно отмечали, что заинтересованы в социальных инвестициях, поскольку это, в первую очередь, обеспечивает компании «социальную лицензию» на ведение деятельности, а значит, снижает социальные и политические риски для бизнеса.

Сегодня идеи социального инвестирования как обязательной компоненты бизнеса начинают трактоваться и применяться все более широко. Так, фонд Группы АФК Система в рамках ПМЭФ-2021 подписал соглашение с ВЭБ.РФ и администрацией Костромской области о запуске первого в России проекта социального воздействия, организатором, инвестором и исполнителем которого выступает фонд частной корпорации. На основе прямого взаимодействия с представителями властей регионов, с которыми сотрудничает АФК Система, фонд каталогизировал и приоритизировал социальную повестку корпорации с учетом потребностей развития этих территорий, с одной стороны, и задач бизнеса, с другой.

Ежегодные прямые социальные инвестиции Группы АФК Система превышают миллиард рублей. В 2020 г. общая их сумма, включая отчисления в корпоративный фонд и финансирование собственных проектов компаний Группы, составила около 1,55 млрд руб. Благотворительный Фонд Система направил в 2020 году на реализацию стратегических программ 244 826 тыс. руб. Отметим, что в пандемию в эту сумму входит более 24 млн руб. на тест-системы для диагностики COVID-19 в регионах, ремонт станции скорой помощи в Тульской области. От внешних по отношению к корпорации и частных компаний на реализацию социальной акции «Страна без вируса» было привлечено 385 млн руб.; всего же в рамках этой социальной инициативы медицинским учреждениям и работникам помощь оказана на 1,7 млрд руб.; итоговый объем помощи со стороны корпорации составил 1,37 млрд руб.

Практически все компании называют среди базовых принципов социального инвестирования стратегическое партнерство со стейкхолдерами, вовлечение заинтересованных сторон в реализацию социальных проектов, надлежащий учет мнений и ответственное поведение, законность и этичность как ключевые принципы социальной деятельности. Группа РУСАЛ, например, основной целью социальной стратегии компании считает создание благоприятной социальной среды для производственной деятельности через внедрение устойчивых моделей социальных инвестиций в комплексное социально-экономическое развитие территорий с широким участием заинтересованных сторон.

Партнерство и содержательный диалог, по мнению экспертов компании СУЭК, позволяют точнее настраивать социальные программы на интересы развития ре-

гионов и повышать эффективность инвестиций, создают синергетический эффект от работы бизнеса, органов власти и общественности на благо территорий.

Компания FESCO видит суть своей социальной ответственности в том, чтобы быть надежным и ответственным партнером для всех заинтересованных сторон. Для акционеров — создавать дополнительную стоимость, в том числе способствуя развитию технологий и методов ведения бизнеса, для сотрудников — способствовать высокой вовлеченности и раскрытию творческого потенциала, в том числе через их привлечение к реализации общественно значимых проектов. Компания включает в список приоритетов открытый диалог и этические методы сотрудничества в отношениях с деловыми партнерами, вклад в социально-экономическое и культурное развитие регионов присутствия, а также заботу об экологичности производства, эффективное использование ресурсов, применение новейших технологий и лучших высокотехнологичных решений в области защиты окружающей среды и множество других опций. Показательно, что FESCO напрямую связывает улучшение качества корпоративного управления и обеспечение регулярного и полного раскрытия информации о решениях и деятельности компании, которые оказывают воздействие на общество и окружающую среду.

Социально ответственный и системный подход к пониманию сущности стейкхолдерства демонстрируют все компании-респонденты. Например, Ростелеком при ранжировании заинтересованных сторон принимает во внимание как степень влияния на деятельность компании каждой заинтересованной стороны, так и степень обратного влияния — корпорации на конкретную группу стейкхолдеров, а также пересечение взаимных интересов. Определение заинтересованных сторон производится с учетом степени влияния на текущую деятельность и стратегическое развитие компании, а также сложившейся практики взаимодействия с заинтересованными сторонами, их зависимости от результатов деятельности корпорации.

Эксперты Благотворительного фонда Система в своей корпоративной типологии стейкхолдеров выделяют три уровня заинтересованных сторон: это, во-первых, стороны, формирующие основу деятельности компании (благополучатели, команда и органы управления, доноры); во-вторых, оказывающие существенное влияние на работу корпорации и формирующие стратегические приоритеты, но не имеющие на нее прямого воздействия (экспертное и профессиональное сообщества, социальные партнеры, общество, государство, СМИ); в-третьих, заинтересованные в деятельности компании, но не оказывающие на нее влияния (подрядные организации, поставщики).

Круг стейкхолдеров, необходимых для реализации корпоративных программ социального инвестирования, КСО и благотворительности, весьма широк и разнообразен у всех корпораций — участников исследования. Большинство компаний, несмотря на несущественные различия, работают с такими внутренними и внешними заинтересованными сторонами различного уровня влияния, как владельцы, акционеры, сотрудники компании, клиенты, партнеры, конкуренты, кредиторы, благополучатели, представители власти, местные сообщества, НКО, СМИ, профес-

сиональное сообщество в сфере устойчивого развития, КСО, благотворительности, социальных инвестиций, а также международные организации.

Пример программы «Мама-предприниматель» компании Amway наглядно показывает, насколько разнообразны группы стейкхолдеров, вовлеченные в корпоративные проекты социального инвестирования. Так, соорганизаторами программы являются Федеральная корпорация по развитию среднего и малого предпринимательства (представители власти), Комитет по развитию женского предпринимательства ОПОРЫ РОССИИ (представители местного сообщества), банк Открытие (представители федерального и регионального бизнеса). Мамы-предприниматели в рамках тренингов приходят в местные бизнес-организации, чтобы увидеть все процессы изнутри (профессиональное сообщество). В работе жюри в регионах участвуют как лучшие независимые предприниматели, так и профессионалы высокого уровня (руководители регионов, PR-менеджеры).

Отметим, что увеличение количества компаний, для которых важно взаимодействие с профессиональным сообществом в сфере устойчивого развития, КСО, благотворительности, социальных инвестиций, позволяет зафиксировать растущий уровень компетенций и профессионализма сотрудников корпораций, рост и формирование институализации профессионального сообщества экспертов. Почти две трети компаний отмечают, что внешняя профессиональная экспертная оценка является необходимым фактором развития самого бизнеса. Это демонстрирует существенные предпосылки перехода к более зрелому этапу развития российской благотворительности.

Выделение приоритетных стейкхолдеров определяется стратегиями бизнеса и реалиями социально-экономического развития компаний. Среди ключевых стейкхолдеров, по мнению компаний-респондентов, лидируют местные сообщества (почти 25%, 11 компаний), владельцы, благополучатели, НКО (по 12%, 5 компаний), сотрудники (около 9%, 3 компании).

Местные сообщества оказываются среди лидеров ключевых стейкхолдеров, можно сказать, «по определению». Так, социальные инвестиции Северстали направлены на повышение качества жизни людей, живущих на территориях, где работают ее предприятия. Укрепление и развитие местных сообществ является одной из ключевых целей программы социальных инвестиций компании СИБУР. В корпорации поясняют, что через реализацию инвестиционных проектов и социальных инициатив, создание рабочих мест и выплату налогов в региональные и местные бюджеты она работает на благо местных сообществ, повышает общественное доверие к компании и создает благоприятные условия для развития бизнеса в долгосрочной перспективе, что соответствует классическому подходу КСО.

«Мы считаем себя частью местных сообществ и активно развиваем сеть конструктивных взаимоотношений с людьми, живущими на территориях присутствия компании. Наши постоянные партнеры в реализации социальных программ — региональные и муниципальные администрации, образовательные учреждения, общественные организации, местные жители», — отмечают в компании СУЭК.

В регионах, где предприятия компаний являются градообразующими, взаимодействие со стейкхолдерами развивается по особым сценариям, поскольку целевые аудитории чаще всего смешанные. Как отметили в Группе ММК, поддержка сотрудников компании, их здоровья и благосостояния — важнейшее социальное обязательство для ММК как ответственной компании, заботящейся о своих работниках. При этом категории «сотрудники» и «местные сообщества» в условиях Магнитогорска существенно пересекаются: до трети населения города так или иначе связаны с комбинатом — это либо сотрудники, либо их родственники, и компания предлагает особенные решения взаимодействия для таких стейкхолдеров и их окружения.

Релевантное определение ключевых заинтересованных сторон с позиций социального инвестирования позволяет корпорациям более эффективно выстраивать стратегии не только импакт-инвестиций, но и бизнеса. Так, в Группе Свеза отметили в числе приоритетных для них стейкхолдеров местные сообщества, представителей власти и НКО. Именно эти группы (а не только классическая триада владельцы-акционеры-сотрудники), по убеждению корпоративных экспертов, определяют условия объективности подхода к решению любых значимых для компании проблем, эффективности использования ресурсов, их распределения и т.д. для совместной реализации программ и проектов, особенно в контексте цели Группы Свеза на перспективу до 2030 года: сохранение трудоспособного населения на территориях присутствия компании. Поскольку большинство предприятий Группы являются градообразующими, от их деятельности практически полностью зависит жизнь этих городов и поселков, что и входит в зону приоритетов корпорации, точность выбора ключевых стейкхолдеров несомненна.

Показательно расширение взаимодействия корпораций и НКО, что свидетельствует не только о новых альянсах в отечественной системе благотворительности, но и о «социализации» ландшафта благотворительности как таковой за счет организаций некоммерческих, то есть ориентированных именно на социальные изменения.

Благотворительные программы практически 12% компаний-респондентов осуществляются НКО на партнерских основаниях. Причем все чаще некоммерческие организации являются операторами программ, начиная от определения социальной проблемы, формирования архитектуры программы, ее плана и бюджета до реализации и оценки эффективности, да и конечные благополучатели определяются самой НКО, которая ведет с ними основное взаимодействие.

Например, ПАО Росбанк рассматривает НКО в качестве ключевых стейкхолдеров и партнеров, имеющих наибольший потенциал для создания позитивных изменений, что соответствует ожиданию остальных стейкхолдеров. В ПАО Мегафон отмечают, насколько важно ориентироваться на опыт и экспертизу НКО как ключевых партнеров: именно их компетентность в интересующих компанию направлениях позволяет создать и развить бизнес.

Практически все компании первыми в списке стейкхолдеров называют владельцев и акционеров. Корпорации отмечают, что именно они являются ключевыми стейкхолдерами, так как принимают решение о выделяемых бюджетах, утверждают стратегические направления работы. Корпорации поясняют, что, несмотря на большой прирост индивидуальных пожертвований, прибыль компании остается основным ресурсом, который может быть направлен на импакт-инвестирование.

Подобное весьма логичное определение приоритетных групп стейкхолдеров сегодня, как считают эксперты, в большинстве случаев может парадоксально свидетельствовать еще и о том, что проблемы социального инвестирования, КСО и благотворительности, которые требуют неперемennого решения первых лиц, все еще не включены в разряд обязательной текущей корпоративной деятельности, и компания применяет классический — выстроенный «по вертикали» — вариант взаимодействия со всеми своими стейкхолдерами, при том что сама концепция стейкхолдерства отражает, по сути, приоритет равноправного вовлечения всех заинтересованных сторон.

Несмотря на Ковид-кризис, который закономерно привел к изменениям корпоративных стратегий и усиленному вниманию к внутренним целевым аудиториям, только три компании назвали своих сотрудников стейкхолдерами более приоритетными, чем прочие заинтересованные стороны: АО Газпром-Медиа Холдинг, ПАО Трубная металлургическая компания, АО Концерн Инновационные Технологии. При этом в ранжировании внутренних групп стейкхолдеров компании демонстрируют точную фокусировку: так, среди главных интересантов во внутренних аудиториях Концерн Инновационные Технологии названы в том числе руководители предприятий, которым необходимы высококвалифицированные кадры технических специальностей.

Какие технологии взаимодействия компаний и заинтересованных сторон наиболее востребованы и эффективны? Системный подход к процессу социального инвестирования — от создания корпоративных стратегий, их реализации до оценки эффективности — применяют практически все компании. При разработке отдельных благотворительных программ учитывается как общее направление благотворительной деятельности компании, так и потребности стейкхолдеров (например, регионов), о которых компания узнает у местной власти, сообщества, НКО и т.д. Корпорации учитывают тренды развития импакт-инвестирования, КСО и корпоративной благотворительности, новые методы и технологии взаимодействия, которые наиболее актуальны в профессиональном сообществе.

Согласование интересов компании и стейкхолдеров по вопросам разработки и реализации благотворительных программ и проектов осуществляется в рамках прямого диалога с заинтересованными сторонами в ходе переговоров, создания и организации совместных рабочих групп и постоянно действующих комиссий, организации и проведения конференций и форумов, различного рода собраний, совещаний и встреч.

Основные принципы информационной политики практически всех компаний — регулярность, последовательность и оперативность предоставления информации; доступность, объективность, полнота, достоверность и сравнимость раскрываемых сведений; равенство прав всех заинтересованных сторон на получение информации в соответствии с действующим законодательством, нормами и требованиями; независимость представления информации от интересов отдельных лиц или их групп; поддержание разумного баланса между открытостью компании и соблюдением ее коммерческих интересов и т.д.

Цели коммуникации со стейкхолдерами и информационного сопровождения социального инвестирования компании закрепляют программными документами. Например, Политика о благотворительной спонсорской помощи, Основные направления социальных инвестиций АФК Система нацелены, в первую очередь, на улучшение качества жизни в городах присутствия компании. В компании СУЭК действует базовый документ Информационная политика, который определяет порядок информирования заинтересованных сторон о ее деятельности, а также серия внутренних документов: информационная стратегия, идеология, распорядительные документы. Ежегодно по решению Правления принимается Информационная программа, коррелирующая направления информационной деятельности в зависимости от текущих условий. В компании Металлоинвест принята Политика по взаимодействию с заинтересованными сторонами, которая закрепляет принципы и основные способы взаимодействия для каждой группы стейкхолдеров.

При формировании стратегий и документов используются разнообразные методы и подходы. Например, принципы соучаствующего проектирования, методы сбора обратной связи от ключевых стейкхолдеров программы применяют в ПАО ГМК Норильский никель. ПАО МТС проводит стратегические сессии по разработке стратегии, комплексные исследования при запуске новых программ, их мониторинг, фокус группы, анкетирование, завершающие мероприятия по программам с получением обратной связи.

Для получения более глубинного понимания операционной среды практически все компании проводят опросы общественного мнения, чтобы выявить социально-экономические проблемы, которые требуют решения, оценить отношение к деятельности компании, отношение к благотворительности компании и т.д.

В компаниях ежегодно разрабатываются внутренние и внешние коммуникационные стратегии по ключевым проектам, включающие в том числе мероприятия по взаимодействию с персоналом, с общественностью и СМИ.

Так, в ПАО Мегафон разработана комплексная система взаимодействия со стейкхолдерами. Эксперты отмечают, что 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 этих 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. В компании оценка программ осуществляется на всех этапах: разработки, реализации, по итогам завершения ключевых этапов, годового цикла или всего периода реализации — и включает как внутреннюю, так и внешнюю оценку. На этапе оценки особенно важным является привлечение профильных внешних экспертов. В конце каждого года реализации программ проводятся мероприятия с участием заинтересованных сторон — благополучателей, местных сообществ, профильных НКО, представителей власти, профессиональных сообществ, СМИ, на которых обсуждаются достигнутые результаты и планы по развитию программ на следующий период. По результатам обсуждений уточняются цели и задачи программ, устанавливаются новые КПЭ, вносятся изменения в программы реализации и паспорта программ.

Важным инструментом почти две трети компаний считают мониторинги, основная цель которых — получить исчерпывающие эмпирические и статистические данные о реализации проекта, оценить его воздействие на качество жизни людей на территориях присутствия компании. Мониторинг проводится, как правило, вместе с консультациями с представителями заинтересованных сторон: с сотрудниками компании, местными сообществами, благополучателями, представителями власти, НКО.

В компании СИБУР для каждой аудитории существуют специальные каналы взаимодействия. Для акционеров и инвесторов, например, — проведение общих собраний акционеров, заседания Совета директоров. Для сотрудников — исследование вовлеченности персонала Энергия СИБУРа; пульс-опросы; программы обучения и развития; корпоративные ИТ-платформы; Менделеевский спринт и т. д. В пандемию работает внутренняя горячая линия по коронавирусу и бизнес-этике. Для клиентов важны участие в выставках и отраслевых союзах, проведение клиентских опросов, проекты, направленные на популяризацию принципов безотходной среды, а также издается журнал СИБУР для клиентов. Для деловых партнеров и поставщиков проводятся опросы, встречи, организуется участие в профильных мероприятиях, конкурсах и рейтингах. НКО включается в общественные слушания и общественные советы в городах присутствия, а также в партнерские проекты.

Компании принимают активное участие в межотраслевых и профессиональных мероприятиях социальной тематики. Так, представители СУЭК участвуют в мероприятиях РСПП, Форума Доноров, газеты Ведомости, МИРБИСа, Ассоциации менеджеров России, Центра Благосфера, Агентства стратегических инициатив, Фонда Наше будущее, ТПП РФ, АСИ, Минэкономразвития, МШУ Сколково и др. в условиях пандемии онлайн.

Компании декларируют постоянное развитие внутренних и внешних медийных коммуникаций, применяя комплексный подход для коммуникации благотворительных программ, проектов и акций. Например, сотрудниками отдела

информационного обеспечения и работы со СМИ Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд. ежегодно формируется общий медийный план компании, утверждаемый главным исполнительным директором. Исходя из целей и задач компании, ежегодно разрабатываются внутренние и внешние коммуникационные стратегии по ключевым проектам компании, включающие в том числе мероприятия по взаимодействию с персоналом, с общественностью и СМИ. В компании также реализуется Политика по взаимодействию со средствами массовой информации и участию в публичных мероприятиях. Коммуникационная стратегия включает краткое описание программы, проекта, проблематику, ключевые тезисы, цель и задачи, вызовы и возможности, целевую аудиторию, каналы и инструменты коммуникации, сроки, оценку эффективности и план мероприятий.

Группа Компаний ПРОТЕК для внутренних заинтересованных сторон использует электронные рассылки по рабочей базе адресов, интранет, корпоративные издания, информационные доски, стенды в офисах дивизионов Группы, для внешних стейкхолдеров — социальные сети, публикации на официальных источниках — Вконтакте, Фейсбук, публикации в профильных СМИ.

Ключом к высокому качеству, например, пресс-службы ПАО Ростелеком является система КПЭ, контроль количества публикаций, оценка качества текстов, опросы представителей СМИ о работе подразделения.

Компании начинают практиковать переход от парадигмы диалога и коммуникаций к парадигме совместных действий. Так, ЕвроХим наряду со встречами, стратегическими сессиями, семинарами, круглыми столами со стейкхолдерами переносит акцент на совместную организацию социальных программ и проектов. Хорошими примерами в компании считают проведение во всех регионах присутствия социальных программ совместно с местными институтами (например, мероприятий программы #20ДобрыхДелЕвроХим), проведение стратегической сессии по развитию города Гиперборейский диалог в Ковдоре.

Пандемия COVID-19 внесла коррективы в коммуникации. Характерным можно назвать социальное инвестирование в Банке ВТБ (ПАО), где на фоне пандемии COVID-19 был изменен формат коммуникации с институциональными инвесторами и аналитиками, все мероприятия переведены в онлайн-формат (проведено 157 онлайн-встреч, из них 96 — в рамках онлайн-конференций и роуд-шоу). В 2020 году зафиксирован рекордный рост количества инвесторов-участников конференц-звонков по ежеквартальному раскрытию отчетности МСФО — на 64% по сравнению с 2019 г.

Все больше корпораций ориентируются на качественные показатели социальных инвестиций: целенаправленное изменение, улучшение жизни в сообществе как приоритет, когда в конечном итоге бенефициаром каждого подобного проекта или программы становятся все жители региона, — отличает импакт-инвестирование.

Так, социальная деятельность ПАО ВымпелКом (бренд Билайн) направлена на улучшение различных общественных явлений, которые в той или иной мере затрагивают каждого.

Эту точку зрения разделяют в Фонде Arconic (АО Арконик СМЗ), поэтому создание специальных мест для отдыха и троп для прогулок в национальном парке Самарская Лука сохраняет эндемичные растения и прививает экологическую сознательность посетителям. Кураторы программы Путевка в профессию вместе с карьерной подготовкой своих подопечных — выпускников интернатов решают и юридические вопросы, к примеру, связанные с возможностью сохранить детей в семье участников проекта. Эта дополнительная, пусть и не предусмотренная программой забота, может, по мнению сотрудников компании, косвенно предотвращать повторное сиротство, поскольку у выпускника детского дома сформируется другая модель поведения, и он не отдаст своих детей в интернат, будет нести ответственность за свою семью. Иными словами, в итоге программа не только помогает, но и меняет отношение к проблемам выпускников детдомов в обществе и их жизнь.

Эффективность проектов корпорации также определяют совместно со стейкхолдерами. Так, в компании Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд. применяется собственная система оценки эффективности проектов на основе утвержденных переменных и показателей, позволяющих проводить комплексный анализ проектов как за отдельный год, так и за все время реализации проекта. В рамках работы с общественностью на территориях присутствия компания использует институт координаторов, за каждым из которых закреплена определенная территория. Именно координаторы участвуют в важнейших этапах проектной работы: консультирование заявителей по вопросам подготовки проекта и текущий мониторинг поддерживаемых благотворительных проектов, а также выстраивание системы обратной связи с населением по вопросам производственной деятельности компании. Координаторы подают еженедельный отчет о проделанной работе с информацией о текущих изменениях и статусе благотворительных проектов на подотчетной территории, которые анализирует проектный лидер — сотрудник отдела по связям с общественностью. Закономерно, что ежегодный процесс оценки результатов благотворительной деятельности компании осуществляется двумя методами: проведением внутренней оценки реализованных проектов, а также опроса общественного мнения на местах реализации благотворительных проектов.

Оценка эффективности социальных программ проводится чаще всего методом социального возврата на инвестиции. Так, АО Объединенная металлургическая компания в 2017 году и в 2021 году для участия в оценке привлекала участников программы: Центр инноваций социальной сферы (ЦИСС), администрацию, социальных предпринимателей, некоммерческие организации, добровольцев.

Таким образом, несмотря на кризисные условия «новой нормальности», социальное инвестирование в крупнейших компаниях, работающих в России, активно развивается. В работе со стейкхолдерами точное выделение групп заинтересованных сторон, максимально широкая их линейка, куда приоритетно включают не только владельцев и акционеров, сотрудников и представителей власти, но местное и международное сообщество, НКО, а также профессиональное экспертное

сообщество в сфере устойчивого развития, КСО, благотворительности, социальных инвестиций, и гибкая фокусировка на взаимодействии с ними, расширение спектра отраслей благотворительности свидетельствуют о растущем разнообразии этого направления корпоративной деятельности и росте влиянии социальных инвестиций и концепции стейкхолдеров в России.

Акцент на взаимодействие не только с благополучателями, но с местным сообществом, НКО демонстрирует все более ответственное отношение корпораций к своей социальной миссии. Сбалансированный подход к взаимодействию со всеми группами стейкхолдеров, постоянное взаимодействие с целевыми аудиториями, расширение и активизация медийного присутствия не только в формате годовых отчетов, собраний, сессий, но и благодаря постоянной инициации новых проектов, продвижению импакт-инвестирования в глобальных и корпоративных социальных сетях, на собственных и внешних цифровых каналах позволяет говорить о том, что культура социального инвестирования на корпоративном уровне начинает превращаться из субкультуры в существенное условие работы компаний.

Российские реалии и логика взаимодействия компаний со стейкхолдерами в целом свидетельствуют в пользу более зрелого этапа развития социального инвестирования, корпоративной социальной ответственности и благотворительности и, значит, растущей зрелости отечественного бизнеса, поскольку компании видят в своих целевых аудиториях уже не просто благополучателей, сотрудников или потребителей, но личности.

Именно такие качественные изменения позволили Группе Свеза определить актуальную мировоззренческую корпоративную максиму социального инвестирования: «Мы несем изменения в мир через наших сотрудников».

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 EY в России, разработана на базе первичной методологии «Лидеры корпоративной благотворительности» сети аудиторско-консалтинговых фирм PwC совместно с Форумом Доноров.

ИТОГИ

СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ — 2021»

Соса-Cola в России	Горьковская железная дорога — филиал РЖД	Русская медная компания
En+ Group	ЕВРАЗ	САП СНГ
EY	ЕвроХим	Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.
ЛТI Россия (Дж.Т.И. Россия)	ИКЕА ДОМ	Свеза
KPMG	Концерн Инновационные Технологии	СЕВЕРСТАЛЬ
Polymetal	Леруа Мерлен	Сегежа групп
Samsung Electronics	Магнит	Сибантрацит
X5 Group	Макдоналдс	Сибирская Угольная Энергетическая Компания (СУЭК)
АБСОЛЮТ, Инвестиционная Группа	МегаФон	СИБУР
Альфа-Банк	Металлоинвест	Ситибанк
АМВЭЙ	ММК	Тинькофф Банк
Аркиник СМЗ	МТС	Транспортная группа FESCO
АФК «Система»	Нестле Россия	Трубная металлургическая компания (ТМК)
Банк ВТБ	Нефтиса	Филип Моррис Интернэшнл в России
БИОКАД	НОРНИКЕЛЬ	Хендэ Мотор СНГ
ВкусВилл	Объединенная металлургическая компания (ОМК)	Эксон Нефтегаз Лимитед, оператор проекта Сахалин-1
Водоканал Санкт-Петербурга	ОК РУСАЛ	Южно-Уральская железная дорога — филиал РЖД
Волжский трубный завод	Проктер энд Гэмбл	Ям Ресторантс Раша
Восточно-Сибирская железная дорога — филиал РЖД	Промсвязьбанк	Янссен, подразделение фармацевтических товаров ООО Джонсон & Джонсон
ВымпелКом (бренд Билайн)	ПРОТЕК	
Газпром нефть	РЖД (Российские железные дороги)	
Газпром трансгаз Ухта	РОСБАНК	
Газпром-Медиа Холдинг	Ростелеком	
	РусГидро	

РЕЙТИНГ А+

Газпром нефть

Металлоинвест

МТС

НОРНИКЕЛЬ

ОК РУСАЛ

СИБУР

РЕЙТИНГ А

Соса-Cola в России

АМВЭЙ

АФК «Система»

Аффилированные компании "Филип Моррис Интернэшнл"

ЕВРАЗ

Объединенная металлургическая компания (ОМК)

Ростелеком

Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.

СЕВЕРСТАЛЬ

Сибирская Угольная Энергетическая Компания (СУЭК)

Трубная металлургическая компания (ТМК)

Эксон Нефтегаз Лимитед, оператор проекта Сахалин-1

НОМИНАЦИИ

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

Партнер номинации: Министерство экономического развития Российской Федерации



«Лучшая программа (проект) в сфере поддержки науки и образования»

Партнер номинации: Министерство науки и высшего образования Российской Федерации



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

Партнер номинации: Министерство культуры Российской Федерации

ООО «Хендэ Мотор СНГ»	АО «ОМК»	ПАО «РусГидро»
2	1	3
Проект «Большая музыка для маленьких»	ГУЛ — город удивительных людей	«Детская книга: от издательства до библиотеки»

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

Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей

АО «МХК «ЕвроХим»	ООО «Леруа Мерлен Восток»	ПАО «МТС»	ООО УК «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»	ПАО «Северсталь»
2	2	1	1	3
#20ДобрыхДел ЕвроХим	Восстановление городской среды и сохранение культурной идентичности городов	Туристические аудиогиды от МТС	Комплексная программа поддержки регионов присутствия в период пандемии	«Птицы и сталь». «ПАО «Северсталь» и ФГБУ «Дарвинский государственный заповедник» - сотрудничество во имя будущего орлов Русского Севера.

«Лучшая программа, способствующая обеспечению гендерного равенства»

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

Компания EY	Polymetal International	Подразделение фармацевтических товаров «Янссен» ООО «Джонсон & Джонсон»
2	1	3
Программа EY «Деловые женщины» (EY Entrepreneurial Winning Women™ program)	Ассоциация «Женщины в добывающей отрасли России»	Образовательная инициатива для школьников WiSTEM ² D

Специальный диплом за развитие женского лидерства ООО «Ям Ресторантс Раша» Heart Led Women

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

Партнер номинации: Фонд президентских грантов

ООО УК «Металлоинвест»		
<p>ПАО «Газпром нефть»</p> <p>2</p> <p>Грантовый конкурс «Родные города»</p>	<p>1</p> <p>Грантовый конкурс ВМЕСТЕ! С моим городом</p>	<p>«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»</p> <p>3</p> <p>«План содействия развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области»: устойчивое развитие на основе грантовых конкурсов</p>

«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)

АО «СУЭК»			
<p>АО «Альфа-Банк»</p> <p>2</p> <p>Программа «Альфа-Эндо»</p>	<p>АО КБ «Ситибанк»</p> <p>2</p> <p>Расширение экономических возможностей и улучшение благополучия людей с инвалидностью путем трудоустройства</p>	<p>1</p> <p>Программа «Мы выбираем здоровье»</p>	<p>КРМГ</p> <p>3</p> <p>Программа раннего вмешательства «Уверенное начало»</p>

Специальный диплом за новаторское использование подходов к личностной мотивации участников проекта ПАО «Северсталь»

«Лучшая программа по поддержке микро- и малого предпринимательства в России»

Партнер номинации: Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» при поддержке

ПАО «СИБУР Холдинг»

Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России		
<p>ПАО «Северсталь»</p> <p>2</p> <p>Проект «Агентство Городского Развития»</p>	<p>1</p> <p>Инновационный бизнес-навигатор</p>	<p>ПАО «ГМК «Норильский никель»</p> <p>3</p> <p>Конкурс беспроцентных займов на развитие бизнеса в Печенгском округе Мурманской области</p>

«Лучшая программа (проект) в сфере экопросвещения»

Партнер номинации: Общественный форум «Экология»



*Специальный диплом за многолетний вклад в экологическое просвещение населения России
ОАО «РЖД»*

*Специальный диплом за вклад в развитие экологического туризма
ПАО «РусГидро»*

*Специальный диплом за сохранение уникальной экосистемы для будущих поколений
АО «СУЭК»*

*Специальный диплом за комплексный подход к реализации ESG-принципов
на промышленном предприятии АО «Волжский трубный завод»*

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ



Базалеев Олег

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



Ведехин Александр

Заместитель директора Департамента государственной молодёжной политики и воспитательной деятельности Минобрнауки России



Башкирова Ольга

Генеральный директор БФ «Ренова»



Верещагина Екатерина

Генеральный директор агентства «Стратегические коммуникации»



Благов Юрий

Директор Центра КСО им. ПрайвотерхаусКуперс, ВШМ СПбГУ



Войцехович Константин

Региональный советник ЮНЭЙДС по вопросам взаимодействия с органами власти



Бобылёв Сергей

Заведующий кафедрой, д.э.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ, руководитель Центра биозкономики 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



Вашукова Марина

Исполнительный директор Национальной сети Глобального договора ООН



Гуськова Мария

Генеральный директор ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»



Дайман Сергей

Директор, руководитель группы по оказанию услуг в области устойчивого развития в России, EY



Имаева Гузелия

Генеральный директор Аналитического центра НАФИ



Дьяченко Олег

Начальник отдела организации социальных проектов Минобрнауки России



Камболов Марат

Ведущий советник отдела организации социальных проектов Минобрнауки России



Евлампиева Татьяна

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



Карандюк Кирилл

Начальник Отдела мониторинга ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»



Евлаш Юлия

Старший эксперт группы по оказанию услуг в области устойчивого развития, EY



Копылова Галина

Советник Управления корпоративной ответственности, устойчивого развития и социального предпринимательства РСНП



Жаров Андрей

Заместитель генерального директора ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»



Кошелева Наталья

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



Жигулина Юлия

Исполнительный директор Фонда «Наше будущее»



Кузнецов Владимир

Директор Информационного Центра ООН в России



Иванова Екатерина

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



Леонова Татьяна

Независимый эксперт, преподаватель (доцент) кафедры мировой экономики и международных отношений факультета международных отношений ИБДА РАНХиГС



Новак Камила

Независимый эксперт по устойчивому развитию



Феоктистова Елена

Управляющий директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству Российского союза промышленников и предпринимателей



Салдана Винеи П.

Специальный советник Исполнительного Директора, член правления ЮНЭЙДС



Хонякова Наталья

Независимый эксперт



Саркисова Светлана

Руководитель проектов Форума Доноров



Чернышкова Елена

Президент благотворительного фонда «Умная среда»



Середа Маргарита

Заместитель генерального директора по партнерским проектам АНО «Национальные приоритеты»



Чукалин Илья

Генеральный директор Фонда президентских грантов



Соболев Игорь

Советник Генерального директора Фонда президентских грантов



Шилина Марина

доктор филологических наук, профессор РЗУ имени Г.В. Плеханова, директор образовательных и научных программ Национальной премии Серебряный Лучник



Ульянова Ольга

Директор АНО «Общественный форум «Экология»



Щербаткина Мария

Ответственный секретарь Совета Евразийского женского форума при СФ Федерального Собрания РФ



Газпром нефть

Процесс отбора для финансирования отдельных проектов в сфере корпоративной благотворительности и социальных инвестиций

Координацию благотворительной деятельности Газпром нефти осуществляет Комиссия по благотворительности. Комиссия осуществляет общее руководство процессом разработки и реализации Программы социальных инвестиций компании и принимает окончательное решение при рассмотрении обращений, связанных с адресной благотворительностью. Газпром нефть оказывает благотворительную помощь физическим лицам, организациям и учреждениям, способствуя их развитию и совершенствованию. Благотворительная деятельность осуществляется в соответствии с формулировкой корпоративной миссии (в части честного и ответственного ведения бизнеса), а также корпоративными ценностями, которые обозначены в Корпоративном кодексе. Критерием реализации благотворительных проектов является их соответствие принципам оказания благотворительной помощи и основным направлениям благотворительной деятельности Газпром нефти. Для обеспечения актуальности данных положений в компании регулярно проводятся социально-экономические исследования в регионах присутствия и исследования социально-психологического климата в рабочих коллективах предприятий компании. Ключевыми направлениями адресной благотворительной помощи ПАО Газпром нефть в рамках программы «Родные города» является финансирование неотложной медицинской помощи детям, а также оказание помощи сотрудникам компании, их детям и супругам, попавшим в сложную жизненную ситуацию. В то же время компанией рассматриваются запросы и по другим направлениям адресной благотворительной помощи. Все обращения, поступающие в компанию и связанные с адресной благотворительностью, рассматриваются на Комиссии по благотворительности. При формировании программы социальных инвестиций и рассмотрении обращений на Комиссии по благотворительности отбор заявок на финансирование осуществляется в соответствии с основными принципами, определенными в Политике благотворительной деятельности компании (<https://ir.gazprom-neft.ru/upload/iblock/e16/255aed8d190d8f2adb3608b7c9edea12.pdf>)

Система управления благотворительной деятельностью/социальными инвестициями

В компании Газпром нефть функционирует специальный коллегиальный орган — Комиссия по региональной политике, в состав которой входят представители

структурных подразделений Корпоративного центра и дочерних организаций компании. Председатель Комиссии по региональной политике — член Правления, заместитель генерального директора по корпоративным коммуникациям. В число задач комиссии входит аудит общего массива социальных проектов Газпром нефти и ее дочерних организаций в ключевых регионах деятельности компании и утверждение региональных ежегодных программ социальных инвестиций. Ключевые вопросы, связанные с деятельностью Комиссии, выносятся на заседания Правления Компании. Реализация программ социальных инвестиций в ключевых регионах деятельности компании находится в ведении Департамента регионального развития Корпоративного центра, который осуществляет эту деятельность в партнерстве с подразделениями корпоративных коммуникаций дочерних обществ компании.

Все обращения, поступающие в компанию и связанные с адресной благотворительностью, рассматриваются на Комиссии по благотворительности. Ключевая задача этого коллегиального органа — оценка поступающих в Компанию обращений и принятие решений по обращениям. Председатель Комиссии по благотворительности — начальник Департамента регионального развития. Кроме того, к реализации программ привлекаются партнеры из числа некоммерческих и иных организаций, являющихся экспертами в релевантной сфере проектов.

В рамках реализации отдельных проектов программы «Родные города» выстраивается собственная система внутренней координации рабочих процессов.



Металлоинвест

Металлоинвест

Ключевая заинтересованная сторона

Металлоинвест видит своей целью создание ценности для заинтересованных сторон (стейкхолдеров) согласно их интересам и потребностям. Для достижения этой цели мы выстраиваем систему эффективного взаимодействия со стейкхолдерами, используя различные способы взаимодействия и каналы коммуникации и уделяя особое внимание совершенствованию систем двусторонней коммуникации и получению обратной связи. В Компании принята Политика по взаимодействию с заинтересованными сторонами, которая закрепляет принципы и основные способы взаимодействия для каждой группы отдельно. В работе с заинтересованными сторонами Компания сохраняет приверженность следующим принципам:

— открытости: обеспечение прозрачной деятельности и предоставление исчерпывающей информации посредством использования различных каналов, включая нефинансовую отчетность;

— существенности: формирование стратегии развития и ведения собственной деятельности с учетом интересов стейкхолдеров;

— последовательности: последовательное информирование об этапах деятельности и коррекция действий в соответствии с реакцией, позициями и ожиданиями стейкхолдеров;

— полноты: максимально возможный охват интересов и ожиданий, взглядов и потребностей, а также мнения по значимым вопросам на основе постоянного взаимодействия;

— реагирования: оперативно реагирует на запросы заинтересованных сторон и стремится удовлетворять их ожидания.

Этапы процесса мониторинга и оценки

Компания выделяет следующие этапы процесса мониторинга и оценки:

Этап разработки программы: изучаются ожидания и приоритеты жителей регионов, органов власти, сотрудников Компании, оценивается общественная значимость проблемы, на решение которой направлена программа, проводятся исследования в области влияния проблемы на бизнес компании. На основании этих данных разрабатываются программы и показатели эффективности, которые должны быть достигнуты по результатам ее реализации.

Этап реализации программы: отслеживается информация о реализации программы, оценивается реалистичность достижения намеченных показателей, по мере необходимости происходит их корректировка.

Этап подведения итогов: проводится анализ результатов программы, оценивается социальный результат для благополучателей, влияние результатов программы на деятельность компании, изучается отношение к программам заинтересованных сторон, анализируется отношение к программам СМИ, руководителей и сотрудников компании.

Для каждой корпоративной социальной программы оценивается ее результативность (степень достижения запланированных результатов/соотношение реально достигнутых и запланированных результатов). Данный критерий применяется для оценки эффективности программ на этапе завершения. Критерий рассчитывается как отношение реально достигнутых и запланированных результатов программ. Оценка социальных программ в Компании осуществляется как самостоятельно, так и с привлечением внешних консультантов, обладающих опытом оценки социально ориентированных программ и, в частности, корпоративных социальных программ с целью принятия стратегических решений относительно развития и совершенствования программы.

Система управления благотворительной деятельностью/социальными инвестициями

Совет директоров и Правление МТС являются главными органами управления социальными инвестициями и благотворительности. К их компетенциям относится утверждение стратегии компании в соответствии с целями устойчивого развития, контроль за ее выполнением и оценка эффективности. Совет директоров МТС ежегодно утверждает отчет об устойчивом развитии и отвечает за мониторинг показателей достижения целей проектов и программ.

Для планирования, контроля и оценки эффективности благотворительной деятельности в компании ведет работу Наблюдательный Совет по благотворительности, членами которого являются Вице-президенты МТС. Координационную функцию выполняет Директор по внешним коммуникациям и связям с общественностью и руководитель подразделения благотворительных и социальных проектов. В реализацию и освещение благотворительных программ вовлечены все сотрудники подразделения по внешним коммуникациям и связям с общественностью, в том числе региональные специалисты, а также волонтеры компании. Комитет по КСО является совещательным органом, который создан в целях координации партнерских программ, создания КСО-среды внутри Компании, независимой проверки Отчета об устойчивом развитии. Орган включает более десяти вовлеченных подразделений компании.

Понимая, что существующие в МТС практики корпоративного управления и программа социальных инвестиций являются одним из факторов принятия инвестиционных решений портфельными инвесторами, в марте 2021 года Совет директоров ПАО МТС утвердил создание ESG Комитета (Комитета по корпоративному управлению, экологической и социальной ответственности) путем преобразования действующего Комитета по корпоративному управлению с расширением сферы его компетенций и областей внимания. Функцией Комитета является контроль за внедрением и выполнением принципов устойчивого развития, а также содействие органам управления МТС в формировании общей стратегии в отношении вопросов корпоративного управления, экологической и социальной ответственности.

Вместе с тем часть благотворительных проектов выполняется корпоративным благотворительным фондом БФ «Система». МТС принимает участие в работе фонда на нескольких уровнях. На высшем уровне президент МТС входит в состав высшего органа управления фонда — Совета. На операционном уровне Директор по внешним коммуникациям и связям с общественностью курирует и согласует все проекты, реализуемые БФ «Система» на пожертвования МТС в течение года.

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

- еженедельный мониторинг СМИ с акцентом на ключевые социальные программы экосистемных компаний на территории РФ;
- ежемесячный мониторинг международных СМИ (по количеству упоминаний в медиа социальных проектов ведущих корпораций);
- внешние маркетинговые исследования и результаты фокус-групп, оценивающих уровень узнаваемости социальных программ/вклад МТС в устойчивое развитие общества и их соответствие существующей социальной повестке и запросам на реализацию социокультурных проектов в стране;
- замеры NPS (индекса потребительской лояльности);
- аудит социальных сетей проектов (как в целом по компании, так и попроектно).

Основные параметры замеров: количество информационных поводов, их соотношение с конкурентами, тональность упоминаний МТС, их соотношением с тональностью упоминания конкурентов, охват аудитории, уровень вовлеченности пользователя (для постов в социальных сетях), ранжирование (применимо для репутационных исследований).



НОРНИКЕЛЬ

Каналы для коммуникации с внутренними и внешними заинтересованными сторонами

Во взаимоотношениях с заинтересованными сторонами компания придерживается основополагающих принципов: уважение и учет интересов, мнений, предпочтений, включая уважение истории, культуры, традиций, образа жизни и наследия жителей территорий хозяйствования; открытость и прозрачность; безусловное соблюдение законодательства, учет российских и международных стандартов; ответственное выполнение принятых обязательств. Согласование интересов компании и стейкхолдеров по вопросам разработки и реализации благотворительных программ и проектов осуществляется в рамках прямого диалога с представителями заинтересованных сторон посредством проведения переговоров, создания и организации совместных рабочих групп и постоянно действующих комиссий, организации и проведения конференций и форумов, различного рода собраний, совещаний и встреч. Норникель применяет разнообразные способы взаимодействия с заинтересованными сторонами: совместные рабочие и эксперт-

ные группы, участие в работе руководящих органов и комитетов, соглашения о сотрудничестве, публичные мероприятия и многие другие.

Пример использования результатов оценки

В 2017 году компания инициировала комплексную оценку благотворительной программы «Мир новых возможностей». По результатам оценки были сделаны следующие выводы:

- необходимость усиления экспертности местного сообщества и формирования пула региональных экспертов;
- точечная и системная работа с представителями НКО, комплексное обучение и формирование профессиональных и надпрофессиональных компетенций;
- необходимость расширения спектра проектов и возможностей поддержки для ряда аудиторий (родители школьников, горожане, коренные малочисленные народы и т.д.).

В результате проанализированных итогов и выводов были предприняты следующие изменения в благотворительной программе:

1. Расширена линейка возможностей и опций: появилась программа мобильности для профессионалов (travel-гранты);
2. Кастомизация и специализация ряда проектов (проект Перемена: начинается с тебя, LIGA IMAKE и т.д.);
3. Формирование системных и взаимосвязанных модулей внутри программы: конкурс социальных проектов, Акселератор НКО, социально-конструкторское бюро.



РУСАЛ

ОК РУСАЛ

Процесс отбора для финансирования отдельных проектов в сфере корпоративной благотворительности и социальных инвестиций

Финансирование отдельных проектов осуществляется на основании следующих механизмов: — на основании решений Комитета по социальной политике компании по итогам комплексных исследований социальной сферы территорий присутствия в рамках программы комплексного социального-экономического развития территорий; — по соглашениям о социально-экономическом сотрудничестве с муниципальными/региональными органами власти с предприятиями компании; — на основании конкурсного отбора в рамках социальных программ компании.

Реализация программ социальных инвестиций в России и за рубежом проводится с учетом культурных, национальных и иных особенностей местных сообществ. С этой целью РУСАЛ взаимодействует с органами государственного и муниципального управления в регионах присутствия в рамках соглашений о социально-экономическом сотрудничестве, а также ведет постоянный диалог с местными сообществами, заинтересованными сторонами, включает их в процессы разработки и согласования решений социальной политики ОК РУСАЛ.

Финансирование проектов по соглашениям о социально-экономическом сотрудничестве происходит с учетом социальной политики компании, сформированной для конкретного муниципального образования, по результатам комплексных исследований социальной сферы, определения значимых социальных проблем и потенциала развития территорий. Начиная с 2017 года анализ потребностей бенефициаров, или предпроектная оценка, проводится в формате регулярных комплексных исследований социальной сферы для определения ключевых социальных проблем, приоритетов социальной политики компании и точек развития в городах присутствия.

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

ОК РУСАЛ стремится к максимальной открытости и прозрачности, информирует общественность о деятельности Компании в социальной сфере и предоставляет открытый доступ для всех заинтересованных сторон к информации о средствах, выделяемых на конкурсной основе. Компания использует различные каналы информирования о ходе реализации и результатах проектов, осуществленных при ее поддержке. Данные о благотворительной, спонсорской или иной финансовой помощи, оказываемой ОК РУСАЛ, публикуются в отчетах о деятельности в области устойчивого развития, подлежат размещению на корпоративном портале и на специализированных ресурсах в сети Интернет в порядке, утвержденном внутренними нормативными документами. Пресс-служба Компании осуществляет учет количества публикаций о социальных проектах Компании в медиа (ежемесячно), в ряде регионов проводит имиджевое исследование в форме экспертного опроса представителей заинтересованных сторон, в рамках которого изучается оценка репутации предприятий РУСАЛа, а также общее восприятие деятельности компании в регионе, включая информированность жителей о реализуемых социальных программах и мероприятиях и созданных объектах инфраструктуры (ежегодно).

Корпоративный фонд — ЦСП на постоянной основе осуществляет учет количественных показателей.

На основе полученных статистических данных оценивается охват аудитории и динамика уровня информированности заинтересованных сторон о реализуемых благотворительных программах.

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

Миссия компании: меняться самим и менять окружающий мир к лучшему.

Видение компании: мы хотим сделать жизнь людей лучше, принимая вызовы меняющегося мира как движущую силу для развития.

В рамках программы социальных инвестиций миссия и видение преломляются таким образом: — меняться самим — менять компанию, повышая ее роль в позитивных преобразованиях территорий присутствия, вовлекая сотрудников в волонтерскую деятельность, применяя лучшие практики и актуальные стандарты в социальной сфере; — менять окружающий мир — повышать качество жизни в городах присутствия, вкладывая в развитие ключевых сфер общественной жизни (образования, культуры, спорта, благотворительности и волонтерства и пр.); — делать жизнь людей лучше — открывать новые возможности через развитие компетенций, знакомство с передовым опытом, поддержку лидеров, тиражирование успешного опыта.

Формальными документами, закрепляющими цели и задачи компании, являются Стратегия устойчивого развития (раздел «Общество и партнерство») и Политика в области социальных инвестиций. В Политике указано: «Цель социальных инвестиций Группы СИБУР — во взаимодействии с заинтересованными сторонами повысить качество жизни в регионах присутствия и создать благоприятные условия для достижения целей бизнес-стратегии Группы СИБУР». Ключевые показатели в области социальных инвестиций на конкретный период определяются в Стратегии ПАО СИБУР Холдинг в области устойчивого развития, утверждаемой Советом директоров ПАО СИБУР Холдинг.

СИБУР ставит перед собой следующие задачи в области социальных инвестиций:

- Формирование и укрепление долгосрочных партнерских отношений со всеми заинтересованными сторонами.
- Стимулирование активного участия всех заинтересованных сторон в реализации социальных инициатив Группы СИБУР и ее партнеров.
- Тиражирование лучших социальных практик в регионах присутствия.
- Формирование и укрепление репутации Группы СИБУР как надежного партнера для всех заинтересованных сторон.

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

- Разработка стратегии благотворительной деятельности/социальных инвестиций: При разработке стратегии учитываются запросы и ожидания всех групп заинтересованных сторон.

- Непосредственно разработкой стратегии занимается функция ОПБвРП при консультативном участии функций Устойчивое развитие, HR-подразделений, Корпоративного университета, Корпоративных коммуникаций. Стратегия утверждается сначала Правлением как часть общей стратегии устойчивого развития компании, затем утверждается профильным комитетом Совета директоров.

- Разработка, планирование отдельных программ, акций: осуществляется в рамках утвержденной стратегии функцией ОПБвРП при участии широкого круга экспертов, в число которых могут входить, например, представители региональных органов власти (проекты Тобольск 2020, Кодлидерства), профильных департаментов (например, по проекту Интенсивы для учителей — региональные и муниципальные департаменты образования, по проекту Тобольский лес — Департамент лесного комплекса Тюменской области), некоммерческие организации (например, по проекту повышения квалификации специалистов помогающих профессий — Фонд Тимченко с 2021 года и Детские деревни СОС с 2019 года), при необходимости приглашаются другие внешние эксперты соответствующего профиля. Сотрудники — активисты волонтерского движения принимают участие в разработке проектов и инициатив для сотрудников компании.

- Разработка, планирование отдельных программ, акций: осуществляется при непосредственном участии грантополучателей, волонтеров, партнеров компании, в том числе бизнес-партнеров, которые присоединяются к отдельным акциям, инициативам и проектам. Все программы и акции широко освещаются в СМИ и часто проходят при непосредственном участии журналистов. Члены правления компании принимают участие в ключевых мероприятиях программы «Формула хороших дел».

- Участие в процессе оценки: Организацию процесса оценки осуществляют координаторы программы в ходе специального опроса грантополучателей, конечных благополучателей, сотрудников компании, партнеров, представителей органов власти, СМИ и представителей экспертного сообщества, руководства компании.

- Обсуждение результатов оценки: В обсуждении результатов принимают участие партнеры компании по ключевым проектам программы «Формула хороших дел», сотрудники функции ОПБвРП и других заинтересованных подразделений, руководители предприятий компании на местах, представители органов власти в регионах, руководство компании.

- Мониторинг: Координаторы программы «Формула хороших дел» осуществляют регулярный мониторинг достигнутых результатов. В процессе участвуют: сотрудники компании, представители других функций (корпоративные коммуникации, устойчивое развитие, профсоюз, HR), грантополучатели, послы программы. Кроме того, регламенты проведения конкурса подразумевают регулярное представление отчетности грантополучателями и партнерами компании.

РАЗДЕЛ 3 КОНКУРС СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ



Министерство
экономического
развития РФ

Номинация

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

Партнер номинации:
**Министерство экономического развития
Российской Федерации**

Евлампиева Татьяна

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

«Лидеры корпоративной благотворительности» — уникальный инфраструктурный проект, значение которого для развития благотворительности в нашей стране невозможно переоценить. Минэкономразвития России как федеральный орган исполнительной власти, отвечающий за развитие благотворительности в Российской Федерации, с удовольствием поддерживает данный проект.

Номинация министерства менялась в течение периода проведения конкурса, и в этом году она звучит как «Лучшая программа (проект), способствующая профессионализации некоммерческого сектора».

Более десяти лет благодаря конкурсу мы имеем уникальную возможность наблюдать, как развиваются, усложняются и совершенствуются подходы, применяемые компаниями в реализации социальных инициатив, и отмечать самые вдохновляющие решения.

Наиболее яркие характеристики победителей:

1 место Норникель — поддержка некоммерческих организаций в отдаленных районах и на труднодоступных территориях

2 место совместная программа Евраз и Русал — комплексная поддержка и доступ к экспертизе ведущих специалистов страны для некоммерческого сектора конкретного региона

3 место Газпром медиа — реализация модели комплексной экспертной и информационной поддержки благотворительных организаций



I место

ПАО «ГМК «Норильский никель»

Акселератор НКО

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2020 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://nncharity.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.facebook.com/NNcharity/>

https://vk.com/chita_gorod_eto_my

<https://vk.com/monchpiknik>

<https://vk.com/zappiknik>

<https://instagram.com/gorod.eto.my>

ПАО «ГМК «Норильский никель» с 2014 года реализует Благотворительную программу «Мир новых возможностей» для создания благоприятных условий и возможностей для устойчивого развития территорий присутствия. Приоритетным направлением деятельности в этой сфере компания считает поддержку местных социальных инициатив, призыв людей к сотрудничеству и наращиванию социального капитала. Внедряя наиболее эффективные подходы, компания инвестирует в людей, в жизненную среду, в объекты социальной инфраструктуры, в сохранение уникального биоразнообразия природы Севера.

Компания придерживается системного подхода в развитии культуры благотворительности: повышения уровня компетенций представителей НКО, внедрения и заземления новых социальных технологий, поддержки общественных инициатив, а также тиражирования накопленного в регионах опыта на экспертных площадках российского и регионального масштаба.

В дополнение к основным компонентам Благотворительной программы «Мир новых возможностей» в 2020 году компания запустила Акселератор НКО — программу повышения уровня компетенций представителей НКО. Участники акселератора приобретают навыки консультирования проектных команд, экспертизы и оценки социальных проектов, проведения тренингов и мастер-классов.

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

Повышение уровня компетенций представителей НКО для устойчивого развития регионов присутствия компании.

Задачи

- развитие социальных компетенций местного сообщества;
- внедрение новых социальных технологий, в том числе практики pro bono;
- развитие социального партнерства;
- поддержка и стимулирование общественных инициатив.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Команда работает в трех часовых поясах России. Это сотрудники:

- Управления социальных и благотворительных программ Департамента социальной политики ПАО «ГМК «Норильский никель» (Москва);
- Управления благотворительных программ Заполярного филиала ПАО «ГМК «Норильский никель» (Норильск и Таймырский (Долгано-Ненецкий) район);
- Направления корпоративных программ АО «Кольская ГМК» (Мончегорск и Печенгский район Мурманской области);
- Направления корпоративных программ ООО «ГРК «Быстринское».

Партнеры

- Органы местного самоуправления Норильска и Таймырского (Долгано-Ненецкого) муниципального района Красноярского края, Мончегорска и Печенгского округа Мурманской области, Читы и Газимуро-Заводского района Забайкальского края,
- Фонд поддержки социально-экономического и регионального развития «Возможность» (Норильск),
- Консультационно-ресурсный центр для НКО и СП (Норильск),
- АНО «ТепЛица» (Мончегорск),
- АНО «Центр социальных проектов Печенгского района «Вторая школа» (Никель),
- Открытое пространство «Прибрежное» в центре активного отдыха «Берег развлечений» (Мончегорск),
- «Школа НКО» (Чита).

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

- профинансировано и поддержаны: 28 локальных проектов в рамках конкурса «Мир Таймыра», 109 проектов в рамках Конкурса социальных проектов;
- сформированы региональные экспертные сообщества в трех регионах присутствия компании — обучение в акселерационной программе прошли 55

экспертов (представители НКО, городские активисты, представители муниципальных органов власти и т.°д.);

- протестирована и реализована программа поддержки участников грантового конкурса «Мир Таймыра»: привлечены и прошли адаптивное обучение 19 экспертов (pro bono вклад), проведены более 300 персональных консультаций, около 600 pro bono часов эксперты инвестировали в развитие компетенций участников/команд конкурса «Мир Таймыра»;
- организован и проведен Форум социальных технологий: 4 офлайн площадки, 33 города в формате онлайн участия, более 500 участников;
- организован и проведен городской праздник-пикник «Город — это мы!» в Чите, более 500 горожан стали участниками и организаторами праздника;
- поддержаны 10 тревел-грантов — образовательных стажировок для руководителей некоммерческих организаций, общественных деятелей, предпринимателей и представителей местных сообществ.

Социальные результаты

- местные сообщества стали провайдерами общественной активности и социальных изменений в городах и поселках регионов присутствия предприятий компании;
- сформирован пул местных экспертов по социальному проектированию и оценке проектов, которые стали помощниками региональным сотрудникам компании в консультировании потенциальных участников конкурса социальных проектов (pro bono);
- тревел-гранты для лидеров приобрели популярность, активисты самостоятельно или объединяясь в команды находят для себя курсы повышения квалификации, российские конференции, где они делятся своим опытом реализации проектов;
- происходит импорт и экспорт социальных технологий, заземление их в регионах присутствия предприятий компании;
- повысилось количество и качество мероприятий, проводимых активными представителями местного сообщества в городах и поселках для жителей.

2020/2021 — период пандемии — оказался годом новых возможностей.

Реализация мероприятий в онлайн-пространстве выявила ряд преимуществ:

- объединение участников из разных регионов/городов/поселков в одном пространстве — это уникальный обмен опытом реализации социальных проектов, взаимное обогащение;
- привлечение уникальных экспертов/лекторов, когда не надо тратить много времени на логистику (не секрет, что в Норильске часто бывает нелетная погода);
- выполнение межрегиональными группами домашних заданий: участники связывались друг с другом по телефону и генерировали идеи и решения;
- соединение онлайн и офлайн-форматов — это новый тренд пандемии и постпандемии, когда часть активистов реализует проект в офлайне, а вторая часть присоединяется в онлайн.



II место

ЕВРАЗ

ОК РУСАЛ

Проектный интенсив «Создаем. Воплощаем. Оцениваем»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2018 года по настоящее время

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/csprusal>

<https://web.facebook.com/csprusal>

https://www.instagram.com/pomogat_prosto/

https://www.youtube.com/channel/UCUqQpvV2GERXriKc1frsu_g/videos

Проектный интенсив — партнерское образовательное событие компании РУСАЛ в рамках социальной программы «Школа городских изменений» и компании ЕВРАЗ в рамках грантового конкурса социальных проектов «ЕВРАЗ «Город друзей — город идей!».

Цель события — повышение проектной грамотности участников грантовых курсов (в процессе создания, воплощения, управления проектами), знакомство с передовым опытом проектного менеджмента, нетворкинг. Программа ориентирована как на новичков, так и на профессионалов в области социального проектирования.

Совместный партнерский проект при поддержке двух компаний реализуется на протяжении трех лет с 2018 года и предусматривает разработку и проведение обучающих мероприятий по социальному проектированию для лидеров местных сообществ в трех образовательных направлениях:

1. «Создаем» — для начинающих авторов социальных проектов, у которых нет или пока немного опыта создания проектов, написания заявок на гранты и разработки социальных проектов.

2. «Воплощаем» — для проектировщиков с богатым опытом разработки и реализации проектов, но сталкивающихся с трудностями на разных этапах их реализации.

3. «Оцениваем» — для профессионалов проектного менеджмента, руководителей организаций, стремящихся развивать свои компетенции в направлении оценки социальных проектов.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Территории присутствия компаний РУСАЛ, ЕВРАЗ:

2018 — Новокузнецк, Междуреченск Кемеровской области;

2019 — Новокузнецк, Междуреченск, Кемерово, Калтан, Осинники Кемеровской области;

2020 — мероприятие прошло в онлайн-формате, объединило жителей более чем 80 населенных пунктов РФ, в т. ч. территории присутствия компаний РУСАЛ и ЕВРАЗ:

Кемеровская область: Новокузнецк, Междуреченск, Калтан, Осинники;

Свердловская область: Нижний Тагил, Качканар, Каменск-Уральский, Краснотурьинск, Североуральск;

Красноярский край: Красноярск, Ачинск;

Республика Хакасия: Саяногорск;

Волгоградская область: Волгоград.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание условий для повышения уровня проектной культуры представителей некоммерческих организаций и лидеров местных сообществ, осуществляющих деятельность в городах присутствия компаний ЕВРАЗ и РУСАЛ.

Задачи

- выявление и привлечение потенциальных лидеров городских местных сообществ (городских активистов, волонтеров, сотрудников некоммерческих организаций) к участию в разработке и реализации проектов, способствующих развитию городской среды и решению социальных проблем;
- поиск и внедрение инновационных подходов, эффективных механизмов и практик развития социально-проектной культуры для представителей городских местных сообществ, генерирующих социальные проекты;
- передача технологий, позволяющих эффективно реализовывать социальные проекты, способствующие решению актуальных городских социальных проблем и развитию территории;
- создание коммуникационной платформы для обмена опытом, объединения ресурсов и развития коалиционного взаимодействия городских местных сообществ для совместного участия в реализации социально значимых проектов и инициатив.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Кросс-функциональная команда объединяет сотрудников компаний ЕВРАЗ и РУСАЛ, курирующих направление корпоративной социальной ответственности (7 человек), приглашенных экспертов по социальному проектированию, партнеров проекта.

Партнерами проекта являются администрация города Новокузнецка (информационная поддержка), Культурно-спортивный центр металлургов ЕВРАЗа, Сибирский государственный индустриальный университет (площадки для проведения).

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Начиная с 2018 года было проведено три «Проектных интенсива», прошли обучение социальному проектированию более 800 представителей некоммерческих организаций России.

Показатели результативности	2017	2018	2019	2020
Количество участников Проектного интенсива	-	162	221	430
Количество территорий-участников Проектного интенсива	-	2	5	81
Количество проектных заявок, поданных на участие в грантовых конкурсах НКО Новокузнецка	173	293	356	362
Количество победителей в грантовых конкурсах	58	37	64	70
Количество привлеченных средств в ходе реализации проектов участников интенсива, тыс. руб.	18 488	13 318	16 968	25 715

«Проектный интенсив» стал первым и единственным масштабным коалиционным событием в некоммерческой сфере, не имеющим аналогов в Кемеровской области, где некоммерческие организации, местные стейкхолдеры и эксперты в ходе обучения технологиям социального проектирования вместе обсуждают значимые для города идеи, проблемы и пути их совместного решения, делятся опытом и учатся друг у друга.

Интенсив помогает подготовить проектные команды, которые способны разрабатывать и реализовывать социальные проекты, направленные на решение городских проблем, на организацию социокультурных событий и многое другое.

Повысилась социальная активность организаций на территориях присутствия компаний ЕВРАЗ, РУСАЛ. Так, только в Новокузнецке в 2017 году 173 НКО стали участниками грантовых конкурсов, в 2020 году количество выросло в 2 раза — порядка 400. Причем организации на более высоком качественном уровне проявляют себя не только в корпоративных грантовых программах ЕВРАЗа, РУСАЛа: 15 НКО стали победителями федеральных грантовых программ, 55 организаций получили грантовую поддержку в региональных и местных конкурсах. В 2020 году новокузнецкими некоммерческими организациями привлечено более 25 миллионов рублей на реализацию социальных проектов.

За время реализации проекта увеличилось количество НКО-участников проектного интенсива: в 2018 году — 162, в 2019-м — 221, в 2020-м — 430 ор-

ганизаций (в онлайн-формате). Это говорит о востребованности проекта для представителей некоммерческого сектора в городах присутствия компаний.

Благодаря Проектному интенсиву развиваются партнерские отношения между социально ориентированными НКО, администрацией города Новокузнецка, другими предприятиями, учреждениями, организациями.

Результатом образовательных площадок стали новые идеи, проекты и решения. Кроме того, началось формирование сообществ жителей, органов власти и экспертов, которые вместе вырабатывают видение развития своих территорий.

В 2020 году формат Проектного интенсива расширил географию проекта. Обучение прошли представители НКО не только территорий присутствия компаний РУСАЛ и ЕВРАЗ, но и жители других городов (Москва, Санкт-Петербург, Челябинск, Глазов, Норильск, Великий Новгород и др.). Также инициативные люди из отдаленных уголков страны получили возможность пройти обучение у экспертов федерального уровня.



III место

АО «Газпром-Медиа Холдинг»

Программа «PRO_СОДЕЙСТВИЕ»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с мая 2021 года по настоящее время

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

https://www.instagram.com/gpm_holding/

<https://ru-ru.facebook.com/GazpromMediaHolding/>

В мае 2021 года Газпром-Медиа Холдинг разработал собственную программу корпоративной социальной ответственности «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» и подписал партнерские соглашения с тремя благотворительными фондами — Национальным фондом развития реабилитации, Автономной некоммерческой организацией содействия творческому и культурному развитию детей и взрослых «Тверская 15», Благотворительным фондом «Творческое объединение «Круг», которые на момент подписания меморандумов не были широко известны в публичной плоскости. Именно данный критерий и стал основанием для выбора данных фондов.

Программа «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» — собственная независимая программа в рамках КСО Холдинга для поддержки и развития молодых социально значимых

инициатив с использованием медийных возможностей Холдинга. Лозунгом нашей программы является «Помогаем расти тем, кто сам стремится помочь». Мы выбираем фонды, которые не поддерживаются другими крупными компаниями, открываем новые имена.

Погружаем фонды в закрытую экосистему проекта и делимся с ними исключительными возможностями Холдинга, которыми не располагают другие компании. Все ресурсы Холдинга (Волонтерский центр сотрудников Холдинга «Вселенная добра», 11 радиостанций, 4 печатных изданий, 9 эфирных телеканалов Холдинга, 3 видеосервиса и др.) остаются внутри спектра помощи.

Указанная программа является пилотной и рассчитана на продвижение фондов в медийном пространстве. Срок действия программы — 1–1,5 года. После повышения уровня публичности деятельности фондов и их узнаваемости среди широкой аудитории Холдинг внесет в программу другие малоизвестные фонды с целью их продвижения.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Москва и ближайшее Подмосковье

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

- повышение узнаваемости фондов — участников программы «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» для привлечения внимания к проблемам инклюзивной среды;
- комплексное продвижение, повышение уровня грамотности и профессионализация некоммерческого сектора — фондов участников программы «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» в медиа сфере;
- увеличение волонтерских инициатив, количества упоминаний в СМИ, привлечение пожертвований, вовлечение спонсоров в мероприятия фондов — участников программы «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» для формирования стабильной основы для их деятельности.

Задачи

- оказание медийной поддержки благотворительным фондам — участникам программы «PRO_СОДЕЙСТВИЕ»;
- обучение и консультирование сотрудников некоммерческих организаций в медиа сфере;
- информационная поддержка и содействие распространению лучших практик и опыта участников программы «PRO_СОДЕЙСТВИЕ»;
- реализация программы КСО Холдинга с разносторонним участием добровольцев-волонтеров.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

- Сотрудники АО «Газпром-Медиа Холдинг» и его активов;
- Волонтерский центр сотрудников Холдинга «Вселенная добра».

Партнеры

Активы Холдинга (эфирные телеканалы, тематические каналы, студии, радиостанции, видеосервисы, онлайн СМИ, печатные издания и др.) <https://www.gazprom-media.com/ru/about/company/>.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

С момента старта в мае 2021 года новой программы КСО «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» с фондами — участниками данной программы был заключен меморандум о взаимодействии. Также утверждены программы реализации проекта «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» в отношении каждого из фондов.

• Профессиональная поддержка: Pro Bono (обучение и консультирование сотрудников фондов)

В соответствии с указанной программой для фондов по их запросам были организованы Pro-Bono (медиа профессионализация) в виде обучающих семинаров по таким темам, как: SMM (Social Media Marketing), основы PR и взаимодействие со СМИ и др. Организован мастер-класс для подопечных одного из фондов по созданию подкастов для незрячих и слабовидящих, что помогло фонду в подготовке незрячим подопечным создать аудиоподкасты для незрячих людей. Кроме того, были организованы по заявке одного из фондов Pro-Bono в виде исполнения желаний подопечных фондов, в частности, по записи песен, что позволило подопечным фонда понять, что они могут самореализоваться, адаптироваться и поверить в свои возможности и в свои силы.

• Информационная поддержка (анонс мероприятий и поддержка фондов в программах на радио, в печатных изданиях Холдинга)

В рамках информационной поддержки представители фондов приняли участие в программе «Чувствительно» радиостанции Эхо Москвы, в «Неделе добра» на радио Romantika, что позволило повысить уровень их узнаваемости.

• Взаимодействие с фондами:

Фонды готовят вопросы для игроков корпоративной очной интеллектуально-развлекательной игры gaZOOM между сотрудниками группы компаний Холдинга с ведущим А.Блиновым. (игра состоялась 2 сентября).

• Профессиональная поддержка (волонтерство)

Оказана помощь фондам-участникам программы КСО «PRO_СОДЕЙСТВИЕ» Волонтерским центром Холдинга «Вселенная добра», состоящим из сотрудников Холдинга и его активов. Наши коллеги обладают уникальной экспертизой в медиа индустрии и готовы поддерживать социально значимые проекты и подопечные фонды. Это позволило привлечь внимание к деятельности фондов, их благотворительным проектам, а также резюмировать, что откликаться на добрые дела несложно и не затратно.

• Организационная поддержка (Съемки социальных роликов об участниках программы «PRO_СОДЕЙСТВИЕ»)

Телеканал «Пятница!» выпустил новостной сюжет о деятельности одного из фондов по адаптации подопечных, подсказав зрителям возможность участия в благотворительных проектах.

В настоящее время при поддержке Холдинга силами телеканалов организованы съемки социальных роликов о каждом из фондов, что позволит помочь им адаптироваться в информационном пространстве для реализации дальнейших совместных проектов, дальнейшей популяризации и повышения узнаваемости фондов.

Социальные результаты

Привлечение внимания к благотворительности, повышение уровня адаптации особенных людей, улучшение благосостояния подопечных фондов — участников программы «PRO_СОДЕЙСТВИЕ», повышение эффективности производства инклюзивных мастерских, придание деятельности фондов стабильности, укрепление взаимодействия между различными социальными группами.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Номинация

«Лучшая программа (проект) в сфере поддержки науки и образования»

Партнер номинации:

**Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации**



I место

АО «Альфа-Банк»

Стипендиальная программа «Альфа-Шанс»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 1995 года по настоящее время. В 2020 году программа была реформатирована с учетом текущих трендов и потребностей молодежи.

САЙТ ПРОЕКТА: <https://alfabank.ru/about/society/alfa-chance/>

«Альфа-Шанс» — это уникальный благотворительный проект. Его цель — поддержка успешных и талантливых российских студентов, которые завтра станут востребованными специалистами. Мы помогаем им реализовать свои способности на 100% и даем шанс стать лучшими в том, что они любят и чем живут.

Каждый год программа предоставляет 30 стипендий по 300 тысяч рублей.

Мы не ограничиваем кандидатов отличными оценками или научными достижениями. Нам важен потенциал, разносторонние интересы, целеустремленность, лидерские качества и умение подать себя. Мы выбираем лучших: талантливых, увлеченных, креативных, достигших значимых успехов в науке или творчестве, ставящих перед собой амбициозные планы и готовых воплощать их в жизнь.

Отбор проходит в два этапа: сначала кандидатов оценивают представители вузов и региональное руководство Альфа-Банка. На финальном этапе победителей выбирают эксперты из мировых и российских компаний.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Программа доступна на всей территории России — в ней могут принять участие студенты любого российского вуза. Заявка подается онлайн, что делает программу доступной даже в самых удаленных уголках страны. Возможность удаленного заполнения заявки позволила не прерывать программу во время пандемии.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Главная цель программы — стимулирование одаренной молодежи, поддержка успешных и талантливых российских студентов, которые завтра станут востребованными специалистами. Признать их успехи и дать импульс для дальнейшего развития.

Задачи

Задача программы — выбрать в участники лучших студентов и оказать им максимальную поддержку в дальнейшем развитии.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Программа реализуется Альфа-Банком. Рассмотрением и отбором заявок, общением со стипендиатами и организацией мероприятий занимается Оргкомитет программы, состоящий из сотрудников Альфа-Банка.

Выплата стипендий осуществляется Благотворительным фондом поддержки стипендиальных и благотворительных программ «Альфа-Шанс» — дочерней организацией Альфа-Банка.

Партнеры

У программы есть 11 вузов-партнеров — это ведущие российские университеты:

- Алтайский государственный университет (Барнаул)
- Дальневосточный федеральный университет (Владивосток)
- Казанский федеральный университет (Казань)
- НИУ Высшая школа экономики (Москва)
- Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (Н. Новгород)
- Новосибирский государственный университет (Новосибирск)
- Самарский национальный исследовательский университет имени Академика С.П. Королева (Самара)
- Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Санкт-Петербург)
- Тюменский государственный Университет (Тюмень)
- Уральский федеральный Университет (Екатеринбург)
- Уфимский государственный авиационный технический университет (Уфа).

Вузы-партнеры помогают промотировать программу среди студентов, рассказывают про нее посредством своих каналов коммуникации.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Программа существует уже четверть века, что свидетельствует о ее востребованности и популярности. Она полностью решает свои задачи, при этом она развивается должным образом, отражая требования времени.

За 25 лет существования программы ее выпускниками стали более тысячи ребят.

В 2020 году мы перезапустили программу и планируем развивать ее в дальнейшем, учитывая обратную связь от ее участников, вузов-партнеров и потенциальных кандидатов в стипендиаты.

Поддержка молодежи, особенно в регионах, является важной частью социальной политики Альфа-Банка. Стипендия Альфа-Шанс помогает ребятам стать хорошими специалистами в той области, в которой они хотят развиваться. До 2020 года программа фокусировалась на первокурсниках: они в течение первых двух лет получали ежемесячную стипендию, которая помогала им концентрироваться на учебе, не занимаясь подработками. С 2020 года программа стала ориентироваться на более старших студентов: теперь участвовать в программе могут те, кто учится на третьем и четвертом курсе. Стипендия стала больше и выплачивается двумя равными частями. Это позволяет сразу направить ее на более крупные приобретения, такие как техника, образовательные курсы, стажировки, поездки, реализация стартапа и проч., что является значимой инвестицией в саморазвитие.



I место

ПАО «РусГидро»

Конкурс студенческих проектов «Энергия развития»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2009 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <http://konkurs-er.rushydro.ru/>

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

В рамках Программы благотворительной и спонсорской деятельности Группа РусГидро реализует социально значимые проекты в области образования.

Всероссийский Конкурс студенческих проектов «Энергия развития» — это корпоративный Конкурс, который ПАО «РусГидро» проводит ежегодно с 2009 года. Конкурс нацелен на выявление студентов и аспирантов, стремящихся заниматься научными исследованиями, проектированием в энергетической отрасли и в перспективе работать в Группе РусГидро.

На Конкурс принимаются заявки от студентов, аспирантов, магистрантов всех технических вузов России.

Конкурс проводится в два этапа: дистанционный и очный. На дистанционном этапе участники подают заявки по одному из двух направлений: учебные работы или исследовательские проекты. Члены жюри и экспертного совета Конкурса — сотрудники Группы РусГидро: руководители предприятий, структурных подразделений, главные инженеры, ведущие специалисты-энергоэнергетики, представители научного сообщества гидроэнергетиков — оценивают проекты. На основании оценок формируется рейтинг и определяется список финалистов Конкурса, которые приглашаются на финал в Москву. По итогам очной работы Жюри определяет победителей Конкурса, которые награждаются дипломами и ценными призами.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Вся территория Российской Федерации

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель конкурса студенческих проектов «Энергия развития», проводимого РусГидро с 2009 года, — системная профессиональная поддержка молодых инженеров, формирование профессионального сообщества и развитие энергетической отрасли.

Задачи

- системная работа с профильными техническими ВУЗами, стимулирование к подготовке студентов для участия в конкурсе;
- консультирование и оказание методической поддержки при подготовке научных конкурсных работ;
- привлечение экспертов из числа профессионалов в сфере энергетики для оценки конкурсных работ и формирования рекомендаций по доработке;
- организация и проведение финального этапа выбора победителей очно в Москве, приглашение экспертов для проведения образовательной сессии;
- награждение победителей и формирование из их числа кадрового резерва для энергетической отрасли.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

- Департамент корпоративных коммуникаций,
- Департамент по управлению персоналом и организационному развитию.

Партнеры

- профильные ВУЗы страны,
- Ассоциация граждан и организаций по содействию развитию корпоративного образования «МАКО».

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Итоги за 12 лет:

- более 1000 поданных работ;
- более 1400 участников;
- 81 победитель;
- более 45 задействованных вузов;
- более 65 научных руководителей, награжденных благодарностями ПАО «РусГидро»;
- победители конкурса работают в научных и проектных институтах и энергообъектах Компании.

Социальные результаты

Конкурс «Энергия развития» дает возможность участникам — студентам, аспирантам, магистрантам технических вузов страны — получить экспертные консультации ведущих специалистов Группы РусГидро. Количество работ, которое поступает на Конкурс, ежегодно повышается. Эксперты Группы РусГидро готовы делиться своими знаниями и опытом с молодыми инженерами. В 2021 году в финале Конкурса одного из участников пригласили на стажировку в Компанию.

Ключевыми аспектами кадрового обеспечения в Группе РусГидро являются:

- организация стратегического партнерства с профильными образовательными организациями среднего и высшего профессионального образования;
- участие в развитии национальной системы квалификации;
- создание сети учебно-производственных информационных центров в регионах присутствия Компании;
- создание комплексной системы тренажерной подготовки производственного персонала Компании с использованием цифровых технологий и платформенных решений;
- проведение соревнований профессионального мастерства среди работников, в том числе по стандартам WorldSkills Russia;
- реализация мероприятий ранней профессионализации школьников и студентов в регионах присутствия Группы;
- реализация мероприятий программы социально-профессиональной адаптации воспитанников детских домов;
- развитие учебно-тренировочных полигонов;
- создание современной и безопасной цифровой образовательной среды, обеспечивающей высокое качество реализации образовательных и профориентационных программ.

Конкурс студенческих проектов «Энергия развития» популярен в студенческом сообществе. Благодаря поддержке Группы РусГидро ежегодно более 20 участников становятся финалистами и впоследствии пополняют кадровый резерв Компании.



II место

АФК «Система»

Цифровая образовательная онлайн-платформа
Всероссийской программы профориентации и обучения
«Лифт в будущее»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: Долгосрочная инициатива реализуется с 2011 года, запуск в новом цифровом формате — с ноября 2020 года.

САЙТ ПРОЕКТА: <https://lift-bf.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.instagram.com/lift2future/?hl=ru>

<https://vk.com/lift2future>

<https://www.facebook.com/lift2future>

Благотворительный фонд «Система», оператор социальных инвестиций АФК «Система», в 2020 году разработал и запустил собственную онлайн-платформу своей флагманской образовательной программы «Лифт в будущее». На ее базе создано крупное учебное сообщество с открытым доступом к обучающим программам и профориентационным тестам, библиотеке профессий и бирже вакансий компаний Группы АФК «Система», а также к стажировкам, консультациям наставников из числа ведущих сотрудников Корпорации, ее активов и приглашенных специалистов. Проект реализуется в офлайн формате с 2011 года. Новый онлайн-формат — это единственный в России проект на стыке новейших трендов цифровизации образования и глубокой аналитики актуальных и будущих отраслевых потребностей в кадровом обеспечении.

Миссия программы «Лифт в будущее» — повышение доступности образования и помощь в выборе профессии без территориальной привязки и вне зависимости от внешних жизненных обстоятельств. Бесплатное участие в программе доступно всем желающим старшеклассникам, студентам колледжей и вузов и молодым специалистам из всех российских регионов. Программа состоит из трех основных направлений: профориентация, обучение и начало карьеры.

- На платформе бесплатно доступны более 70 обучающих курсов по soft skills (<https://lift-bf.ru/courses>): по навыкам коммуникации, презентации, личной эффективности, менеджменту, экологии и карьере.

- Для тех, кто ищет себя, «Лифт в будущее» предлагает профориентационный тест (<https://lift-bf.ru/career>), сериал о стартовых профессиях (<https://lift-bf.ru/career>), уникальные по формату курсы, рассказывающие о карьерных треках в HR, юриспруденции, финансах, ИТ (<https://lift-bf.ru/courses/karernye-treki-v-professii-it-spetsialist-114>).

- Для тех, кто хочет получить первый опыт работы в больших компаниях, открыт раздел «Стажировки» (<https://lift-bf.ru/internship>) и «Вакансии» (<https://lift-bf.ru>).

ru/vacancies). На платформе <https://lift-bf.ru> зарегистрировано уже более 190 000 пользователей.

«Лифт в будущее» является эффективным инструментом реализации не только социальной стратегии АФК «Система», но и признан ООН в 2021 году одной из лучших практик по достижению глобальных целей устойчивого развития («Качественное образование», «Достойная работа и экономический рост», «Гендерное равенство» и «Уменьшение неравенства»), а также способствует реализации национальных целей РФ в части содействия занятости (НП «Демография»), цифровизации образовательной среды и созданию социальных лифтов для каждого (НП «Образование»).

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация и русскоязычная аудитория в других странах (онлайн)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создать равные возможности для профессионального развития молодежи, сформировать осознанность при выборе траектории профессионального и личностного развития, способствовать развитию рабочих мест и трудоустройству молодых специалистов в регионах.

Задачи

- Запустить цифровую платформу, позволяющую распространять и масштабировать лучшие образовательные и профориентационные практики и доставлять их конечному пользователю в любой уголок мира.
- Запустить программы по профессиональной ориентации и самоопределению молодежи, соответствующие потребностям благополучателей.
- Создавать комплексные образовательные решения с участием молодежи, государства, учебных заведений, работодателей.
- Формировать компетенции у молодежи, необходимые для трудоустройства и успешного функционирования в современном мире.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Благотворительный фонд «Система» и команда проекта «Лифт в будущее».

Партнеры

Минобрнауки РФ, Роструд, Факультетус, Наука 0+, АНО «Развитие человеческого капитала», АСИ, Центры занятости, Олимпиада «Я-профессионал», студенческие отряды, AIESIC, всероссийский студенческий конкурс «Твой ход» и др.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Запущено крупное учебное сообщество на собственной онлайн-платформе с открытым доступом к уникальным обучающим программам, профориентаци-

онным тестам и возможностью получения консультаций наставников из числа ведущих сотрудников Группы АФК «Система» и привлеченных экспертов по разным направлениям карьерного развития и отраслям.

На платформе «Лифт в будущее» появилась библиотека профессий, биржа вакансий и стажировок — создан собственный HR-хаб для накопления, оперативной обработки и продуктивного применения данных о цифровом профиле каждого участника программы (активности, достижениях, наборе компетенций и т.д.) для выстраивания его персональной траектории развития.

190 000 зарегистрированных пользователей за 10 месяцев работы платформы:

- более 3 000 000 просмотров — охват мероприятиями
- более 300 стажерских позиций от 14 компаний
- снято 18 серий мини-сериала о профессиях
- в конкурсе «Оскар за профессию» для сотрудников активов АФК «Система» — более 100 работ, более 14 тыс. участников голосования
- более 60 онлайн-курсов на платформе
- 28 вузов приняли участие в грантовом конкурсе (победителей 9)

Социальные результаты

- Более 950 студентов приняли участие в интерактивных днях карьеры (12 вузов, 2 ссуза)
- более 25 000 старшеклассников и 5000 педагогов приняли участие в первом всероссийском профориентационном уроке
- 320 выпускников курса «Программирование на Python.Start»
- Оснащены 17 профориентационных аудиторий в 8 регионах РФ (Ростовская, Удмуртия, Коми, Алтай, Архангельская, Новосибирская, Омская, Смоленская)
- Более 500 педагогов обучены организации профориентационной работы
- 244 студента приняты в первый виток программы «Амбассадоры «Лифта в будущее»
- Более 16 000 пользователей прошли профориентацию на платформе

Среда, в которой формируется и живет региональная молодежь, часто не способствует развитию, фиксирует status quo, а в определенных обстоятельствах приводит к маргинализации. Ограничениями выступают культурная среда, депрессивное состояние региона, отсутствие знаний о карьерных возможностях и перспективах, отношения внутри семьи и учебного коллектива, низкая самооценка, неверие в свои силы. Программа «Лифт в будущее» дает шанс на изменение жизни, выводя участников на новый уровень взаимодействия с миром. Как результат участник программы, используя инструменты, которые дает «Лифт в будущее», на деле может изменить свою жизнь и принести благо себе и обществу, реализовать свои способности и личностный потенциал.



II место

ПАО «ВымпелКом» (бренд Билайн)

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

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: С 2018 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://evland.ru>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: <https://www.facebook.com/everlandclub/>
<https://www.youtube.com/channel/UCFpFwjkuBKwwcUORdHqo9uA>

Трудоустройство — одна из наиболее сложных с точки зрения смены стереотипов и создания новых стандартов делового взаимодействия тем, но именно этот аспект в наибольшей степени влияет на повышение общего уровня инклюзивности общества. В России более 13 млн человек с инвалидностью. Как правило, приобретение инвалидности приходится на трудоспособный возраст, однако работой обеспечено только 28%.

В условиях быстро развивающегося формата удаленной занятости и новых инструментов цифровой экономики возможности решения данной проблемы приобретают новые перспективы. Цифровая платформа Everland создана АНО «Пространство равных возможностей» при поддержке 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. Создание эффективного механизма профессиональной онлайн подготовки специалистов с инвалидностью, а также вовлечение бизнеса, заинтересованного в квалифицированном персонале и закрытии квот, дает значимый синергетический эффект: качество жизни и финансовую независимость — для самих людей, для бизнеса — возможность повышения операционной эффективности за счет развития новых клиентских ниш и продуктовых линеек, для государства — возможность использовать потенциал людей с инвалидностью в экономике страны и повысить социальную защищенность граждан. Проект стартовал в 2019 году и по данным на конец 2020 года на платформе зарегистрировано более 650 пользователей из России и стран СНГ, треть из них трудоустроена.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Федеральный и международный проект

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.

К концу 2020 года, по оценкам организаторов, число участников платформы превысило 650 человек, треть из которых была трудоустроена. Мы нацелены на глобальный результат и ставим себе задачу вовлечь в течение шести лет в общество Everland 40 тысяч человек по всей стране — людей с инвалидностью, наставников — интеллектуальных волонтеров, учебные заведения — педагогов, родителей и родных детей с инвалидностью.

Задачи

1. Выявить реальный профессиональный уровень специалиста с инвалидностью;
2. Прокачать навыки для одной из представленных на платформе профессий;
3. Дать специалисту работу над реальными задачами, поступающими от частных лиц и корпораций, а также сбор портфолио и выход на открытый рынок труда;
4. 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.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Команда по устойчивому развитию ПАО «ВымпелКом»

Партнеры

Команда социально-предпринимательского проекта Everland и АНО «Пространство равных возможностей».

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

По итогам первого года работы по состоянию на конец 2020 года на платформе было зарегистрировано более 650 человек с инвалидностью, большая часть — граждане России, примерно четверть — граждане стран СНГ. Более 200 из них получили работу.

Социальные результаты

- развитие российской повестки инклюзии и обеспечения равных прав и возможностей в контексте мировых трендов;
- актуализация GR-повестки: создание экосистемы «государство – бизнес – общество – люди с инвалидностью» и создание культуры инклюзии в обществе в целом, как условие для успешных практик трудоустройства — будет темой обсуждения.



СУЭК
СИБИРСКАЯ УГОЛЬНАЯ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ

III место

АО «СУЭК»

Навигатор для абитуриентов

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: 2020 год

САЙТ ПРОЕКТА: <https://reaonline.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.facebook.com/suekrussia>

<https://www.youtube.com/channel/UC6djr8xIAK4nFO5SYdqB9pA/videos>

<https://vk.com/suekru>

<https://www.instagram.com/suek.ru/>

Пандемия коронавируса и связанные с ней ограничения затронули всю систему образования и создали дополнительные сложности для выпускников школ, поскольку повлияли и на выпускные экзамены, и на приемную кампанию в вузах. Чтобы помочь ученикам 11 класса определиться и подать документы на поступление, был разработан портал навигатора приемной компании 2020 года в вузы и техникумы.

Разработана инновационная модель портала по профориентации и навигации поступления в вузы и СПО. В основе портала лежит исследование траектории будущего развития человека в системе образования, анализ существующих систем и сервисов, ориентированных на помощь в процессе самоопределения человека, результаты качественных и количественных тестирований.

«Помощник Абитуриента» (<http://reaonline.ru/suek>) помогает выпускникам определиться с вузом или средним профессиональным учебным заведением — тестирует способности школьника и его интерес в соответствии с выбранной специальностью, а также проверяет, готов ли будущий студент к такой специальности.

На портале представлены различные рейтинги высших учебных заведений России, составленные экспертами RAEX, Forbes, SuperJob, Национальным агрегированным рейтингом, а также отзывы студентов, абитуриентов и преподавателей. Это дает возможность школьнику и его родителям убедиться в правильности выбора или подобрать другие варианты для поступления.

Девиз «Осознанный путь к учебе мечты!»

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Мурманская, Кемеровская, Новосибирская и Свердловская области, Алтайский, Красноярский, Краснодарский, Забайкальский, Хабаровский и Приморский края. Республики Тыва, Бурятия, Хакасия. Головной офис в г. Москва.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Профориентация и навигация поступления школьников в вуз/СПО в условиях COVID-19 путем применения инновационного подхода к созданию инфраструктуры для определения траектории будущего развития человека в системе образования.

Задачи

- помочь школьникам определиться с вузом или СПО и направлением, руководствуясь теми критериями, которые важны именно для них, используя Калькулятор ЕГЭ;
- предоставить детям возможность протестировать способности в соответствии с выбранной специальностью, а также проверить, готов ли будущий студент ей учиться. Специальные тестирования и качественный набор материалов от крупнейших образовательных платформ позволяют это сделать;
- дать возможность абитуриентам убедиться в правильности выбранного пути за счет рейтингов учебных заведений и отзывов студентов;
- развитие корпоративного волонтерства;
- обеспечить постоянную поддержку и консультирование в режиме 24/7.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

АО «СУЭК»

Партнеры

- Фонд «СУЭК-РЕГИОНАМ»,
- ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
- учреждения общего образования территорий присутствия СУЭК,
- высшие учебные заведения.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Свыше 3100 человек (школьников, родителей, педагогов) получили персонализированную поддержку и успешно определили место и направление обучения, а также индивидуальную образовательную траекторию.

Социальные результаты

Портал обеспечил доступ школьникам, их родителями и преподавателям к инструментам профориентации и навигации поступления, а также знаниям по направлениям обучения от лидеров рынка. Внедренная модель оценки 360 позволяет бывшим абитуриентам не только продолжать последовательное совершенствование в желаемом направлении, но и внести вклад в развитии социальных и экономических систем нашей страны.



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Номинация

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

Партнер номинации:
Министерство культуры
Российской Федерации

Мария Гуськова

Генеральный директор ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»

Второй год подряд в проекте Форума Доноров «Лидеры корпоративной благотворительности» присутствует номинация, предложенная Минкультуры России: «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства». Для нас очень важно, что в номинации существенную роль играют проекты, созданные в целях сохранения и популяризации объектов культурного наследия.

Программы, участвующие в конкурсе, разрабатываются с учетом важнейших направлений Стратегии государственной культурной политики, положения которой являются приоритетами в работе не только Министерства культуры, но и других федеральных органов исполнительной власти, и, соответственно, имеют значение всероссийского масштаба.

Минкультуры России оказывает активную поддержку некоммерческим организациям, творческим коллективам, талантливой молодежи. Регулярно выделяются субсидии на переоборудование, модернизацию и реконструкцию организаций культуры, объектов культурного наследия, активно поддерживается отечественный кинематограф.

Вместе с тем ни в коем случае нельзя отрицать вклад коммерческого сектора, участие крупных корпораций и компаний в поддержке культуры и искусства в нашей стране.

В 2020 году было представлено много интересных программ организаций — участников проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» в области культуры и искусства. Цели этих мероприятий более чем созвучны с политикой, проводимой Министерством культуры.

В нынешнем году участники представили не менее интересные и в некотором роде самобытные проекты. Конечно, у всех мероприятий разный формат, отличается подход и охват аудитории, но всех их объединяет одно: искреннее желание сделать культурную жизнь хотя бы отдельно взятого города более насыщенной и увлекательной. Хочется пожелать им удачи, расширения географии реализуемых проектов, а также всесторонней поддержки со стороны государства и общества в этом благородном и нелегком деле.



I место

АО «ОМК»

ГУЛ – Город удивительных людей (временное медиа)

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: 2020 год, завершен

САЙТ ПРОЕКТА: <https://gul.vyksafest.com/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://vk.com/club68505467>,

<https://www.instagram.com/vyksafest/>,

<https://www.facebook.com/vyksafest>,

<https://ok.ru/group/57623412408530>

ГУЛ («Город удивительных людей») — комплексный проект в жанре медиа, помогающий своей аудитории пережить самоизоляцию с минимальными потерями, не поддаваться панике и обрести новый опыт. Основой вещания ГУЛа стали онлайн-трансляции с участием экспертов, медиаперсон и представителей сферы культуры и искусства.

Для зрителей и читателей ГУЛ стал не только источником информации о коронавирусе, но и кладезем полезных практик на время самоизоляции. ГУЛ помог выксунцам и россиянам из других городов справиться с личными, социальными, эпидемиологическими и экономическими проблемами.

Кроме того, ГУЛ решал и стратегические задачи. Во-первых, медиа было призвано восполнить временное отсутствие культурных мероприятий в городе и продолжать линию, заданную фестивалем «Арт-овраг» в предыдущие годы. Таким образом, ГУЛ стал способом реализации направления поддержки искусства и культуры Объединенной металлургической компании и Благотворительного фонда «ОМК-Участие». Во-вторых, портал популяризировал Выксу, повышал ее привлекательность как среди местных жителей, так и среди жителей России, а также государственных институций и коммерческих брендов. В будущем это, наряду с другими социокультурными программами ОМК и Фонда «ОМК-Участие», поможет городу в дальнейшем развитии.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Основная целевая аудитория проекта проживает на территории городского округа города Выкса Нижегородской области, Нижегородской области и близлежащих регионов. Однако пользователем онлайн-медиа и реципиентом информации, распространяемой через него, могли стать жители любых городов России и даже зарубежья, говорящие на русском языке.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание временного медиа-проекта для поддержки жителей г. о. г. Выкса и всей России во время изоляции посредством распространения полезной и проверенной информации, предоставления площадки для высказывания, общения и совместного творчества, активизации культурного потенциала с последующим превращением медиа в онлайн-фестиваль, открывающий Выксу для страны. Проект призван помочь справиться со сложностями и выйти после карантина здоровыми, сильными, с полезным опытом и новыми умениями — иными словами, превратить кризис в возможность.

Задачи

- создать возможности для реализации культурных потребностей и творческого потенциала горожан посредством использования временной коммуникационной медиаплощадки и совместного создания контента для нее;
- аккумулировать и распространять проверенную, объективную информацию о коронавирусе, самоизоляции и ситуации во время пандемии (как себя вести, как защититься, кому задавать вопросы), а также о полезных практиках в целом. Способствовать снятию тревоги посредством обсуждения, проговаривания, дестигматизации трудностей, связанных с проживанием ситуации;
- способствовать сохранению эмоциональной устойчивости благополучателей посредством организации эфиров и материалов с лучшими специалистами в области межличностных отношений, общения между родителями и детьми, а также юристам и кризисным экспертам;
- разнообразить досуг детей и снять нагрузку с родителей, иницируя онлайн-занятия и эфиры с известными сказочниками, креативными профессионалами, чтобы рисовать и танцевать, цифровыми специалистами — рассказать о грамоте социальных сетей, кумирами — ответить на интересующие аудиторию вопросы;
- поддержать физическое и психическое здоровье благополучателей путем организации эфиров с песнями и танцами, разработкой гастрономической карты Выксы, исполнением колыбельных и др.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Объединенная металлургическая компания, Благотворительный фонд «ОМК-Участие», Компания бренда, Агентство «Дорогая редакция» и др.

Партнеры

- Правительство Нижегородской области
- Министерство культуры Нижегородской области

- Департамент развития туризма и народных промыслов Нижегородской области
- Администрация г.о.г Выкса
- Институт развития городской среды Нижегородской области
- Портал «Выкса в курсе»
- Выксунский рабочий
- Выкса.РФ
- Виртуальная Выкса
- Журнал «Собака Нижний Новгород»
- Нижегородская правда
- Время Н
- Социальные сети Вконтакте и Одноклассники

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

1. Запуск медиапроекта в максимально оперативные сроки после объявления режима самоизоляции (13-20.04.2020);
2. Медиа из локального стало федеральным за счет участия московских журналистов;
3. За время работы временного медиа было проведено более 100 эфиров;
4. Трансляции и записи набрали более 10 000 000 просмотров;
5. Проект инициировал 240 публикаций в соцсетях;
6. О проекте выпущено 40 редакционных материалов;
7. Всего 44 публикации в федеральных медиа и 100 публикаций в местных СМИ;
8. 6 870 210 — суммарный охват публикаций, 48 573 — реакции пользователей (лайки, комментарии, репосты и сохранения);
9. Новость о Чемпионате кухонного танца и душевого пения попала в топ новостей культуры Яндексa;
10. прирост подписчиков в социальных сетях +2 417.

Социальные результаты

В оценке социальных результатов организаторы полагаются на их соответствие поставленным перед проектом задачам. Судя по отзывам благополучателей, медиа стало для горожан возможностью узнавать разнообразную информацию, способствующую улучшению психологического состояния, снятию тревоги и беспокойства, развитию практик здорового образа жизни. Не менее важным результатом стало то, что медиа выступило в качестве платформы для общения горожан между собой, вернув часть возможностей спонтанной неформальной коммуникации и разнообразив досуг. Интерактивный формат, не свойственный обычному медиа, позволил каждому жителю Выксы стать не только реципиентом, но и создателем контента — совместно с другими горожанами и приглашенными гостями.

Работа временного медиа способствовала поддержанию института семьи, благоприятной атмосферы дома путем трансляции передовых практик и обеспечения досуга для детей.

Также в рамках спецпроекта «Петрушка» пользователи могли пожертвовать средства благотворительному обществу «Росток» (г. Порхов), которое занимается социальной адаптацией детей-сирот с особенностями развития. Благодаря этой инициативе Людмилы Петрушевской было собрано более 500 000 рублей, переданных в благотворительную организацию.

Медиа позволило реализовать ряд культурных потребностей, оставаясь альтернативой фестивалю «Арт-овраг», транслируя культурные спецпроекты и поддерживая дальнейший интерес к включению в жизнь фестиваля офлайн в тот период, когда она станет возможной. Кроме того, реализация культурной деятельности не ограничивалась заботой о пользователях, но включала в себя и поддержку деятелей искусства в год пандемии. Например, актриса Ирина Пегова, вынужденная проводить самоизоляцию в Выксе, могла общаться со своей аудиторией благодаря проекту ГУЛ.

В рамках проекта проводилась регулярная работа с локальными сообществами по информационной поддержке медиа, что позволило сформировать у них позицию активной сопричастности. Кроме того, участвующие в проекте медиаперсоны и профессионалы сферы культуры и искусства распространяли информацию о нем и о Выксе посредством своих социальных сетей. Таким образом, о городе смогла узнать самая широкая аудитория. Это позволяет прогнозировать более высокий уровень интереса к территории и «Арт-Оврагу» и потенциальный рост посетителей из других городов и регионов.

Изоляция, тем более внезапная и вынужденная, подразумевает обособленность и одиночество. Именно они, а не реальные опасности зачастую становятся основным фактором стресса. Онлайн-медиа ГУЛ возвращало своим пользователям чувство сопричастности, участия в жизни города, чувство сообщества, а с ними и надежду на лучшее.



II место

ООО «Хендэ Мотор СНГ»

Проект «Большая музыка для маленьких»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2015 года по настоящее время

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: <https://www.facebook.com/groups/bigmusicforkids>

«Большая музыка для маленьких» — совместный проект Московской государственной консерватории им. П.И. Чайковского и компании «Хендэ Мотор СНГ». Он был запущен в 2015 году для популяризации классической музыки среди подрастающего поколения. Каждый концерт проходит в формате интерактивной музыкальной лекции с фрагментами театрального действия, мультфильмов и яркого исполнения музыкальных отрывков из известных классических произведений студентами и аспирантами Московской консерватории. За шесть сезонов программы в ней приняли участие около 13 000 слушателей. С 2020 года на Youtube-канале Hyundai транслируются онлайн версии концертов проекта, что делает его доступным для всех желающих.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Москва (доступны онлайн и офлайн-мероприятия), Российская Федерация (доступны онлайн-мероприятия)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

1. Популяризация классической музыки среди детей.
2. Формирование культуры посещения концертов классической музыки.
3. Понимание разных видов классической музыки.
4. Демонстрация доступности классической музыки для самых юных участников: возраст от четырех до десяти лет.
5. Поддержка Национальных целей развития России до 2030 г., в частности цели «Возможности для самореализации и развития талантов».

Задачи

- познакомить детей с классической музыкой и произведениями, относящимися к золотому фонду мировой музыкальной культуры;
- расширить знания детей о классической музыке, развить восприятие музыкальных произведений разных эпох;
- привить культуру посещения концертов классической музыки;

- развить музыкальные способности, эстетический вкус, творчество и креативность участников проекта;
- создать условия для гармоничного развития детей на основе культурных ценностей.

Дополнительно решаются задачи согласно Национальным целям развития России до 2030 г. (Цель «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 в три раза по сравнению с показателем 2019 года.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Сотрудники «Хендэ Мотор СНГ», музыканты и исполнители Московской государственной консерватории им. П.И. Чайковского, дизайнеры и иллюстраторы.

Автор совместного проекта: Ксения Олеговна Бондурянская — преподаватель, руководитель общеузовского центра координации творческих проектов.

Партнеры

Проект реализуется совместно с Московской государственной консерваторией им. П.И. Чайковского.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

По состоянию на май 2021 г.: 105 концертов, 13 000 слушателей.

Проект «Большая музыка для маленьких» внес значительный вклад в развитие популяризации классической музыки среди детей и их родителей.

Социальные результаты

За шесть лет существования проекта (2015 год — по настоящее время) интерес к нему многократно вырос. С камерных площадок проект увеличился до проведения концертов в Рахманиновском зале Консерватории, также на площадке Hyundai MotorStudio на Новом Арбате и создания видео-концертов для всех желающих.

В настоящий момент количество подписчиков в официальной группе проекта в Facebook составляет 1,8 тыс. человек (<https://www.facebook.com/groups/734245583374754>). Уровень вовлеченности пользователей, количество лайков и репостов публикаций показывают постоянный прирост.

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2012 года по настоящее время

В рамках Программы благотворительной и спонсорской деятельности Группа РусГидро реализует социально значимые мероприятия в области культуры. Одним из знаковых проектов для РусГидро является долгосрочное сотрудничество с Фондом содействия развитию детской литературы и культуры чтения «Дом детской книги» по изданию научно-популярных, художественных и научно-художественных книг. Проект стартовал в 2012 году с целью воспитать и сохранить у подрастающего поколения культуру чтения, стимулировать интерес к истории страны, достижениям науки и техники, к инженерной профессии в целом и к гидроэнергетике в частности. В создании книг принимают участие известные детские писатели и художники, работники музеев, библиотек.

Выпуск каждой книги сопровождается ее презентацией во всех регионах присутствия РусГидро. В ходе презентаций проводятся встречи с представителями издательств, авторами статей и художниками. Основной тираж книг передается в районные и городские библиотеки, интернаты, детские дома и музеи на безвозмездной основе. Книги получают победители детских конкурсов и школьных олимпиад в регионах присутствия предприятий РусГидро.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

30 субъектов Российской Федерации, в которых присутствуют предприятия Группы РусГидро.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**Цель**

Воспитать и сохранить у подрастающего поколения культуру чтения, а также стимулировать интерес к истории страны, достижениям науки и техники, к инженерной профессии в целом и к гидроэнергетике в частности.

Задачи

- способствовать формированию современного мировоззрения у молодых людей;
- возрождать издание качественных научно-популярных книг для детей российских авторов;
- повышать образовательный уровень учащейся молодежи;
- формировать исследовательское, аналитическое мышление у подрастающего поколения;

- стимулировать интерес молодежи к достижениям науки и техники, к инженерной профессии в целом и к гидроэнергетике в частности.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

- Департамент корпоративных коммуникаций и специалисты по связям с общественностью предприятий Группы РусГидро,
- Фонд содействия развитию детской литературы и культуры чтения «ДОМ ДЕТСКОЙ КНИГИ».

Партнеры

- сотрудники библиотек и образовательных учреждений,
- представители органов местного самоуправления,
- представители СМИ.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

За время реализации проекта выпущено восемь книг: «Вода — необычное в привычном», альманах «Хочу все знать. Старые и новые новости науки 1957–2014 гг.», «Речка, речка, где твой дом?», «От мачты до киля», «Вокруг света под русским флагом», новый альманах «Хочу все знать», «Царица вода», «ЭлектроПЛАН». Основные тиражи всех изданий безвозмездно переданы в сотни социальных, образовательных и культурных учреждений по всей России.

Социальные результаты

За годы реализации проекта удалось пополнить библиотечные фонды современными изданиями, заинтересовать юного читателя актуальной детской литературой об энергетике, водоемах и истории России. Все большее количество библиотек и образовательных учреждений направляет обращения с просьбой принять участие в проекте.



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

Перед Россией, как и перед другими странами, стоят амбициозные задачи достижения Целей устойчивого развития. Бизнесу здесь принадлежит значительная роль, но общий успех зависит от эффективности совместных усилий государства, предпринимателей, НКО и общества в целом.

Вклад бизнеса в решение социальных проблем традиционно является значительным, усиливается влияние на качественные преобразования социальной среды.

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 по устойчивому развитию территорий присутствия, раскрывающих системный подход к организации социальной деятельности и связь программ с общей стратегией бизнеса компании.

В 2019 г. название номинации было обновлено с учетом глобальной Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года и решения задач нацпроектов: «Лучшая корпоративная программа социальных инвестиций в территориях в ее связи со стратегией бизнеса и в контексте устойчивого развития».

Для каждой компании формы участия бизнеса в социально-экономическом развитии территорий могут быть разными. Все зависит от решаемых компаниями задач по поддержке территорий и от объемов выделяемых средств. Эффективность проектов компаний возрастает от совместных проектов в партнерстве с властью и некоммерческими организациями.

Компании-лидеры демонстрируют системность корпоративной благотворительности, высокое качество управления социальными инвестициями, устойчивый результат. Принципы устойчивого развития с учетом ESG факторов — направленность движения к целям устойчивого развития и национальным целям — ложатся в основу стратегий компаний.

С учетом этих позиций рассматривались заявки участников конкурса в номинации.

Поддержку жюри получили долгосрочные программы, которые носят системный характер, успешно сочетают показатели результативности социальных инвестиций с эффективными технологиями реализации программ, соответствие общей стратегией деятельности компании с актуальностью для региона, реагируют на новые вызовы, развивают сотрудничество в ходе реализации, поддерживают партнерства.

Важное значение имело и качество заявок. Так, была отмечена очень хорошая интегрированная программа «Цифровой регион» компании «Ростелеком», но при всей системности работы компании эксперты не смогли ее поддержать как лучшую в связи с тем, что недостаточно конкретно был показан личный вклад компании в реализацию федеральных проектов.

Из представленных программ признаны лучшими и стали победителями номинации: Комплексная программа поддержки регионов присутствия в период пандемии Компании «МЕТАЛЛОИНВЕСТ» и программа «Туристические аудиогиды» ПАО «Мобильные ТелеСистемы», направленная на развитие внутреннего туризма и экологического просвещения посредством создания цифровых сервисов с уникальным контентом и вовлечением местных жителей.

Лауреатами признаны: программы «#20ДобрыхДелЕвроХим» АО «МХК «ЕвроХим», «Восстановление городской среды и сохранение культурной идентичности городов» ООО «Леруа Мерлен Восток» и «Птицы и сталь» /Сотрудничество ПАО «Северсталь» и ФГБУ «Дарвинский государственный заповедник»/ ПАО «Северсталь».

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

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: март 2020 года – по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://www.metalloinvest.com/>

<https://www.metalloinvest.com/search/?q=%EA%EE%F0%EE%ED%E0%E2%E8%F0%F3%F1&s> – Подборка новостей с сайта Компании, посвященных борьбе с распространением коронавируса

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.facebook.com/metalloinvest/>

<https://vk.com/metalloinvest>

https://www.instagram.com/metalloinvest_official/

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

Предприятия Компании «Металлоинвест» работают в трех регионах России в четырех городах: Старый Оскол, Губкин, Железногорск и Новотроицк с общим населением более пятисот тысяч человек.

Месторождения, разрабатываемые предприятиями Metalloinvesta, располагают запасами железной руды на 140 лет. То есть сама природа нашего бизнеса носит долгосрочный характер, обязывает нас развиваться устойчиво и учитывать интересы всех заинтересованных сторон.

Наши города для Компании — это не просто место, где мы работаем, это наш дом. Мы внимательно относимся ко всему, что происходит в наших городах, т.к. в них живут главные герои нашего успеха — сотрудники и их семьи, городские активисты, вместе с которыми мы меняем жизнь в городах к лучшему.

В условиях постоянно меняющейся реальности и новых вызовов Metalloinvest придерживается системного подхода в реализации инициатив, направленных на сохранение здоровья сотрудников и жителей регионов присутствия. В 2020 году Компания запустила комплексную программу поддержки регионов присутствия в период пандемии.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Курская, Белгородская, Оренбургская области

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

- достижение ЦУР ООН 3: Хорошее здоровье и благополучие;
- обеспечение непрерывности производства, безопасности и здоровья работников;
- развитие системы здравоохранения регионов присутствия в борьбе с пандемией.

Задачи

- создание и обеспечение бесперебойного функционирования оперативного штаба;
- обеспечение профилактических мер на производстве;
- организация информирования сотрудников и жителей о мерах безопасности в период пандемии;
- обеспечение необходимым медицинским оборудованием учреждений здравоохранения регионов присутствия;
- обеспечение эффективного лечения пациентов, заболевших COVID – 19;
- организация поддержки врачей в учреждениях здравоохранения;
- разработка стратегии развития медицинских учреждений территорий присутствия Компании.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

- Руководство Компании и УО (Штаб)
- Департамент социальной политики
- Департамент охраны здоровья
- Департамент корпоративных коммуникаций
- Дирекция по снабжению
- Департамент ОТиПБ и окружающей среды

Партнеры

- администрации Курской, Белгородской и Оренбургской областей
- администрации городов: Губкин, Старый Оскол, Железногорск, Новотроицк
- СМИ
- волонтеры Компании
- НКО
- ассоциации и профессиональные объединения

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

- разработана и внедрена комплексная система профилактических мер по предотвращению коронавирусной инфекции на предприятиях Компании;
- оснащены необходимым оборудованием, лекарствами и СИЗ учреждения здравоохранения регионов присутствия и клинично-диагностические лаборатории;
- оснащены необходимыми средствами защиты муниципальные и региональные учреждения образования, культуры, спорта и других мест, открытых для посещения горожанами;
- реализована масштабная информационная кампания для жителей и сотрудников по профилактическим мерам COVID-19;
- внедрены изменения в ряд бизнес процессов Компании, внедрены новые регламенты и нормативные документы;

- оказана адресная помощь людям и семьям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации;
- в проекты поддержки сотрудников и регионов присутствия в период пандемии инвестировано порядка 3 млрд рублей;
- вакцинировано около 70% сотрудников;
- низкий уровень заболеваемости в регионах присутствия Компании и среди сотрудников.

Социальные результаты

- обеспечена непрерывная работа предприятий Компании;
- сотрудники Компании обеспечены необходимой системой безопасности для сохранения здоровья;
- жители территорий присутствия обеспечены необходимым оборудованием и материалами для борьбы с пандемией. Диагностика заболеваний стала более доступной и оперативной, что позволило более эффективно организовать лечение жителей;
- повышение устойчивости медицины в городах присутствия в долгосрочной перспективе.



I место

ПАО «МТС»

Туристические аудиогиды от МТС

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2019 года по настоящее время

ПРИЛОЖЕНИЯ: Izi.Travel, WeGoTrip (Surprise Me)

Проект «Мобильные аудиогиды от МТС в городах и национальных парках России» направлен на поддержку и развитие внутреннего туризма и экологическое просвещение посредством создания цифровых сервисов с уникальным контентом и активного вовлечения в этот процесс местных жителей. Компания привлекает региональных экоактивистов, краеведов, историков, журналистов к созданию мобильных аудиогидов по городам и национальным паркам с фокусом на: а) «народные» достопримечательности, раскрывающие колорит и особенности каждого города, по мнению местных жителей, и б) развитие природных территорий и экологическое просвещение населения.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

45 регионов Российской Федерации

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Популяризация внутреннего туризма, продвижение культурных и природных особенностей регионов посредством применения современных технологичных продуктов.

Социальные задачи

1. Вовлечение жителей и туристов в пользование продуктами под брендом компании.

KPI:

- количество охваченных программой регионов — 35;
- количество прослушиваний аудиогидов — 150 000 (данный показатель рассчитывался с учетом суммарной емкости турпотока в различных локациях);

2. Рост проникновения в регионах цифровых сервисов для туристов.

KPI:

Количество подписанных соглашений о цифровизации и социокультурном сотрудничестве — 15;

Бизнес-задачи

Формирование лояльности к компании за счет создания репутации «своей», народной компании, повышение доверия и ощущения заботы со стороны бренда, когда компания понимает потребности жителей регионов и хочет развивать туристическую и природную привлекательность регионов.

KPI:

количество вовлеченных в проект местных жителей — 20 000 человек;
суммарный охват коммуникаций в соцсетях и СМИ о проекте — 10+ млн пользователей в год;

количество проектов с внедрением цифровых сервисов — 40.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Команда включает в себя сотрудников головного офиса, постоянно занятых в проекте, региональных специалистов по всей России, а также цифровых волонтеров и лидеров мнений в регионах. В проекте непосредственно задействован топ-менеджмент компании и директора региональных представительств, которые становятся амбассадорами программы. Региональные директора с помощью собственных социальных сетей приглашают местных жителей участвовать в создании гидов, присылать свои любимые локации и связанные с ними воспоминания и истории.

Партнеры

Представители туристско-информационных центров, культурно-досуговых формирований, администрации национальных парков, с помощью которых были реализованы кейсы в каждом из регионов, городские и региональные активисты, максимально участвующие в реализации проекта на каждой из территорий, региональные власти, b2b-партнеры МТС, присоединившиеся к программе.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Социальный эффект

- охвачено 45 территорий, про историю которых жители и гости регионов смогли узнать больше неочевидных фактов;
- маршруты пройдены более 120 тысяч раз;
- количество вовлеченных в создание гидов местных жителей — 27 000 человек.

Бизнес-эффект

Благодаря нестандартному подходу к созданию мобильных гидов мы смогли найти точечные, важные для жителей конкретного региона интересные места, популяризируя которые мы получаем лояльность местных жителей, любовь и доверие к МТС. Это позволило сформировать широкую аудиторию адвокатов бренда, вовлечь ее в использование цифровых сервисов МТС. Это подтверждают цифры по охвату и вовлеченности:

- более 3000 публикаций в СМИ и соцсетях, в комментариях к публикациям жители делятся положительными отзывами и позитивными эмоциональными откликами на запущенную программу;
- суммарный охват коммуникаций в соцсетях и СМИ — более 14,2 млн. пользователей;
- активное участие руководителей филиалов в проекте позволило усилить доверие к ним среди широкой аудитории, их аккаунты стали дискуссионными площадками для жителей регионов, а число подписчиков увеличилось на 15–20% (большая часть — жители городов и лидеры мнений);
- по итогам программы в ряде городов заключены соглашения с министерствами туризма о цифровизации и экологическом и социокультурном сотрудничестве;
- вклад в развитие ГЧП: проект воплотил в жизнь инициативы бизнеса, государства и общества. Активная поддержка органов местной власти (комитеты по культуре и искусству, ТИЦы) показала социальную значимость проекта.

Проект проявил себя как эффективный инструмент формирования доверия к МТС. Вовлеченность в активности МТС, которую демонстрируют участники программы, превышает ожидания: люди готовы погружаться в социально значимые кейсы, реализуемые бизнесом. МТС встала во главе большого движения, вовлеченного в жизнь региона, создана масштабная дискуссионная площадка, участники которой не только делятся информацией о проекте, но и предлагают новые инициативы по усовершенствованию городской инфраструктуры, внедрению новых проектов, улучшающих жизнь обычных людей. Лицом движения стали региональные директора МТС, которые с помощью собственных социальных сетей откликаются на происходящие в регионе, приглашают волонтеров и являются единой «точкой входа» для инициатив от сообществ, партнеров, властей. Это также позволило выстроить имидж первого лица компании в регионе.



II место

АО «МХК «ЕвроХим»

#20ДобрыхДелЕвроХим

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: 2020 г. — настоящее время

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.instagram.com/eurochem20/>

<https://vk.com/20eurochem>

#20ДобрыхДелЕвроХим — это масштабная межрегиональная программа социальных мероприятий и инвестиций 2020–2021гг., приуроченная к 20-летию Минерально-химической компании «ЕвроХим», которая уже 20 лет последовательно реализует социальную политику по улучшению качества жизни в регионах присутствия.

Данная программа — это более 500 региональных инициатив: от строительства инновационных центров для одаренных детей и кванториумов, создания парков и аллей, оснащения больниц, масштабных культурных и спортивных фестивалей до локальных акций помощи конкретным пенсионерам в отдаленных селах районов присутствия «ЕвроХима».

Программа основана на принципах каскада и конкурса региональных проектов, когда в каждом из семи регионов присутствия компании проводятся десятки целевых социальных мероприятий, акций и проектов по направлениям «Образование», «Люди», «Антиковид», «Качественная среда», из которых населением (главным бенефициаром!) и экспертным советом выбираются 20 лучших в каждом регионе, а затем из них выбирается и награждается двадцатка самых лучших и наиболее социально-эффективных проектов всей программы.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Территориальный охват программы #20ДобрыхДелЕвроХим – все регионы и города присутствия компании «ЕвроХим»:

- г. Ковдор, Мурманская область
- г. Кингисепп, Ленинградская область
- г. Санкт-Петербург, Ленинградская область
- г. Березники, Пермский край
- г. Пермь, Пермский край
- г. Новомосковск, Тульская область
- г. Котельниково, Волгоградская область
- г. Невинномысск, Ставропольский край
- г. Белореченск, Краснодарский край

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель программы #20ДобрыхДелЕвроХим: создание потенциала долгосрочного развития территорий присутствия на основе инновационной социальной инфраструктуры и проектов нового типа, создающих ресурсы и возможности.

Задачи

Задачи программы #20ДобрыхДелЕвроХим:

- создание системы подготовки кадров для сектора, отвечающей современным компетентностным вызовам;
- формирование коллективного иммунитета и сильной медицинской и социальной поддержки на местах;
- повышение качества среды и качества жизни в городах присутствия;
- создание условий для социальной, культурной и экономической реализации и деятельности жителей и местных сообществ городов присутствия.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Председатель Совета директоров — профильные департаменты — заводы — со-веты молодых специалистов — корпоративные волонтеры

Партнеры программы

- Общероссийский Народный Фронт
- Всероссийская акция взаимопомощи #МыВместе
- АНО «Национальные приоритеты»
- Ростуризм
- РСПП
- администрации городов присутствия
- администрации регионов присутствия
- экологические и общественные организации
- Благотворительный фонд Андрея Мельниченко

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Непосредственные результаты: материальный след реализации программы #20ДобрыхДелЕвроХим в 2020–2021гг. в территориальном разрезе, по городам присутствия компании «ЕвроХим»:

• Город Ковдор, Мурманская область:

- Начато строительство нового общественно-культурного пространства для жителей Ковдора и туристов — Парка Гиперборейя, в котором будут размещены копии древних артефактов, тотемы, а также будут проводиться общественные и культурные мероприятия.
- Проведен первый туристический форум «Гиперборейский диалог» с участием Федерального агентства по туризму, ВЦИОМ, АНО «Национальные

приоритеты», губернатора Мурманской области, Комиссии по вопросам участия бизнеса в реализации национальных проектов Ассоциации менеджеров, главы Ковдорского района, ведущих экспертов и практиков по туризму.

- Два года подряд проводится уникальный, единственный в России ивент — Гиперборейский Новый Год на основе сплава северной экзотики, местной айдентики, древнегреческого мифа о Гиперборее, соляных праздников, гастрономии; для маленького Ковдора почти три тысячи участников зимнего фестиваля и 750 гостей из других регионов — абсолютный рекорд.

- Реконструированы детские площадки и городские дворы по нацпроекту «Жилье и городская среда», планируется реконструкция городского ДК, детской школы искусств по госпрограмме «Комплексное развитие сельских территорий».

- Проект «Ковдор — столица Гиперборей» получил четыре премии: Russian Event Awards-2020, PROБренд-2020, Сильные идеи для нового времени-2020, Культурный след-2021, Живое наследие-2021 — всего на настоящий момент проект получил восемь федеральных премий.

- Проведен первый Гиперборейский шахматный турнир с чемпионом мира, международным гроссмейстером, обладателем девяти шахматных «Оскаров» Анатолием Карповым.

- Совместно с Комитетом по туризму Мурманской области начат проект по развитию промышленного туризма в Ковдорском районе, тестируются первые экскурсии, создается видовая площадка на карьере Ковдорского ГОКа.

- В Ковдорском районе организована экспедиция федерального телеканала РЕН ТВ по изучению новых неизвестных мест силы, выход передачи запланирован на октябрь 2021 г.

- Оказана помощь городу и местным медикам в борьбе с пандемией: СИЗ дому-интернату для престарелых и инвалидов, продуктовые наборы пожилым людям к праздникам, приобретен специальный автомобиль на базе КамАЗа, который чистит, моет и дезинфицирует улицы города.

• **Город Кингисепп, Ленинградская область**

- В рамках нацпроекта «Образование» построен детский технопарк «Кванториум» стоимостью 108 млн руб.; проект реализован в рамках частно-государственного партнерства Министерства просвещения РФ, «ЕвроХима», Благотворительного Фонда Андрея Мельниченко, Правительства Ленинградской области; он рассчитан на обучение 800 школьников в год, еще 4000 учеников станут участниками мероприятий различного формата; в технопарке ведется обучение по направлениям «Хайтек», «IT-квантум», «Космоквантум», «Наноквантум», «Промробоквантум» и «Биоквантум», в 2022 году появится физическая и химическая лаборатории.

- Оказана поддержка населению и учреждениям в период борьбы с пандемией: помощь Кингисеппской поликлинике, детскому саду № 6; молодые специалисты доставляли пожилым жителям продуктовые наборы и средства защиты.

- Оказана помощь Кингисеппскому дому-интернату для престарелых в рамках благотворительной акции #МыВместе и совместно с ОНФ.
 - Совместно с региональным Центром крови проведены донорские акции — это очень важный проект в условиях пандемии, потому что сократилось число доноров.
 - Проведена серия профориентационных занятий для школьников, в том числе открытые уроки, экскурсии, дни открытиях дверей на предприятия.
 - Проведена масштабная волонтерская экологическая акция по уборке берега реки Луга, в которой приняли участие более 100 человек корпоративных добровольцев.
 - Реализована пилотная программа «Летние инженерные каникулы» на базе Кванториума, запущена новая образовательная программа — набор в ЕвроХим-классы в Кингисеппской школе №1.
 - Реализуется проект создания лаборатории КИПа в Кингисеппском колледже технологии и сервиса.
 - Совместно с ОНФ проведена акция «Зеленый щит», в рамках которой были высажены саженцы сортовых деревьев и кустарников: клены, ели, каштаны, можжевельник.
 - Предприятия ЕвроХима в Кингисеппе успешно реализовали программу вакцинации и получили паспорт иммунитета от ковид-19, достигнут коллективный иммунитет.
- **Город Санкт-Петербург, Ленинградская область**
 - Создан научно-исследовательский Лабораторный центр «ЕвроХим-Проект в Санкт-Петербурге» — инновационное и оснащенное современным оборудованием научно-исследовательское учреждение с широким набором высоких компетенций по проектному и научному сопровождению российских горнодобывающих и обоганительных предприятий.
 - **Город Березники, Пермский край**
 - Ведется строительство микрорайона ЕвроХим — к настоящему моменту уже построено 19 многоквартирных домов на 784 квартиры, заканчивается ввод в строй первой очереди, 320 квартир уже сданы в эксплуатацию.
 - Ведется строительство общеобразовательной школы на 620 мест в Березниках (ввод в эксплуатацию в 2022 г.) в рамках проекта по созданию социальной инфраструктуры при калийном комбинате компании.
 - Ведется строительство детского сада на 260 мест в микрорайоне ЕвроХим в Березниках.
 - Оказана поддержка Краевой больнице имени академика Вагнера: переданы СИЗ, приобретен наркозный аппарат.
 - При поддержке компании в Пермском крае фактически создано регбийное движение профессионального уровня: в Березниках организовано регбийное движение и первые мастер-классы и тренировки по регби.

- Молодые специалисты-волонтеры Усольского калийного комбината организовали два мастер-класса по Усольской росписи в партнерстве с Соликамским краеведческим музеем в рамках социально-культурного проекта по сохранению и продвижению культурных традиций края.
 - В рамках реализации программы по компенсационному лесовосстановлению Усольский калийный комбинат реализует до конца 2021 г. высадку 1,5 млн саженцев ели и сосны на 530 га прикамских земель.
 - Предприятие ЕвроХима в Березниках в течении последних четырех лет ежегодно проводит экологическое мероприятие по выпуску молоди судака, щуки, стерляди в водоемы Прикамья — по 50 тыс. мальков в год.
- Город Пермь, Пермский край**
- Компания уже третий год поддерживает регби-клуб «Витязь»: благодаря «ЕвроХиму» команды клуба обеспечены всем необходимым для тренировок и участия во всероссийских соревнованиях, игроки и тренеры получают материальную поддержку, идет работа с регбийными секциями в школах Перми. Проведение Кубка Губернатора Пермского края по регби — это важный шаг к тому, чтобы регби стало базовым видом спорта в крае.
- Город Новомосковск, Тульская область**
- В рамках нацпроекта «Образование» реализуется проект создания уникального Центра поддержки одаренных детей «Созвездие» стоимостью 1 млрд руб. (открытие планируется в 2022 году), который станет ключевым звеном региональной системы поддержки юных талантов Тульской области. Это будет лицей полного дня, кампус для круглогодичного проживания 200 учеников, образовательный центр «Академия достижений», легкоатлетический стадион, универсальный спортивный зал и бассейн.
 - Оказана помощь госпиталю для больных коронавирусом и больницам: модернизирована система снабжения кислородом, создано 28 дополнительных койко-мест, переданы увлажнители лечебных газов, СИЗ.
 - В седьмой раз с большим успехом прошел масштабный детский социально-экологический конкурс среди школьников «Поколение Эко», направленный на формирование ответственности за окружающую среду, экологического мышления и образа жизни. В нем участвуют все 16 школ города Новомосковска и Новомосковского района, реализовано 92 экологических проекта.
 - В рамках акции «Новомосковск, дыши!» и совместно с общественно-экологической организацией «Экологическая защита» высажена кленовая аллея на улице Мира.
 - В рамках акции «Новомосковск, дыши!» совместно с общественно-экологической организацией «Экологическая защита» и лучшими питомниками региона высажена кленовая аллея на улице Комсомольской — центральной улице Новомосковска.

- Проведен первый международный фестиваль шахматных искусств «Art Chess» с выдающимся гроссмейстером Анатолием Карповым для детей из Новомосковска, Кимовска, Узловой, Северо-Задонска.
 - Волонтеры Новомосковского Азота совместно с федеральным проектом «Инженеры Победы» реализуют исторические исследования про инженеров-изобретателей завода. Они организовали съемку фильмов и подготовку материалов про Михаила Кабанова — изобретателя коктейля «Молотова».
 - Реализованы новые проекты Центра детского научного и инженерно-технического творчества «Квант», созданного Благотворительным Фондом Андрея Мельниченко при поддержке компании: конкурсы проектов, набор в ЕвроХим-классы в школах, занятия в лабораториях Центра и Новомосковского института Российского химико-технологического университета им. Д.И. Менделеева.
 - Волонтерское движение Новомосковского Азота вышло на общегородской уровень работы, добровольцы тесно сотрудничают с городом: за два года было проведено более 27 акций, включая уборки общественных пространств, помощь малоимущим, мероприятия по противодействию пандемии — передача СИЗ социальным учреждениям, продуктов и гуманитарной помощи малообеспеченным семьям.
 - Волонтерами компании проведена очистка берегов истока реки Дон в рамках Всероссийской акции «Вода России» совместно с общественной организацией «Экологическая защита».
 - Ранее, в 2019 году, в партнерстве с администрацией Новомосковска реализован масштабный проект «Большая вода» по улучшению системы водоснабжения города и Новомосковского района; благополучателями стали 130 тысяч жителей.
- Город Котельниково, Волгоградская область:**
- В рамках проекта «Котельниково — Земля Героев» начато строительство Парка Героев: совместно с Институтом архитектуры и строительства ВГТУ проведен конкурс архитектурных проектов, высажена первая Аллея Героев.
 - Проведена реконструкция и оснащение школы № 2 — самой большой по количеству учащихся школы города Котельниково, оборудован современный кабинет химии.
 - Построен современный детский сад на 100 мест в рамках создания новых жилых районов и социальной инфраструктуры при Гремячинском ГОКе.
 - Поддержана Котельниковская районная больница: медикам переданы спецодежда, СИЗ, необходимое оборудование.
 - Оснащены кабинеты и лаборатории для специальности «Подземная разработка месторождений полезных ископаемых» в Волжском политехническом техникуме.
 - Реализуется проект по созданию Котельниковском районе FM радио «Радио «Котельниково», которое будет специализироваться на отражении обществен-

ной и культурной повестки территории, продвижении проектов местного сообщества.

- В рамках нацпроекта «Культура» ребята-краеведы, участвующие в проекте «Котельниково — Земля Героев», провели летнюю смену в военно-историческом лагере «Страна Героев» под эгидой РВИО.
- В рамках проекта «Котельниково — Земля Героев» по инициативе краеведов и историков улица в микрорайоне «Дубовая роща» названа в честь Александра Землянухина—легендарного казака из Котельниково, героя войны 1812 года.
- Проект «Котельниково — Земля Героев» победил во Всероссийском конкурсе в области социальной ответственности «Героям — быть!» и конкурсе «Лучшие социальные проекты России 2020–2021».
- Передана оргтехника нуждающимся семьям, которые в период пандемии испытывали трудности с организацией дистанционного обучения детей, в рамках Всероссийской акции поддержки школьников из многодетных семей «МногоДарю» ОНФ.
- Волонтеры «ЕвроХим-ВолгаКалия» организовали первый благотворительный «Забег доброты» при поддержке олимпийского чемпиона, 13-кратного чемпиона по гребле на каноэ Максима Опалева: на собранные средства куплены подарки Волжскому центру помощи детям, оставшимся без попечения родителей.
- Волонтеры «ЕвроХим-ВолгаКалия» создали и развивают детское боксерское движение в городе, а также взяли шефство над детским садом «Сказка»: компания помогла с оснащением боксерских секций и детского сада необходимым инвентарем.
- Проекты молодых специалистов «ЕвроХим-ВолгаКалия» охватывают весь город: они регулярно навещают местный дом престарелых, устраивают десятки детских праздников, открытых уроков, высаживают деревья, помогают в благоустройстве.

• **Город Невинномысск, Ставропольский край**

- Создан детский технопарк «Кванториум» по нацпроекту «Образование» в рамках частно-государственного партнерства Министерства просвещения РФ, компании «ЕвроХим», Благотворительного Фонда Андрея Мельниченко, Правительства Ставропольского края; стоимость проекта 118 млн руб.; в «Кванториуме» занимается 800 детей — школьники осваивают шесть направлений науки, в т.ч. робототехнику, биотехнологии и программирование.
- «Невинномысский Азот» в пандемию поддержал медиков: организовал производство медицинского кислорода мощностью 4 тонны в сутки, получил соответствующие сертификаты и лицензии и обеспечивает им больницы Невинномысска, Ставропольского края и республик СКФО.
- Оказана поддержка Центральной районной больнице Невинномысска по оснащению ковидного отделения.

- В период «первой волны» коронавирусной инфекции компания «ЕвроХим» подарила Невинномыску аппарат высокого давления фирмы «Керхер» стоимостью 2,8 млн руб. для дезинфекции улиц и городских пространств.
 - ЕвроХим сформировал детское регбийное движение в Невинномысске и Кочубеевском районе: создано пять постоянно действующих секций на базе учебных заведений, для каждой секции подготовлен и лицензирован тренер, общее количество воспитанников 120 человек; регулярно проводятся фестивали детского регби с участием команд Ставропольского края, Карачаево-Черкесской и других республик Северного Кавказа.
 - Проведена высадка аллеи из саженцев катальпы в рамках акции «Сад памяти» Всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы».
 - В лицее № 6 Невинномысска под патронажем Фонда Андрея Мельниченко начал работу обновленный «ЕвроХим-класс» с расширенным изучением естественно-математических дисциплин для 8–11 классов; также на базе Невинномысского химико-технологического колледжа и Невинномысского технологического института (филиала) СКФУ созданы «ЕвроХим-группы».
 - Реализована амбициозная программа Центра детского научного и инженерно-технического творчества, в котором ученики 5–11 классов получают углубленное образование по дисциплинам естественно-научного блока и ведут проектную деятельность; их проекты победили на многих федеральных и международных конкурсах.
 - Молодые специалисты «Невинномысского Азота» совместно с местной экологической организацией провели ставшую уже традиционной акцию по очистке берега реки Кубань в рамках Всероссийской акции «Вода России» нацпроекта «Экология».
 - Ранее, в 2019 г., была завершена масштабная реконструкция главного городского спорткомплекса «Олимп» стоимостью 392 млн руб. Сегодня на базе дворца работают 10 секций, в которых занимаются 862 ребенка. (<https://stavropolye.tv/news/126361>)
- Город Белореченск, Краснодарский край**
- Начата реконструкция Центральной площади Белореченска в рамках нацпроекта «Жилье и городская среда»; дизайн-проект площади победил на V Всероссийском конкурсе лучших проектов создания комфортной городской среды.
 - Оказана поддержка Центральной районной больнице Белореченска: оснащение хирургического отделения современным оборудованием Волонтерское движение «ЕвроХим-БМУ» в поддержку общероссийской акции взаимопомощи #МыВместе передали медикам районной больницы и учреждениям социальной сферы СИЗ, продуктовые наборы многодетным семьям и ветеранам.

- Высажена березовая аллея в городском парке в рамках международной акции «Сад памяти» совместно с волонтерским общественным движением «Волонтеры Победы».
- Создана хвойная аллея в парке Победы Белореченска совместно с краевой общественной организацией «Экологическое содружество».
- В рамках нацпроекта «Производительность труда и поддержка занятости» реализован пилотный проект по повышению производительности труда в основных цехах предприятия ЭФК и ЦСМУ-1; по результатам реализация проекта производительность предприятия за год выросла на 31%, предприятие «ЕвроХим-БМУ» стало победителем в конкурсе «Лучшие практики наставничества Краснодарского края–2021».
- Волонтерами предприятия и активистами краеведческого движения создана серия исторических экскурсий по городу Белореченску совместно с городским краеведческим музеем.

Социальные результаты

Социальные результаты программы #20ДобрыхДелЕвроХим по направлениям:

• Социальные результаты по направлению «Образование»:

1. «ЕвроХим» создал систему подготовки новых инженеров химпрома. Построен полный цикл подготовки инженеров — 13 лет: ранняя мотивация в школах — специализированное дополнительное образование — олимпиады — целевое обучение, сопровождение и производственная практика в вузе — потом дообучение на заводе в учебных центрах — обучение в рамках карьеры на корпоративной платформе курсов; итого 13 лет — 3–4 года дополнительного образования, 5 лет в вузе, 3 года в компании «ЕвроХим» в статусе молодых специалистов.
2. Решена инфраструктурная проблема — построена инновационная инфраструктура детского образования в малых городах: три центра детского научного и инженерно-технического творчества, два детских образовательных технопарка «Кванториум», на финальной стадии создание центра обучения одаренных детей «Созвездие», работает широкая сеть «ЕвроХим-классов». Система образования компании работает на основе широкой сети взаимодействия на уровне учебных центров, школ и образовательной программы Благотворительного Фонда Андрея Мельниченко, сотрудничества с ведущим университетами по подготовке кадров, сети собственных учебных центров и программа обучения на предприятиях. Совокупный объем инвестиций «ЕвроХима» в инфраструктуру образования только за последние три года составил 1,5 млрд руб.
3. Решена проблема доступности для детей высококачественного естественно-научного образования и доступа к науке в регионах. Уже четыре года «ЕвроХим» совместно с Благотворительным Фондом Андрея Мельниченко идет

по пути создания сильных центров обучения одаренных детей в малых городах присутствия.

4. Создана система выявления и продвижения талантов из регионов в образование и науку. Раньше возможностей получить высококачественное дополнительное образование у детей не было. Это не просто подготовка к ЕГЭ, а действительно углубленное изучение, наука, проекты, олимпиады. Масштаб вовлечения в образовательные программы составляет более 10 тыс. школьников: 500 воспитанников учебных центров, 1600 обучающихся в «Кванториумах» и еще 8000 учеников — участников мероприятий различного формата в «Кванториумах».

5. Достигнуты высокие показатели ЕГЭ воспитанников образовательных центров Фонда Андрея Мельниченко по предметам естественно-математической направленности; они сопоставимы с показателями учащихся десяти лучших российских школ согласно рейтингу RAEX; средний показатель ЕГЭ ребенка превышает средний показатель по региону на 10–25 баллов в зависимости от предмета.

6. Высокие показатели поступления в вузы: 96% выпускников, закончивших обучение в региональных образовательных центрах в 2020 г., поступили в ведущие российские университеты на бюджетные места, более 60% ребят выбрали для обучения региональные вузы.

7. Международное признание достижений учащихся учебных центров «ЕвроХима»: победы учащихся на Regeneron ISEF (панее – Intel ISEF), International Conference of Young Scientists (ICYS), Beijing Youth Science Creation Competition (BYSCC), Asia-Pacific Forum for Science Talented.

8. Общероссийское признание достижений учащихся учебных центров «ЕвроХима»: победы на региональных чемпионатах «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia); победы на различных этапах Всероссийской олимпиады школьников (ВсОШ, главного олимпиадного турнира школьников в России.) по естественно-научным и точным дисциплинам: в 2019–2020 уч. году 314 воспитанников образовательных центров Фонда Андрея Мельниченко стали победителями и призерами муниципального этапа ВсОШ по дисциплинам естественно-математического цикла, 41 — регионального этапа ВсОШ, четверо из них вышли в финал турнира.

• **Социальные результаты по направлению «Антиковид»:**

9. Обеспечен полный контроль над пандемией коронавируса в регионах. Создана и эффективно работает система антикризисного управления и противодействия эпидемии — Оперативный штаб. Эта практика признана Общественной палатой России одной из лучших социальных практик среди российских компаний.

10. Решены инфраструктурные проблемы и созданы условия в медицинской сфере территорий присутствия для борьбы с ковидом. Медицинские и социальные учреждения городов присутствия обеспечены необходимыми

материалами и оборудованием для работы в период пандемии, оборудованы ковидные отделения, больницы обеспечены медицинским кислородом и СИЗ, увеличен коечный фонд, поддержаны медики.

11. Поддержаны особо уязвимые социальные группы в городах присутствия. Местные сообщества городов присутствия обеспечены средствами индивидуальной защиты и дезинфицирующими средствами.

12. Рост гражданского участия и самоорганизации на местах в действии — сотрудники компании и активисты массово участвовали в добровольческой поддержке социально уязвимых групп населения в городах присутствия; всего было проведено более 170 мероприятий поддержки.

13. Достигнут главный результат, связанный с обеспечением здоровья работников и их семей: обеспечена опережающая вакцинация на предприятиях компании совместно с администрациями городов, отраслевыми объединениями (РСПП, РАПУ), достигнут коллективный иммунитет на предприятиях «ЕвроХима».

• **Социальные результаты по направлению «Качественная среда»:**

14. В двух городах «с нуля» создана качественная среда для жизни более чем 10 тыс. человек — два благоустроенных микрорайона: в городе Березники Пермского края построен микрорайон (19 многоквартирных домов, строится детский сад, школа) с инвестициями более 1,1 млрд руб.; в городе Котельниково Волгоградской области построен микрорайон (29 коттеджей, 8 многоквартирных домов, детский сад, гостиница, система водоснабжения) с инвестициями более 3,2 млрд руб. Эти проекты задают новые стандарты организации среды для городов присутствия.

15. Обеспечено радикальное повышение качества среды во всех городах присутствия за последние годы. Так решается проблема отставания малых провинциальных городов по качеству жизни и среды от столиц. Повышение качества среды отмечается в социологических исследованиях, проводимых в городах присутствия. На этот важный индикатор работает рост обеспеченности жильем работников и их семей в городах присутствия, рост обеспеченности социальной инфраструктурой, парками, качественными сервисами. Удельный вес урбанистических проектов в социальных инвестициях компании постоянно растет, поскольку качество среды является важным элементом в социальном бренде компании как работодателя.

16. Во всех городах присутствия компания особое внимание уделяет созданию, обновлению и реконструкции общественных пространств (площадей, парков, аллей), поскольку они являются важнейшим условием социальной жизни местных сообществ и отдельных людей. Таким образом компания следует современному тренду по сохранению, усилению и развитию культуры городов на территориях присутствия, что особенно важно применительно к малым и моногородам, в которых не так много качественных общественных

пространств. Многочисленные проекты по реконструкции площадей, дворов, улиц, парков и аллей объединены общим посылом — создать такие городские пространства, которые обеспечивали бы устойчивое развитие местных сообществ.

17. Реализована задача обеспечения доступности и широких социально-культурных возможностей для населения. Благодаря созданию инфраструктуры и плотной сети социальных и культурных проектов в периметре компании обеспечены широкие возможности для занятий спортом, культурой, искусством, творчеством и т.д. Уже на предыдущем этапе «ЕвроХим» решил в своих регионах присутствия проблему дефицита качественной инфраструктуры социальной направленности для обеспечения равных возможностей для каждого. В настоящий момент интенсивно решается проблема создания прорывной, уникальной, инновационной социальной инфраструктуры, прежде всего в области образования и культуры. Эта инфраструктура должна обеспечить не только качество жизни, но и развитие.

18. Проекты «ЕвроХима» по развитию городской среды создают кластерный эффект: повышается привлекательность городов для самих жителей, туристов, потенциальных трудовых мигрантов и инвестиций. Вложения в городскую инфраструктуру осуществляются в рамках национальных проектов, федеральных и региональных программ, создавая возможности финансирования и участия.

• **Социальные результаты по направлению «Люди»:**

19. Высокий вклад в развитие гражданского обществ и сильных местных сообществ. Реализация социально-культурных программ только на основе взаимодействия ключевых стейкхолдеров — активного местного сообщества, институций, бизнеса и власти — дает высокий уровень социальной вовлеченности, сплоченности и задает глубину решения проблем: программы не придуманы бизнесом, не навязаны сообществу, не выдуманы из головы, а опираются на реальные нужды, социальный договор и гражданское участие.

20. Реализуемые на территориях инициативные социально-культурные проекты повысили социальный, культурный и человеческий капитал на местах, поскольку они формируют культурные компетенции вовлеченных людей, связаны с образом будущего конкретных городов, местной идентичностью и экономической деятельностью. Также реализуемые социально-культурные программы «ЕвроХима» выступают платформами для партнерства, выращивания проектов, привлечения ресурсов, а это означает обмен различными капиталами.

21. Реализуемые программы «Ковдор — столица Гипербореи» и «Котельниково — Земля Героев» привели к повышению известности соответствующих городов на рынке территориальных брендов, рынке труда и мест проживания, а также к постепенному развитию туризма.

22. В целом решается проблема дефицита культурных возможностей в малых и моногородах присутствия компании, выросли возможности самореализации активных людей на территории.

23. Экспоненциальный рост волонтерского движения в городах присутствия как важнейшего актива и ресурса социальной работы. В волонтерской деятельности сегодня участвует более 5 тыс. человек. В реализации социальных проектов большая заслуга волонтеров, организовавших мощное добровольческое движение на местах.

Социальные результаты программы #20ДобрыхДелЕвроХим по городам присутствия:

24. Город Ковдор Мурманской области стал очень важным в России кейсом по успешному развитию на основе социально-культурной программы и стратегии развития. За последние годы благодаря проекту «Ковдор — столица Гипербореи» широкая аудитория вдруг узнала о существовании маленького популярного Ковдора, о котором раньше никто не слышал. Ковдор стал одним из самых известных проектов по местной айдентике и брендингу в 2020–2021 гг., победил в восьми федеральных конкурсах. Был дан старт развитию города как центра туризма и проведения уникальных межрегиональных культурных мероприятий. Но, главное, проектная идея изменила отношение ковдорчан к своему городу, консолидировала местное сообщество. Люди поверили в этот образ, и теперь им гораздо легче привлекать средства для создания туристической и социальной инфраструктуры и развития туризма.

25. Город Кингисепп Ленинградской области, за несколько лет до этого благодаря созданию Ледового дворца и детской спортивной школы уже ставший важным спортивным центром, становится сегодня — благодаря целой серии инвестиционных, технологических и образовательных проектов «ЕвроХима» — центром образования, технологий и науки всего региона. «ЕвроХим» реализует в городе наиболее амбициозные и инновационные проекты (об этом передача Наука на телеканале Россия.24): построен завод ЕвроХим-Северо-Запад, будут построены еще два высокотехнологичных завода, создан детский технопарк «Кванториум», реализуется образовательная программа Благотворительного Фонда Андрея Мельниченко. Все эти проекты уже дают «кумулятивный эффект»: выстраивается связка между высокотехнологичным производством, инновационным образованием в новых форматах, передовыми научными разработками (в том числе в соседнем Санкт-Петербурге, где компания открыла Лабораторный центр) и спросом на кадры с высокими инженерными компетенциями в кингисеппском промышленном кластере.

26. Благодаря «ЕвроХиму» Пермский край за два года стал одним из важных центров молодежного регбийного движения России, пермская регбийная команда начала побеждать во всероссийских соревнованиях, в Перми и Березниках появилось и успешно развивается детское регбийное движение.

27. Город Березники Пермского края стал передовым центром реализации масштабного проекта по созданию новейшего калийного производства, важным узлом новой индустриализации в Прикамье. Благодаря «ЕвроХиму» созданы рабочие места, новая жилая и социальная инфраструктура, социально-экономические возможности для жителей Березников и Пермского края, повысилась качество городской среды и качество жизни в городе.

28. В предыдущий период благодаря «ЕвроХиму» город Новомосковск Тульской области стал мощным региональным центром ледового спорта. «ЕвроХим» построил Ледовый дворец, создал в нем ДЮСШ по хоккею и фигурному катанию, семь лет проводится самый известный в России региональный детский хоккейный турнир — Международный детский хоккейный турнир EuroChem Cup, «детский чемпионат мира по хоккею», с участием 14 команд из 10 стран мира (Россия, Финляндия, Эстония, Германия, Швейцария, Бельгия, Литва, США, Китай, Италия). Губернатор Тульской области Алексей Дюмин поддерживает этот турнир и сам стоит на воротах во время товарищеского матча звезд российского хоккея с детской сборной. Сегодня компания «ЕвроХим» делает все, чтобы Новомосковск стал областным образовательным центром. Совместно с администрациями региона и города, Фондом Андрея Мельниченко в рамках нацпроекта «Образование» реализуется флагманский проект всей Тульской области — создание уникального образовательного центра для одаренных детей «Созвездие» общей стоимостью 1 млрд руб. Дети здесь будут изучать естественные науки, физику, химию, математику, инженерии, робототехнику, чтобы потом стать инженерами и прийти в «ЕвроХим», продолжить инженерные династии химиков.

29. Город Котельниково Волгоградской области стал вторым после Волгограда региональным промышленным центром благодаря масштабному проекту «ЕвроХима» по строительству калийного комбината. Город фактически сменил вектор развития после прихода компании. Было радикально повышено качество среды и качество жизни, но для развития территория по-прежнему нуждается во внешних ресурсах, кадрах, культуре. Благодаря программе «Котельниково — Земля Героев» город получил общероссийскую известность. Маленькой городок Котельниково строит свою идентичность на основе краеведческих исследований и образов живших здесь героических личностей, что хорошо вписывается в популярную современную тенденцию героики. Оказалось, что здесь родились Степан Разин, Емельян Пугачев (то есть оба!), казак Александр Землянухин, произведший фурор в Лондоне в 1813 году, здесь произошел перелом в Сталинградской битве. Краеведы нашли письмо писателя Юрия Бондарева (роман которого «Горячий снег» и фильм по нему стали символами войны) Владимиру Путину с просьбой присвоить городу звание Города Воинской Славы. Идея добиться статуса, создать Парк, посвященный героям территории, развивать туризм и делать тематические реконструкции

объединила горожан. Сейчас котельниковское общественно-культурное движение объединяет несколько тысяч человек.

30. В городе Невинномысск Ставропольского края «ЕвроХим» создал мощную инфраструктуру спорта: построил Ледовый дворец, создал ДЮСШ и хоккейную команду, реконструировал спорткомплекс «Олимп». Всего за два года «с нуля» при поддержке «ЕвроХима» и Федерации регби России появилась инфраструктура детского регби: созданы восемь секций по регби, в них занимается около 100 детей, организованы тренировочный и соревновательный процессы, проведены несколько фестивалей с участием команд Невинномысска и приглашенных команд из Черкесска и Ессентуков, формируется регбийное сообщество, планируется Кубок ЕвроХима — первый в истории Ставрополья детский регбийный турнир такого масштаба. Таким образом, благодаря «ЕвроХиму» Невинномысск развивается как важный спортивный центр Юга России. Спортивная линия в последние годы дополнена мощной образовательной линией социального развития. В Невинномыске создан первый в периметре «ЕвроХима» и очень успешный Центр детского научного и инженерно-технического творчества Благотворительного Фонда Андрея Мельниченко. В нем более 300 обучающихся, 6 специализированных лабораторий и направлений подготовки: математика, химия, физика, мехатроника (робототехника), реверсивный инжиниринг и инженерные расчеты в прототипировании. В 2020 г. открылся детский технопарк «Кванториум» на 800 детей. Благодаря «ЕвроХиму» и городской администрации Невинномысск стал общероссийским примером эффективного управления и развития малых городов.

31. В городе Белореченске Краснодарского края благодаря компании создана инфраструктура спорта, а в настоящий момент идет реконструкция городских общественных пространств.



II место

ООО «Леруа Мерлен Восток»

Восстановление городской среды и сохранение культурной идентичности городов

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2017 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <http://tsfest.ru/>

<https://leroy-map.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.facebook.com/tomsawyerfestussia/>

«Том Соьер Фест (ТСФ)» — волонтерское движение, объединяющее добровольцев, желающих улучшить свои города и готовых перейти от слов к делу. Фестиваль родился в Самаре и с тех пор непрерывно расширяется, охватив к 2021 году 44 городов. Мы стали партнером фестиваля в 2017 году.

В России много красивых городов и старинных домов. И больно видеть, как эти дома медленно разрушаются. Они не признаны памятниками культурного наследия — для их восстановления нужны силы жителей и волонтеров. Наше сотрудничество с фестивалем Том Соьер Фест — это вклад в развитие городских сообществ, в сохранение исторического облика города. В Леруа Мерлен мы создаем культуру, где каждый может быть полезен себе, другим и миру. И, участвуя в таком проекте, как Том Соьер Фест, мы — компания и каждый волонтер в частности — вносим свой вклад в устойчивое развитие страны. Мы действуем там, где можем оказать помощь, где мы полезны нашими товарами, нашей экспертизой и стремлением помочь.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Развитие культуры заботы о своем городе для того, чтобы жить не в безликих бетонных джунглях, а в интересном историческом месте с настоящей душой.

Задачи

- сохранение и восстановление исторических объектов города;
- развитие корпоративного волонтерства и добровольчества;
- развитие (вклад) в профессию в сфере ремонта и обустройства, развитие сферы DIY (самодельничество, или «сделай сам» do it yourself);
- составление интерактивной карты городов с советами «душевных мест», которые составляют сердце города;

- развитие профессиональных навыков в сфере строительства и ремонта у сотрудников компании;
- установление устойчивых, долгосрочных связей магазинов и местных сообществ.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Отдел социально-экологической ответственности компании, сотрудники — амбассадоры волонтерского движения из разных регионов присутствия.

Проект внутри организовывается и управляется группой сотрудников-волонтеров из разных городов (проектная команда), у которых большой волонтерский опыт и которых Компания наделила полномочиями управления бюджетом.

Партнеры

Том Сойер Фест

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

2020 г. В этом году мы планировали поставки строительных материалов и инструментов, чтобы осуществить реставрацию объектов в 35 городах. К сожалению, пандемия внесла свои коррективы, и мы смогли восстановить только 30 объектов в 18 городах.

2021 г. В план на реставрацию заявлено 44 объекта в 35 городах. Приняло участие в фестивале около 1500 жителей городов. На 24 августа приняли участие 66 корпоративных волонтеров от Леруа Мерлен.

Отремонтировано/в процессе ремонта на 24.08.2021 27 объектов (жилые дома, музеи, музей-усадьба, конный завод, автобусные остановки, арт-объекты), 20 объектов предстоит отреставрировать до конца сезона 2021 г. на сумму 2 750 000 руб. (объем сэкономленных ресурсов НКО).

Социальные результаты

Сохранение исторического облика города и восстановление городской среды, сохранение и реставрация объектов культурного наследия в России. Важный социальный эффект — придание значимости сохранения исторической среды для жителей, поддержка и помощь в развитии местных сообществ, привлечение сотрудников Леруа Мерлен к проблеме разрушения исторического облика города, формирование культуры корпоративного волонтерства, выявление будущих лидеров — организаторов проекта, волонтерского движения в компании.

III место

ПАО «Северсталь»

«Птицы и сталь», «ПАО «Северсталь» и ФГБУ «Дарвинский государственный заповедник» — сотрудничество во имя будущего орлов Русского Севера».

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2019 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: отдельный сайт не предусмотрен

Наиболее активно новости о сотрудничестве заповедника и «Северстали» освещались на странице генерального директора дивизиона «Северсталь Российская сталь» и ресурсных активов Евгения Виноградова в «ВКонтакте». Публикации со страницы активно разбирали другие паблики региона.

Проект «ПАО «Северсталь» и ФГБУ «Дарвинский государственный заповедник» — Сотрудничество во имя будущего орлов Русского Севера» направлен на изучение, сохранение в регионе редких видов хищных птиц. Реализуется ПАО «Северсталь» совместно с Дарвинским природным биосферным заповедником.

Проект предполагает две фазы реализации:

1. Активная фаза проекта (2019–2021 гг.) включает в себя научно-исследовательские и природоохранные мероприятия, а также формирование инфраструктуры для развития экотуризма на территории Дарвинского природного биосферного заповедника.

2. Перспективная фаза проекта (рассчитана на результаты от реализации первой части и их анализ в последующие 3–5 лет) подразумевает получение результатов и их природоохранную интерпретацию по итогам реализации первого этапа (активной фазы). Производится отслеживание перемещения, выявление путей миграции, мест зимовок редких орлов, формирование рекомендаций по территориальной охране редких орлов на местах зимовок в Африке и на юге Европы, увеличение численности краснокнижных пернатых хищников в регионе реализации проекта за счет их гнездования на надежных искусственных гнездах, повышение экологической и природоохранной грамотности населения.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Активная фаза проекта: территория западной части Вологодской области и юга республики Карелия (регион Вологодского поозерья), Дарвинский государственный природный биосферный заповедник и его охранная зона (Вологодская, Ярославская, Тверская обл.), окрестности г. Череповца и промышленная площадка

ПАО «Северсталь» в Череповце. Территориально часть работ по проекту проводится в пределах трех федеральных особо охраняемых природных территорий: Дарвинский заповедник, национальные парки «Русский Север» (Вологодская обл.), «Водлозерский» (Карелия), «Онежское поморье».

Перспективная фаза проекта: Африканский континент, Европейские южные страны, Европейская часть РФ, Северо-западный регион, Западная часть Вологодской области, регион Рыбинского водохранилища, территория Дарвинского государственного природного биосферного заповедника (Вологодская и Ярославская области).

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цели

- Научные исследования.
- Охрана редких видов и увеличение биоразнообразия.
- Изучение их обитания на территории ЧерМК.
- Финансовая поддержка работы ученых-орнитологов.
- Создание экологической тропы на территории заповедника.
- Экологическое просвещение и развитие бережного отношения к природе.

Задачи

- оценка состояния уникальных для Европейской части России популяций редких рыбоядных пернатых хищников (скопы и орлан-белохвост) в регионе Рыбинского водохранилища, в западной части Вологодской области и юге Республике Карелия, а также всестороннее изучение особенностей биологии и экологии этих редких птиц, закономерностей расселения молодых птиц с территории заповедника и выяснение путей миграции, мест зимовок и особенностей поведения скопы на местах зимовок на Африканском континенте;
- разработка и реализация мер охраны и увеличения численности скопы путем улучшения качества местообитаний, а также формирования списка значимых для птиц территорий с последующей рекомендацией создания на них региональных ООПТ;
- создание инфраструктуры для экотуризма на территории Дарвинского заповедника и информирование населения о ходе и результатах проекта по изучению и охране редких видов пернатых хищников.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

ПАО «Северсталь»

Партнеры

ФГБУ «Дарвинский природный биосферный заповедник»

Орнитологи, фотографы-анималисты, операторы

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Научные исследования. За время реализации проекта в 2019–2021 гг. на средства компании ПАО «Северсталь» было приобретено специальное уникальное оборудование для всестороннего изучения краснокнижных птиц: оборудование для проведения экспедиционных работ, фотоловушки для изучения гнездовой жизни птиц и выявления негативных воздействий на птиц, обитающих в заповеднике, оптика для наблюдений и фото- и видеосъемки, GPS-GSM-трансммиттеры для изучения перемещения птиц и выявления особенностей их миграции, портативные метеостанции и проч.

В 2020 году в рамках проекта изготовлены и в марте 2021 года установлены на территории заповедника два научных «стационара», представляющие собой вагончики (разбираются на модули, что позволяет их транспортировать снегоходами) на винтовых сваях. Эти жилые модули установлены на труднодоступных участках заповедника. Теперь сотрудники научного отдела и инспекторы заповедника смогут комфортно ночевать и работать на удаленных участках охраняемой территории. Создание таких «стационаров» позволяет эффективней проводить охрану территории и изучать редких животных, растения и ландшафты ООПТ.

В результате экспедиционных работ в 2019–2021 гг. (пройдено более 3,5 тыс. км маршрутов) были выявлены ранее не известные места гнездования редких скоп и орланов в пределах обширной территории западной части Вологодской области, юга республики Карелия и Онежского полуострова Белого моря. Найдены более 80 ранее не известных гнезд и гнездовых участков. Оказалось, что жизнеспособные популяции этих птиц существуют на водоемах Волго-Балтийского водного пути (Шекснинское водохранилище, территория национального парка «Русский Север», оз. Белое, юг Онежского озера, территория национального парка «Водлозерский» и др.). Большинство гнезд расположены вблизи мест с наименьшей антропогенной нагрузкой и охраняемым территориям (ООПТ). Таким образом, благодаря проекту выявлены основные «очаги» высокой численности редких орлов в регионе Вологодской, Ярославской и Тверской областей, а также юга Карелии. Полученная в ходе этих работ информация использована специалистами заповедника для написания очерка по скопе и орлану-белохвосту в новом издании Красной книги Вологодской области, выход которой планируется в 2022 году. Кроме того, по результатам этих работ подготовлен очерк по скопе в Красную книгу РФ, издание которой планируется в 2021 году.

В рамках проекта проведены не имеющие аналогов в России исследования особенностей миграционных перемещений скопы и орлана с применением телеметрических методов, подразумевающих установку на птиц специальных приборов, отслеживающих их перемещение в режиме on-line. В рамках проекта были приобретены и частично установлены на птиц в 2020–2021 гг. 30 GPS-GSM-трекеров. Данный проект планируется как долгосрочный, потому что установленные на птиц GPS-GSM-трекеры могут посылать данные о местонахождении птицы в тече-

ние нескольких лет. В настоящий момент орнитологи отслеживают перемещение 12 птиц. Специалисты выяснили, что основные места зимовок скоп, гнездящихся на Рыбинском водохранилище и на западе Вологодской области, находятся в Северной (Египет, Судан, Эритрея) и Юго-Западной Африке (Ангола). В ходе миграции птицы предпочитали останавливаться на отдых в пределах охраняемых территорий. В рамках изучения особенностей зимовок птиц были налажены международные контакты с орнитологами из Египта, Турции, Израиля и Испании. Например, египетские и израильские орнитологи по просьбе руководителя проекта заместителя директора Дарвинского заповедника М.В. Бабушкина проводили наблюдения за вологодскими — «нашими» — птицами и предоставили уникальный и важный материал о жизни скоп на местах зимовок в Африке. Полученные данные были использованы для написания очерка по скопе в Красную книгу России.

Отслеживая перемещения редких орланов-белохвостов, специалисты выявили на территории Украины (Кременчугское водохранилище) массовую зимовку этих птиц (более 200 особей). В результате этих наблюдений были написаны рекомендации для украинских коллег о создании на этой территории ООПТ с целью охраны орланов на месте зимовки. Полученные результаты позволили понять и разработать принципы охраны внесенных в Красную книгу РФ скоп и орланов-белохвостов. Материалы использованы при написании очерка по скопе в Красную книгу РФ и Красную книгу Вологодской области.

С помощью фотоловушек ученые выяснили естественные негативные факторы, которые влияют на птиц на территории Дарвинского заповедника, главным из которых является естественная «гибель» гнезд по причине их обрушения во время сильных штормовых ветров в летний и зимний период. Эти наблюдения позволили сформировать природоохранные принципы и направления деятельности в рамках данного проекта, а именно: сооружение на территории Дарвинского заповедника надежных искусственных долговечных гнезд для скопы.

Отдельным направлением работы в рамках проекта стало изучение заповедными зоологами особенностей населения птиц на территории золошламонакопителей (ЗШН) ПАО «Северсталь» (г. Череповец) и прилегающей территории в радиусе 10 км. В результате двухлетних полевых работ на территории ЗШН выявлены более 85 видов птиц. В весенний период на территории промышленной площадки Череповецкого металлургического комбината обнаружены гнезда черного коршуна и ястреба-тетеревятника. В течение всего гнездового периода в регионе ЗШН держались от 3 до 16 орланов-белохвостов, 1–2 больших подорликов, 2–6 лебедей-шипунув, до 7 лебедей-кликунов, несколько десятков больших бакланов, 30–50 черных коршунов и 10–15 редких для региона больших белых цапель. Во время весеннего пролета на ЗШН останавливались на отдых несколько тысяч гусей, в том числе ставшие очень редкими серые гуси.

В осенне-зимний период 2019–2020 гг. на территории ЗШН обнаружена колония серых цапель. Необходимо сказать, что это четвертая известная в регионе Рыбинского водохранилища колония серых цапель. Летом 2020 года в этой коло-

нии размножались 40 пар серых цапель. Настоящей сенсацией стало обнаружение на краю колонии серых цапель четырех гнезд большой белой цапли. Это первый случай гнездования южного вида в Вологодской области! На данный момент это самая северная точка гнездования большой белой цапли на территории Европейской части России (на 700 км севернее северной границы ареала этого вида). Эти очень редкие для нашего региона птицы в качестве безопасного места гнездования выбрали территорию Череповецкого металлургического комбината (!). Что указывает на наличие в пределах ЗШН спектра благоприятных факторов для этих прекрасных птиц.

Охрана редких видов и увеличение биоразнообразия. В условиях Дарвинского заповедника скопы предпочитают для гнездования старые деревья с обломанной вершиной посреди болот, в последние годы из-за частых ураганных ветров такие деревья регулярно падают, в результате чего гибнут гнезда и птенцы. Вернувшись весной, птицы пытаются найти новое место для гнездования, но не всегда это возможно, поэтому в последние годы на территории заповедника наблюдалось снижение численности этого редкого для России хищника.

С целью сохранения в регионе редких хищников учеными Дарвинского природного биосферного заповедника совместно со специалистами ПАО «Северсталь» было принято решение о разработке макета и создании искусственных гнезд, т.к. в мировой практике известны случаи восстановления и увеличения популяций за счет успешного использования птицами искусственных гнездовых платформ, сооруженных людьми.

Макет искусственного гнезда был разработан заместителем директора по научной работе Дарвинского заповедника кандидатом биологических наук Мирославом Бабушкиным и череповецким инженером Игорем Матвеевым. Специалисты разработали модульную систему: все элементы вышки разбираются на отдельные модули длиной не более трех метров. Это позволяет легко транспортировать всю конструкцию снегоходами или болотоходами, а также демонтировать сооружение и в случае необходимости перевезти и установить на новом месте. Вся конструкция представляет собой капитальную вышку высотой 10 м, наверху которой расположена гнездовая платформа, на которой орнитологи сооружают гнездо из сухих веток (аналог естественного гнезда скопы). Вернувшись весной на свои гнездовые участки и обнаружив такое искусственное гнездо, птицы его достраивают и приступают к размножению. При финансовой поддержке ПАО «Северсталь» были изготовлены 20 искусственных гнезд, в зимний период 2020–2021 гг. установлены на болотных массивах заповедника 11 таких гнезд. В установке конструкций принимали участия волонтеры-вездеходчики из г. Вологды и г. Череповца (8 вездеходов) и альпинисты-арбористы из Москвы и Нижнего Новгорода (3 человека). В летний период 2021 года птицы заняли два гнезда, т.е. каждое пятое гнездо птицы предпочли занять. Это очень хороший результат, уже сейчас нам удалось «сохранить» на территории заповедника как минимум две пары этих редких птиц, а при общей гнездовой численности в 2020 году в 28 пар это довольно хороший резуль-

тат. Результаты работ будут обязательно описаны сотрудниками заповедника в научно-методических статьях с целью тиражирования опыта сохранения редкого пернатого хищника. В зимний период 2021–2022 гг. будут возведены еще девять искусственных гнезд.

Кроме того, в результате комплексного изучения особенностей распределения, биологии и экологии редких орлов в западной части Вологодской области (в регионе реализации проекта) по итогам проекта сотрудниками заповедника будут выявлены, охарактеризованы наиболее значимые для сохранения редких хищников территории в пределах западной части Вологодской области. Эти рекомендации будут переданы в областной Департамент природных ресурсов и охраны окружающей среды с целью создания региональных ООПТ.

Экологическое просвещение и развитие бережного отношения к природе. В рамках проекта на территории Дарвинского заповедника строится экологическая тропа, а также пять вышек для наблюдения за животными в естественной среде обитания.

Для пропаганды бережного отношения к природе на побережье Рыбинского водохранилища в 2021 году будут установлены 30 информационных стендов, содержащих информацию о проекте, рекомендации по сохранению и повышению имиджа редких краснокнижных орлов в регионе.

Также в 2021 году по итогам проекта будет создан фильм, отражающий основную философию проекта, а также два фотоальбома «Сохранить и преумножить красоту» и «Птицы и сталь».

Социальные результаты

Одним из значимых результатов реализации проекта является увеличение количества посетителей уникального заповедника в 3–4 раза в ближайшие 3–5 лет, а также формирование сообщества «друзей Дарвинского заповедника» и волонтеров, уважающих природу и готовых помогать ученым в изучении и сохранении редких животных региона.

Кроме того, в рамках проекта до конца 2021 года планируется издание фотоальбома «Птицы и сталь» (отдельные работы фотографов-анималистов можно увидеть на сайте компании в разделе «Биоразнообразие» https://www.severstal.com/rus/media/multimedia_library/?idsList=13711), разработка макета фотоальбома «Сохранить и преумножить красоту», создание фильма о жизни редких пернатых хищников, обитающих на территории Дарвинского заповедника и в окрестностях г. Череповца.



Номинация

«Лучшая программа, способствующая обеспечению гендерного равенства»

Партнер номинации:

Совет Евразийского женского форума при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации



I место

Polymetal International

Ассоциация «Женщины в добывающей отрасли России»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2020 г. по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://womeninmining.ru>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.facebook.com/womeninminingru/>

https://www.instagram.com/women_in_mining_ru/

Идея создать ассоциацию «Женщины в добывающей отрасли России» принадлежит сотрудницам золотодобывающей компании «Полиметалл» и консалтинговой компании Deloitte, которые привлекли в соучредители «Норникель» и Highland Gold. WIM RU внедряет программы, нацеленные на усиление кадрового состава отрасли женщинами, а также на благо будущего страны, богатой природными ресурсами.

Среди программ выделяются направления:

• **Лидерство**

WIM RU считает необходимым продвигать образ женщины-руководителя в общественном сознании. Часть работы посвящена созданию интервью с успешными женщинами и проблемным публикациям в СМИ, на сайте и в соцсетях ассоциации.

• **Менторство**

Наши опросы показали, что многие девушки, работающие в отрасли, заинтересованы в профессиональном наставнике. Опытные руководительницы, в свою очередь, готовы делиться накопленными знаниями. Поэтому WIM RU работает над запуском менторской программы и онлайн платформы (приложения) WIM

Mentor Finder. В приложении реализована возможность поиска коуча или ментора, обмена экспертным мнением, а также карьерного и профессионального консультирования. Зарегистрироваться в качестве менторов могут представители компаний из всех отраслей экономики. На текущий момент менторами и коучами уже выступают сотрудники лидирующих предприятий добывающей отрасли, сферы консалтинга и IT: «Полиметалла», «Норникеля», НЛМК, «Делойт» в СНГ и SAP CIS. Для регистрации в качестве коуча необходим подтверждающий сертификат. Цель запуска приложения — создание открытой платформы для общения внутри и за пределами индустрии, получения экспертного мнения как в профессиональных, так и в карьерных вопросах, мотивации и карьерного развития.

Дополнительно студенческая программа включает поиск менторов для перспективных студенток, экскурсии для школьников, лекции руководительниц в вузах и школах.

Параллельно запуску приложения WIM RU реализует проект «Школа менторства», основная цель которого — дать участникам представление о том, как взаимодействовать со своим будущим ментором.

Запуск приложения запланирован на конец сентября, сейчас ведется пилотное тестирование.

• Информирование и целевое обучение

С апреля 2020 г. WIM RU проводит серию онлайн вебинаров, направленных на обучение.

Партнеры ассоциации уже имеют опыт организации целевого обучения для студентов колледжей и вузов с дальнейшим трудоустройством на предприятиях. Ассоциация планирует развитие программы целевого обучения для девушек.

• Обмен опытом и вовлечение

WIM RU создает коммуникационные каналы, позволяющие женщинам знакомиться и обмениваться опытом. Поддержка и совет сородич по духу — то, чего часто не хватает женщинам, в небольшом количестве представленным в добывающих компаниях.

Отдельным направлением WIM RU выделяет программу Амбассадоров для поддержки и профессионального развития талантливых женщин в добывающих компаниях в регионах.

Важным направлением развития ассоциации также является сотрудничество на международном уровне с отраслевыми профессиональными сообществами, форумами, конференциями и бизнес объединениями.

• Прославление и признание

WIM RU создает возможности для выдающихся девушек рассказать о своих достижениях, поделиться профессиональными заслугами и получить награды. Мы создали направление «Лица WIM», где представляем мотивирующие карьерные истории девушек, с которых можно брать пример.

В 2021 году WIM Russia запустила собственную награду «Талантливая женщина в добывающей отрасли». Это первая в России подобная награда. В конкурсе де-

вать номинаций: девять основных и одна «выбор жюри». Также будут отмечены девушки, которые работали на пике пандемии. То, что они делали на предприятиях, чтобы процесс производства не останавливался, очень важно. Прием заявок уже завершен, и победительницы были объявлены 15 сентября на форуме SAP Metals & Mining в Екатеринбурге. Десять победителей и в каждой номинации по несколько призеров — всего около 50. Вручение наград было проведено 4 октября на торжественной церемонии на форуме Women in Mining Russia в Москве.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация, потенциально Казахстан и СНГ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Расширить возможности женщин в добывающей отрасли, создав сеть профессиональных контактов и обучающих программ, во имя их собственного процветания и успеха компаний.

Задачи

- создание и развитие платформы для профессиональных коммуникаций;
- популяризация инженерных профессий среди потенциальных сотрудников;
- повышение уровня компетенций в отрасли;
- создание программ женского лидерства, в том числе в регионах;
- обеспечение международного присутствия/сотрудничества.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Правление WIM RU: представители «Полиметалл», «Норникель», Highland Gold, руководитель проектного офиса по работе с ключевыми клиентами и рынками, Deloitte, директор WIM RU Камилла Джалилова.

Партнеры

Официальными партнерами Women in Mining Russia являются компании «Полиметалл», «Норникель», Highland Gold, НЛМК, «Уралкалий», Deloitte CIS, SAP CIS, Brunel Russia, Paul Ekman International, Minex Russia, Adam Smith Conferences. Ассоциация сотрудничает с инновационным центром «Сколково», Санкт-Петербургским Горным Университетом, Национальным Исследовательским Технологическим Университетом (НИТУ) МИСиС, Сибирским федеральным университетом (СФУ), а также информационным агентством Интерфакс.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты (1,5 года с февраля 2020 года)

- В 2021 году WIM Russia запустила собственную награду «Талантливая женщина в добывающей отрасли».

WIM AWARD в цифрах:

- всего было получено 237 заявок из 96 городов;
- участницами стали девушки из 24 крупных промышленных компаний;
- в финал вышло более 50 заявок;
- в ТОП-3 номинаций по количеству заявок вошли: «Вдохновляющий лидер», «Наставник года», «Личное достижение года».

В состав жюри награды входят не только представители компаний горнодобывающего и металлургического сектор, но и эксперты.

Получение награды обеспечит участнице:

- продвижение ее истории в публикациях WIM RU на сайте, в соцсетях и СМИ;
- возможность посетить торжественное мероприятие, посвященное награде, в рамках форума SAP Metals and Mining в Екатеринбурге в сентябре 2021 года;
- знакомство и встречу с членами Правления WIM RU и ключевыми партнерами ассоциации WIM RU;
- возможность участия в интервью, конференциях, «Школе менторства», посещение добывающих предприятий в рамках промышленного туризма;
- призы от спонсоров и WIM RU.
- Запущен проект «Лица WIM». В рамках этого проекта интервью и истории успеха участников сообщества WIM Russia, в том числе успешных женщин отрасли, публикуются на сайте WIM RU, в СМИ, продвигаются в социальных сетях. Уже было проведено более 20 интервью.
- Проведен предновогодний фотоконкурс среди участников сообщества WIM Russia. В конкурсе было три номинации: «Сворачиваю горы», «Покоряю вершины», «Добываю успех». В каждой номинации было по три победительницы, которых WIM Russia наградила ценными призами.
- Запущен сайт ассоциации и страницы в соцсетях (Facebook, Instargam).
- Общее количество участников на текущий момент более 1500 человек (+700 по сравнению с прошлым годом).
- Запущено и проведено более 30 образовательных вебинаров (+15 по сравнению с прошлым годом).
- Привлечено более десяти партнеров ассоциации.
- Среди ключевых партнеров — пять ведущих отраслевых компаний.
- Более 20 публикаций в СМИ.

Социальные результаты

- Более высокий уровень взаимодействия между представителями компаний-участниц WIM RU.
- Создание сети профессиональных контактов для более качественного общения и обсуждения важных отраслевых задач.
- Поддержка социально-значимых трендов крупнейшими отраслевыми компаниями.
- Повышение вовлеченности персонала в регионах.
- Увеличение доли участия успешных женщин из России в международном рейтинге 100 Inspirational women in mining UK в три раза.



II место

Компания EY

Программа EY «Деловые женщины» (EY Entrepreneurial Winning Women™ program)

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2013 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: www.ewwruussia.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: Facebook <https://www.facebook.com/groups/ewwruussia/>

Twitter @EOY_EWW_Russia

Instagram eo_y_eww

Программа «Деловые женщины» направлена на поддержку женского предпринимательства и расширение возможностей карьерного роста среди женщин. Программа включает ежегодный конкурс и серию образовательных проектов и проводится в России с 2013 года в рамках международной инициативы компании EY по поддержке предпринимательства.

Программа EY «Деловые женщины» за девять лет существования стала площадкой для сотрудничества, новых идей и, самое главное, новых проектов.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация и страны СНГ.

Географический охват растет с каждым годом, появляются участницы из стран СНГ.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Главная цель проекта — популяризация идеи предпринимательства среди женщин, поддержка успешных женщин в бизнесе и привлечение их в сообщество для развития лидерских навыков среди женщин, которые находятся лишь в начале пути.

Задачи

Мотивация и вдохновение женщин на развитие (своего) бизнеса и/или профессиональной карьеры.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда EY

Партнеры

2020 год выдался очень сложным. И именно он позволил нам найти новые точки роста и освоить новые форматы взаимодействия с предпринимательским сообществом.

В условиях невозможности традиционной церемонии мы осуществили специальный проект с Forbes «Тест на устойчивость», посвященный теме предпринимательства и бизнеса в условиях неопределенности. Именно в рамках этого проекта мы впервые объявили победительниц онлайн.

Проект с Forbes стартовал в ноябре 2020. На странице eu.forbes.ru опубликованы:

- аналитические и информационные материалы, посвященные современным вызовам, постковидным стратегиям, советам по развитию бизнеса и исправлению ошибок;
- видеоинтервью с Розой Тоус, вице-президентом Tous;
- запись онлайн-дискуссии «Женская конкуренция в бизнесе»;
- галерея победительниц конкурса «Деловые женщины»;
- опросы, посвященные предпринимательству.

За все время — 48 000 просмотров, из них 38 000 уникальных пользователей.

В 2021 году мы продолжили сотрудничество с Forbes. Так, трансляция церемонии была на их сайте, а некоторые финалистки подключались онлайн.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Состав участниц конкурса «Деловые женщины» очень хорошо отражает уровень развития российского женского предпринимательства. Так, в этом году, несмотря на все обстоятельства, статистика конкурса очень впечатляет. Участие в первом этапе приняли 73 предпринимательницы и руководительницы из 12 регионов России. Все вместе они создают более 12 тысяч рабочих мест, а совокупный доход их компаний превышает 170 миллиардов рублей.

Это говорит о том, что женский бизнес в нашей стране растет и развивается, а программа и конкурс «Деловые женщины» вносит в этот процесс существенный вклад, привлекая все больше успешных и талантливых женщин.

Всего за девять лет в конкурсе приняли участие более 400 женщин из 33 регионов России. Все вместе они создают более 900 тысяч рабочих мест, а совокупный доход их компаний превышает 5 миллиардов рублей.

Социальные результаты

Женщины могут продолжать участие в программе после участия в конкурсе, пока это остается актуальным для развития их бизнеса.

Также женщины продолжают общение с другими конкурсантками и жюри после участия в конкурсе.

III место

Подразделение фармацевтических товаров «Янссен»
ООО «Джонсон & Джонсон»

Образовательная инициатива для школьников «WiSTEM²D»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с августа 2020 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <http://ja-russia.ru/obrazovanie/programmy/119-stem2d>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.youtube.com/channel/UCMD7if6f6sS-yoqJzOrNTNw>

https://vk.com/ja_russia

<https://my.mail.ru/inbox/ja-russia/>

https://twitter.com/JA_Russia

https://www.instagram.com/ja_russia/

Проект WiSTEM²D — это серия образовательных мероприятий, направленных на повышение интереса школьников с фокусом на девочек в возрасте 6–18 лет к изучению научных, технологических, инженерных, математических, производственных и дизайнерских дисциплин. Инициативу в России реализует компания Межрегиональная общественная организация (МОО) «Достижения молодых» по инициативе и при финансовой поддержке ООО «Джонсон & Джонсон». Программа представляет собой 10 модулей, которые в увлекательной форме демонстрируют, как научно-технические компетенции применяются на практике, дают возможность провести интересные эксперименты и открывают разнообразный и динамичный мир STEM²D профессий (Science, Technology, Engineering, Mathematics, Manufacturing, Design).

В период с августа 2020 г. по март 2021 г. более 8084 учащихся из 10 городов России приняли участие в проекте, 4421 из которых — девочки. Для них было организовано 143 мероприятия STEM²D, а также организовано участие четырех российских команд в европейских мероприятиях DigiEduHack 2020 и STEMEduHack 2021, где команды россиян заняли призовые места. В рамках инициативы были также реализованы дистанционные интерактивные модули STEM²D для самостоятельного изучения учащимися дома.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Москва и МО, Казань, Набережные Челны, Елабуга, Мензелинск, Ижевск, Воткинск, Арск, Альметьевск, Зеленодольск, Вологда, Губкин, Георгиевск, Благовещенск, Плавск, Кемерово, Барнаул, Екатеринбург.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Проект «WiSTEM²D» нацелен на повышение интереса школьников с фокусом на девочек в возрасте 6–18 лет к изучению естественнонаучных дисциплин и математики.

Задачи

- организация игровой формы обучения, развивающей ум, логику, творческий подход к решению задач и навыки общения учащихся;
- знакомство молодежи с широким спектром профессий STEM2D и связанными с ним областями здравоохранения;
- реализация модулей STEM2D в формат интерактивных дистанционных курсов с предоставлением поддержки учителям, организация дистанционных мероприятий, добавляющих элемент соревнования к дистанционному обучению и повышающих заинтересованность учащихся.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

104 учителя, 10 волонтеров «Джонсон & Джонсон», Межрегиональная общественная организация (МОО) «Достижения молодых»

Партнеры

Межрегиональная общественная организация (МОО) «Достижения молодых», компания «Джонсон & Джонсон»

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Организовано 143 мероприятия STEM2D для учащихся, включая: открытое дистанционное соревнование «Биомимикрия в дизайне и инженерии», открытое дистанционное мероприятие «Дизайнерский вызов», онлайн и дистанционные модули STEM2D. Организовано участие четырех российских команд в европейских мероприятиях DigiEduHack 2020 и STEMEduHack 2021, где команды россиян заняли призовые места. Реализованы дистанционные интерактивные модули STEM2D для самостоятельного изучения учащимися дома. Общее число учащихся, принявших участие в мероприятиях проекта WiSTEM2D, более 8 000.

В интернете размещена библиотека дистанционных интерактивных модулей STEM2D, доступных для учащихся, и библиотека ресурсов для учителей для проведения 10 модулей STEM2D в формате онлайн/дистанционно или смешанного обучения, включая материалы тренинга и методические пособия для учителей.

Социальные результаты

На данном этапе реализации проекта социальные результаты отдельно не оценивались. Однако, по оценке МОО «Достижения молодых», программа способствует раскрытию потенциала учащихся, повышению их интереса к учебе в целом и к предметам научно-технического профиля в частности, а также развивает социализацию (командная работа), стимулирует креативность, коммуникативные навыки, умение принимать решения и разрешать проблемы. Кроме того, участие в программе дает возможность освоить основы проектной работе в школе и реализует новый подход к профориентации.

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

Четыре года существует номинация «Лучший грантовый конкурс» в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности». Эти годы показали, что для решения задач устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности самые разные по размеру и отраслевой принадлежности компании применяют инструмент проведения грантового конкурса. Компании-лидеры, их корпоративные фонды или фонды-партнеры, которые проводят конкурсы несколько лет, совершенствуют их из года в год, переводят на цифровые платформы, добавляют компоненты обучения и консультирования, инкубирования и акселерации команд и проектов, формирования сообществ. Всё это позволяет предоставлять поддержку более широкому кругу инициативных групп и организаций, помогать им в развитии и оказывать позитивное воздействие на жизнь людей, способствуя изменению качества жизни и самореализации граждан.

Поступившие в номинацию 11 заявок были оценены экспертами по 12-ти критериям. По каждому из критериев эксперты выставляли оценку от 0 до 2 баллов. Средние баллы заявок в итоговом рейтинговом списке компаний составили от 9,5 до 19,5. В номинации заявлены различные и по конструкции, и по качеству конкурсы. Суммарный объем грантовых конкурсов всех заявителей в этом году превысил 0,7 млрд руб. За четыре года в поле нашего зрения попали 26 грантовых конкурсов ответственного бизнеса (без учета повторно участвовавших). Их ежегодный бюджет составляет более 1 млрд рублей.

В этом году в номинацию вернулись компании-лидеры и, несмотря на высокую конкуренцию, заняли весь пьедестал почета. Металлоинвест (19,5 баллов), Газпром нефть (19,25 баллов) и Сахалин Энерджи (18,25 баллов) расположились соответственно на первом, втором и третьем местах. На четвертом месте Инвестиционная группа Абсолют со своим и качественным, и масштабным конкурсом (17 баллов).

Конкурсы победителей отличаются друг от друга, но обладают и сходными чертами. Вот основные характеристики этих трёх конкурсов.

Металлоинвест. В течение нескольких лет конкурс поступательно развивается, укрепляя свою позицию в числе различных инструментов, используемых компанией для решения задач в области устойчивого развития. Отличительной чертой конкурса является комплексная образовательная программа — от подготовки заявки до реализации проекта и развития партнерств. В целом большой акцент на обучение и консультирование, тренинги, создание сообществ. Все процессы автоматизированы, в том числе подача и экспертиза заявок. Состав экспертного совета конкурса сформирован с участием экспертов федерального уровня. «Дружелюбный» интерфейс, современный сайт конкурса.

Газпром нефть. Конкурс с хорошей историей и традициями, проработан в деталях и составляющих. Характеризуется масштабом охвата заявителей и комплексностью грантового процесса: обучение, акселератор, форумы, система сопровождения победителей командой грант-менеджеров. Хорошая система мониторинга и оценки результатов и эффективности реализующихся общественных инициатив и конкурса в целом. Жители регионов вовлечены в выбор грантовых проектов. В заявке в номинацию представлено много дополнительных материалов, разносторонне характеризующих конкурс и объем проведенной компанией работы по его совершенствованию и развитию.

Сахалин Энерджи представила глубоко продуманный конкурс с детально разработанными процессами и процедурами. Он направлен на решение задачи компании по гармонизации отношений с коренными малочисленными народами Сахалинской области. В экспертизе заявок, поданных на конкурс, участвуют их представители. Осуществляются шаги по вовлечению в принятие решений также экспертов федерального уровня. Конкурс отличают серьезный для региона масштаб, интересно формирующиеся традиции и разнообразие поддержки.

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: ежегодно с 2016 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

Сайт находится на четырех городских порталах городов присутствия

<https://vmeste.oskol.city/>

<https://vmeste.gubkin.city/>

<https://vmeste.ntr.city/>

<https://vmeste.zhel.city/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

Telegram https://t.me/vmeste_city

ВКонтакте <https://vk.com/vmeste.metalloinvest>

Instagram <https://www.instagram.com/vmeste.metalloinvest/>

Одноклассники <https://ok.ru/vmeste.metalloinvest>

Facebook <https://www.facebook.com/vmeste.metalloinvest/>

Грантовый конкурс «ВМЕСТЕ! С моим городом» (ранее «Сделаем вместе!») Компании «Металлоинвест» стартовал в 2016 году. В рамках грантового конкурса поддерживаются проекты, направленные на повышение качества жизни в городах через объединение усилий представителей бизнеса, власти, экспертов, жителей и общественных организаций для развития территории, содействия развитию проектной культуры и межсекторного партнерства.

Конкурс реализуется в регионах присутствия Компании:

– Белгородская область — г. Старый Оскол, Губкин;

– Курская область — г. Железногорск;

– Оренбургская область — г. Новотроицк.

Конкурс является открытым, в нем могут принять участие:

– юридические лица (некоммерческие организации и объединения; государственные и муниципальные учреждения; зарегистрированные органы территориального общественного самоуправления);

– школьные проектные команды — команды, состоящие из одного взрослого и трех и более школьников 6–11 классов;

– инициативные граждане — физические лица и инициативные группы граждан.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Курская, Белгородская, Оренбургская области

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Содействие устойчивому социально-экономическому развитию территорий через поддержку социально ориентированных инициатив граждан и организаций.

Задачи

- создание условий для активного вовлечения жителей в развитие территорий;
- выявление и поддержка наиболее эффективных и инновационных механизмов решения социальных задач территорий;
- создание эффективной системы социального партнерства и межсекторного взаимодействия (власть — бизнес — общество) для развития территорий;
- подготовка и обучение городских лидеров, способных в среднесрочной перспективе самостоятельно решать локальные социальные задачи, обладающих навыками социального проектирования и самостоятельного привлечения ресурсов на решение актуальных городских вопросов.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Со стороны УК «Металлоинвест»:

- Заместитель генерального директора по устойчивому развитию и корпоративным коммуникациям;
- Директор департамента Устойчивого развития;
- Начальник управления устойчивого развития;
- Руководитель проектов управления устойчивого развития.

Со стороны Управляемых обществ УК «Металлоинвест»:

- Дирекция по социальным вопросам АО «МГОГ им. А.В. Варичева», АО «Лебединский ГОК», АО «ОЭМК им. А. А. Угарова», АО «Уральская Сталь»;
- региональные кураторы конкурса;
- ООО «ЕВМ» (г. Санкт-Петербург) — оператор конкурса.

Со стороны городов присутствия:

- администрации городов гг. Старый Оскол, Губкин, Железногорск и Новотроицк;
- средний и малый бизнес в городах присутствия Компании.

Партнеры

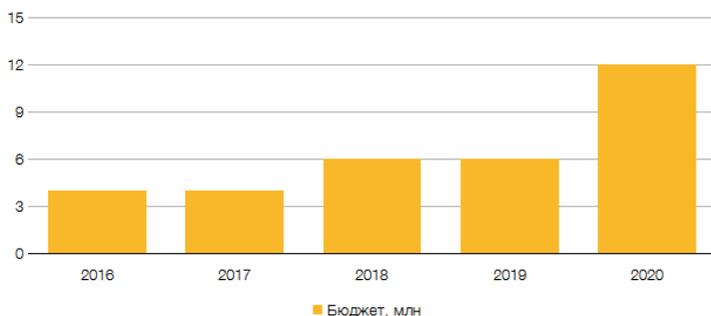
Партнерами грантового конкурса являются:

- администрации Белгородской, Курской и Оренбургской областей;
- администрации городов присутствия (г. Старый Оскол, Губкин, Железногорск и Новотроицк), вошедшие в состав команды по управлению программой и оценке конкурсных проектов;

- средний и малый бизнес в городах присутствия Компании, вошедшие в состав команды по управлению программой и внесшие вклад в формирование грантового фонда конкурса;
- ООО «ЕВМ» (г. Санкт-Петербург) — оператор конкурса.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты



Грантовый конкурс стал традиционным и реализуется на территориях присутствия уже шестой год. С начала запуска Конкурса претерпел большие изменения.

Конкурс имеет большой охват многих направлений, в том числе за счет объединения грантовых конкурсов всех социальных инвестиций Компании. Это развитие спорта, образования, культуры, городской среды, семейных традиций и помощь социально незащищенным слоям населения. Мы расширили направления, включив поддержку волонтерских и экологических проектов. Появилось направление, которое нацелено на оздоровление детей дошкольного возраста и внедрение в их развитие различных методик и технологий. Дали возможность реализовывать проекты на территориях наших социальных объектов. Важным включением в список номинаций стала возможность объединения различных ведомств в достижении общих целей, получив поддержку до 500 тыс. руб в номинации «Эффективное партнерство».

Конкурс приобрел статус стартовой площадки для самых значимых проектных идей, которые становятся большими изменениями для жителей городов.

У Программы появилась специально разработанная IT платформа, где весь процесс сбора заявок, экспертизы и отчетности автоматизирован. Были созданы группы в соцсетях, где началось активное освещение всех проектов.

Программа обучения постоянно масштабируется и трансформируется, используются новые подходы и форматы. На сайте конкурса создана база вебинаров и роликов по социальному проектированию, появился интерактивный формат деловой игры с известными тренерами по социальному проектированию. Используются форматы акселерации проектов и поэтапного разбора всей конкурсной заявки. Создана база видео семинаров и роликов о социальном проектировании. Для участников программы создан электронный интерактивный сборник лучших кейсов социальных проектов

для поиска идей будущего проекта. В 2021 году создан клуб участников изменения территорий — ежемесячные встречи участников конкурса, выпускников Народного университета, кураторов всех городов по обмену опытом по различным направлениям с приглашением федеральных и региональных экспертов.

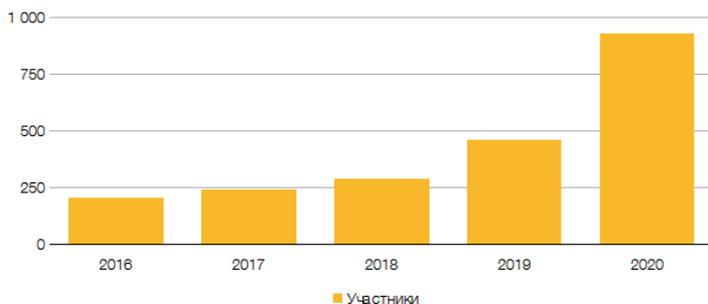
Появилась дополнительная возможность для победителей конкурса: «Народный университет», «Программа масштабирования проектов», внутренние конкурсы: Конкурс на лучшее партнерство, Конкурс SMM дизайнера.

Качественные показатели

- увеличение грантового фонда Конкурса;
- повышение социальной активности жителей городов присутствия Компании;
- изменение патерналистического мышления жителей города: смена настроений от иждивенческой к проактивной позиции, повышение ответственности конкурсантов за достижение результатов и эффективное использование выделенных финансовых средств;
- развитие социальной сферы в городах присутствия Компании;
- улучшение качества городской среды;
- развитие собственного потенциала, квалификации участников и грантополучателей конкурса;
- привлечение новых партнеров в программу (представителей малого и среднего бизнеса).

Количественные показатели (2020 г.)

- более 7500 благополучателей;
- более 1300 человек приняли участие в презентационных и обучающих мероприятиях программы;
- 227 заявок были поданы на участие в конкурсе;
- 97 проекта победителя;
- 12 млн руб. выдано грантов;
- реализовано 5 внутренних Конкурсов.



Социальные результаты

Одним из приоритетов деятельности Компании является устойчивое развитие городов присутствия. Природа нашего бизнеса обязывает нас развиваться устойчиво с учетом интересов всех заинтересованных сторон и будущих поколений. Мы успешно реализуем множество корпоративных и благотворительных программ для развития Старого Оскола, Губкина, Железнодорожска и Новотроицка по различным направлениям.

Благодаря реализации программы «ВМЕСТЕ! С моим городом!» повысилась социальная активность жителей городов присутствия Компании, что подтверждается ростом поданных на конкурс заявок. Также в результате участия в конкурсе формируются устойчивые инициативные группы с большим потенциалом дальнейшей институализации и создания НКО, таким образом, вносится существенный вклад в развитие некоммерческого сектора в городах присутствия Компании. К программе присоединяются представители местного бизнеса, некоторые стали постоянными партнерами.

Реализация проектов содействует улучшению качества городской среды, она становится более комфортной для проживания горожан, включая персонал Компании. Программа закладывает основы для устойчивых изменений в городе и регионе, способствующих в итоге устойчивому социально-экономическому развитию территории.



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 «Газпром нефти» «Родные города».

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 делать это системно: после окончания грантового

цикла большая часть инициатив продолжает жить и развиваться. Всего с 2013 года «Газпром нефть» выделила 775 грантов.

«Газпром нефть» выделяет гранты по пяти основным направлениям:

- Образовательная среда
- Среда традиций и культур
- Креативная среда
- Природная среда
- Городская среда

Принять участие в конкурсе могут как некоммерческие организации, так и инициативные группы граждан от трех человек. 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.

Начиная с цикла 2021–2022 г. все заявки на грантовый конкурс принимаются через удобную форму онлайн-заявки на цифровой платформе «Родных городов».

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, пос. Тазовский)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание условий для повышения качества жизни людей в регионах деятельности «Газпром нефти».

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.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда программы «Родные города»

- грантовые менеджеры в каждом регионе проведения конкурса;
- сотрудники управлений корпоративных коммуникаций дочерних организаций в регионах проведения конкурса.

Партнеры

1. Органы государственной власти и местного самоуправления

Представители органов государственной власти и местного самоуправления участвуют в работе грантовых комиссий, помогая отбирать наиболее востребованные и актуальные для конкретного региона проекты.

В то же время самые активные грантополучатели, которые становятся послами программы «Родные города», выступают в качестве экспертов в области корпоративной социальной ответственности на региональных форумах с участием представителей местной администрации.

В рамках регулярных исследований социальной среды в регионах проводятся глубинные интервью с представителями органов государственной власти.

2. НКО, государственные и муниципальные организации

НКО, государственные и муниципальные организации активно участвуют в грантовом конкурсе социальных инициатив, получая финансовую и экспертную поддержку своих проектов.

3. Жители регионов

Грантовый конкурс позволяет определить и поддержать лучшие социальные проекты, инициаторами которых выступают жители городов и поселков.

Кроме того, жители регионов вовлечены в выбор грантовых проектов. В том числе в 2021 году они могли проголосовать (онлайн) за лучшие проекты в номинации «Комфортная среда» и приняли участие в онлайн-питчингах проектов.

4. Экспертное сообщество

Представители экспертного сообщества ежегодно оценивают заявки участников грантового конкурса, проводят для них семинары и лекции, посвященные социальному проектированию.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Количественные показатели реализации грантового конкурса «Родные города»:

- поддержано 775 инициатив местных жителей в рамках грантового конкурса (с 2013 года);
- проведено более 16 тыс. мероприятий в рамках грантового конкурса (с 2013 года);
- 3 857 участников с 2013 года;
- совокупный объем финансирования — более 200 млн рублей.

Об успешности и востребованности конкурса свидетельствует рост количества поданных заявок.

Социальные результаты

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

2. Ежегодно увеличивается доля устойчивости грантовых проектов, которая на сегодняшний день составляет более 70 %.

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



III место

«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»

«План содействия развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области»: устойчивое развитие на основе грантовых конкурсов

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2016 года до 2020 года

САЙТ ПРОЕКТА: www.simdp.ru; www.sakhalinenergy.ru.

Компания «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» (далее – Компания/ «Сахалин Энерджи») — оператор нефтегазового проекта «Сахалин-2» — взаимодействует с коренными народами с начала своей деятельности.

С 2006 г. основной программой взаимодействия с коренными народами является «План содействия развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области» («План содействия»/План), в основе которого трехстороннее партнерство коренных народов (в лице Регионального Совета уполномоченных представителей (РСУП) коренных малочисленных народов Севера (КМНС) Сахалинской области, который выбирается Съездом КМНС Сахалинской области), власти (Правительства Сахалинской области) и бизнеса («Сахалин Энерджи»). План рассчитан на весь срок проекта «Сахалин-2», обновляется каждые пять лет и направлен на предотвращение или минимизацию воздействия проекта «Сахалин-2» на коренные народы, улучшение качества жизни и поддержку устойчивого развития, развитие лидерского потенциала КМНС.

Пятилетний План на период 2016–2020 гг. являлся третьим из серии аналогичных планов и предусматривал грантовые конкурсы как основной механизм поддержки проектов в рамках двух направлений «Плана содействия»: социального

развития и поддержки традиционной экономической деятельности. Одним из важных компонентов в рамках реализации программы является содействие развитию потенциала КМНС островного региона, способствующее их активному участию в управлении «Планом содействия», а также в разработке и реализации других подобных социокультурных и экономических программ. Непременным условием является вовлечение коренных народов на всех стадиях принятия решения. Поэтому ежегодные грантовые конкурсы полностью переданы под управление представителей КМНС Сахалинской области, которые были выбраны от каждого из семи районов традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности КМНС островного региона.

Целевой аудиторией «Плана содействия» являются представители КМНС Сахалинской области, родовые, семейные, территориально-соседские общины и хозяйства КМНС, общественные организации и учреждения, занимающиеся сохранением культуры и традиций коренных народов, население и гости Сахалинской области и др. В рамках грантовых конкурсов третьего «Плана содействия» реализовано 340 проектов (на сумму около 100 млн рублей) в сфере развития потенциала коренных народов, образования, охраны здоровья, сохранения и изучения языков коренных народов, национального спорта, поддержки и развития традиционной хозяйственной деятельности и промыслов, сохранения и продвижения этнической культуры. Это проекты, разработанные общественными организациями коренных этносов Сахалина, представителями КМНС, родовыми хозяйствами и общинами и выбранные самими коренными народами.

Выстраивание эффективных и прозрачных процедур, включая механизмы реализации проведения грантовых конкурсов, дает возможность представителям коренных народов выступать основным участником при определении приоритетов финансирования для собственного развития.

План реализуется в соответствии с лучшими российскими и международными практиками и стандартами, включая принцип свободного, предварительного и осознанного согласия, содержащийся в Декларации ООН о правах коренных народов.

Сахалинский опыт, накопленный при реализации «Плана содействия», признан лучшей практикой на федеральном и международном уровнях; получил высокую оценку российских и международных экспертов, рекомендован как пример успешного (или взаимодействия в рамках ГЧП) государственно-частного партнерства для регионов России, где проживают коренные народы.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Территория охвата грантополучателей проектов включает в себя:

Населенные пункты всех семи районов традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности КМНС Сахалинской области (г. Южно-Сахалинск, Охинский район, Ногликский район, Тымовский район, Поронайский район, Александровск-Сахалинский район, Смирныховский район).

География реализации грантовых проектов: Российская Федерация — Сахалинская область, включая все районы традиционного проживания КМНС Сахалинской области (г. Южно-Сахалинск, Охинский район, Ногликский район, Тымовский район, Поронайский район, Александровск-Сахалинский район, Смирныховский район); г. Москва; г. Санкт-Петербург, г. Новосибирск, г. Хабаровск, г. Анадырь, г. Екатеринбург, г. Тюмень, г. Томск, Керчь, Феодосия, Алушта, Гурзуф, г. Ялта, г. Севастополь, г. Симферополь, г. Елец, г. Смоленск, г. Петропавловск-Камчатский, республика Саха (Якутия); г. Будапешт (31 международная выставка-ярмарка народного искусства).

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Грантовые конкурсные программы «Плана содействия» направлены на улучшение качества жизни и, самое главное, поддержку устойчивого развития коренных малочисленных народов Сахалинской области (КМНС) и развитие их лидерского потенциала через реализацию двух программ: фонда социального развития и поддержки традиционной экономической деятельности.

Цели грантовой конкурсной программы социального развития:

- содействие решению социально значимых проблем сообществ или отдельных социальных групп КМНС;
- улучшение качества жизни КМНС Сахалинской области с учетом их культурных особенностей;
- развитие потенциала КМНС Сахалинской области, в т.ч. в области управления фондами и программами социального развития;
- содействие в сохранении и развитии самобытной культуры и искусства КМНС Сахалинской области, включая сохранение и развитие художественных промыслов и ремесел КМНС Сахалинской области;
- содействие в получении образования представителями КМНС Сахалинской области;
- содействие в сохранении и поддержании здоровья, формировании здорового образа жизни, оказание социальной поддержки в сфере здравоохранения представителям КМНС Сахалинской области;
- содействие в развитии национальных видов спорта.

Цели грантовой конкурсной программы поддержки традиционной экономической деятельности:

- содействие развитию потенциала представителей КМНС Сахалинской области, осуществляющих традиционную экономическую деятельность;
- развитие и сохранение традиционных форм экономической деятельности КМНС Сахалинской области;
- создание рабочих мест и возможностей экономического развития для коренных народов на основе уже имеющегося у них опыта и умений;

- содействие в достижении конкурентоспособности общин малочисленных народов и иных объединений КМНС Сахалинской области на внутреннем и внешнем экономическом рынке;
- помощь и поддержка КМНС Сахалинской области, ведущих традиционный образ жизни и постоянно проживающих в местах исконного/исторического проживания и хозяйствования своих предков.

Задачи

- развитие потенциала участников грантового конкурса: проведение семинаров, тренингов, практикумов для членов координирующих органов грантового конкурса и населения для более качественной подготовки проектов и проведения конкурса;
- разработка положений конкурса: установление целей и задач программы, ожидаемого результата, сроков проведения конкурса и выполнения проектов, приоритетных направлений и требований к потенциальным участникам, бюджета программы в целом, по направлениям и отдельных проектов.
- проведение конкурса в соответствии с положениями о конкурсах;
- экспертиза заявок и оценка проектов квалифицированными специалистами и независимыми экспертами для объективной и эффективной работы над заявками;
- мониторинг профинансированных проектов и полученных результатов: внешний и внутренний мониторинг для оценки результатов отдельных проектов и всего конкурса в целом для корректировки и планирования дальнейших конкурсов;
- корректировка конкурсной документации для дальнейшего совершенствования с учетом выявленных потребностей целевой группы и политиками компании;
- информирование на всех этапах грантового конкурса.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда управления грантовыми конкурсами (в составе команды управления большинством представителей КМНС Сахалинской области):

- Координатор третьего «Плана содействия»;
- Программные комитеты фонда социального развития и поддержки традиционной экономической деятельности;
- Экспертные группы фонда социального развития и поддержки традиционной экономической деятельности;
- Районные комитеты (во всех семи районах традиционного проживания и традиционной экономической деятельности КМНС Сахалинской области);
- Исполнительный комитет;
- Правление.

Ключевые партнеры Плана:

- Компания «Сахалин Энерджи»;

- Правительство Сахалинской области (ПСО);
- Региональный совет уполномоченных представителей коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области.

Кроме партнеров Плана, в его подготовке, управлении им или в реализации принимают активное участие и другие организации и лица, включая:

- КМНС Сахалинской области (грантополучатели и лица, вовлеченные в управление программой);
- Ассоциация коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации (АКМНСС и ДВ РФ);
- Представитель КМНС при Сахалинской областной Думе;
- Общественная палата Сахалинской области;
- общественные организации КМНС, родовые общины коренных народов;
- другие общественные объединения коренных этносов Сахалинской области;
- организации, занимающиеся сохранением, изучением, развитием и популяризацией культуры и традиций КМНС;
- федеральные, региональные и местные органы власти;
- научное сообщество, эксперты.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

- >1000 человек приняли участие в ежегодных раундах общественных консультаций (встреч с общественностью) по запуску грантовых конкурсов и разъяснению их положений;
- 340 проектов в сфере развития потенциала КМНС, поддержки традиционной деятельности, образования, национальной культуры, сохранения родных языков, национального спорта и пр. реализовано в рамках грантовых конкурсов третьего Плана на региональном, федеральном и международном уровнях;
- 76 организаций (семейно-родовые и территориально-соседские общины КМНС Сахалинской области, общественные организации, учреждения культуры, образования и здравоохранения Сахалинской области) получили финансовую поддержку за пять лет в рамках реализации грантовых конкурсов третьего «Плана содействия»;
- 12 печатных изданий и аудиобукварь уйльтинского языка подготовлены и изданы в рамках грантовых проектов;
- ~ 200 представителей КМНС (население и члены органов управления Плана) приняли участие в семи обучающих мероприятиях (семинары, тренинги и практикумы) по социальному проектированию и написанию грантовых проектов в девяти населенных пунктах всех районов традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности КМНС Сахалинской области;

- >200 детей и подростков в возрасте 10–17 лет из семи районов традиционно-го проживания КМНС островного региона приняли участие в спартакиаде по национальным видам спорта;
- >2500 участников мероприятий грантовых проектов, общественных встреч получили печатную и сувенирную продукцию, подготовленную в рамках Плана;
- >2000 зрителей посетили спектакли театра КМНС Республики Саха (Якутия) «Гулун»;
- >5000 зрителей посетили концерты с участием национальных творческих коллективов КМНС Сахалинской области на федеральном и региональном уровне в рамках кочующих фестивалей «Манящие миры. Этническая Россия», выставки-ярмарки «Сокровища Севера. Мастера и художники России»;
- 15 жалоб поступило по вопросам реализации конкурсных программ третьего Плана, из них разрешено 14, одна жалоба — в процессе рассмотрения (без превышения установленных сроков).

СОЦИАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- привлечены в мероприятия грантовых проектов участники разного возраста и национальностей;
- обеспечено эффективное взаимодействие и синергия ресурсов партнеров «Плана содействия»;
- участники программы поддержки традиционной экономической деятельности говорят об успехах в развитии материальной базы родовых и семейных хозяйств. Это позволяет не только обеспечивать себя жизненно важными продуктами питания, но и помогать соседям, родственникам, малообеспеченному населению, пенсионерам, а в направлении бизнес-планирования — создавать дополнительный потенциал для дальнейшего получения доходов;
- Сахалинские национальные фольклорные ансамбли пополнили и обновили материально-техническое оснащение своих коллективов (национальные костюмы, музыкальные инструменты, аппаратура, необходимая для проведения концертных программ и пр.), что позволяет принимать участие в конкурсах и мероприятиях как регионального, так и федерального и международных уровней;
- поддержка грантовых проектов способствует сохранению и развитию национального спорта на местах и популяризации среди широкой публики. Благодаря реализованным проектам:
 - ежегодно проводятся местные и районные соревнования по национальным видам спорта;
 - проведены семинары по изучению основ судейства и развитию национальных видов спорта, северному многоборью;

- спортсмены из числа КМНС Сахалинской области впервые приняли участие во всероссийских соревнованиях по северному многоборью. Спортсмены сдавали нормативы на звание мастера спорта по северному многоборью. Представительница КМНС Сахалинской области вошла в состав сборной России по северному многоборью и является единственным членом сборной из числа КМНС;
- обновилось материально-техническое обеспечение национальных спортивных команд инвентарем, оборудованием и национальными костюмами;
- бывшие участники первенства стали тренерами молодого поколения и показывают достойные результаты на мероприятиях регионального и всероссийского уровня;
- печатная продукция (книги) и аудиобукварь уйльтинского языка, выпущенные в рамках «Плана содействия», используются на занятиях и внеклассных мероприятиях в образовательных и культурных учреждениях Сахалинской области в рамках изучения родных языков, культуры, краеведения, этнографии, литературы народов Севера;
- представители КМНС приобретают личный опыт участия в грантовых конкурсах: навыки принятия решений, например, относительно распределения средств, публичных выступлений, отстаивании интересов своих соплеменников, защиты проектов, а также опыт ведения грантовой проектной деятельности и т.п.;
- положительное влияние на экономическое положение коренных народов, доступность образования, медицинского обслуживания, поддержка традиционных видов хозяйственной деятельности путем закупки оборудования и стимулирования родовых хозяйств и общин;
- приобретаемые в рамках грантовых конкурсных проектов оборудование, материалы и пр. используются для помощи населению не только в своем населенном пункте, но и в других районах (доставка рыбы, по необходимости выезд в другие населенные пункты, транспортировка грузов и населения для ведения традиционной хозяйственной деятельности);
- поддержка конкурсных проектов в рамках Плана позволила представителям КМНС Сахалинской области принимать участие в образовательных, культурных, спортивных мероприятиях не только на региональном, но и на федеральном и международном уровнях;
- подготовлены и созданы уникальные издания, не имеющие аналогов в мире, которые востребованы среди широкой общественности России и ряда других стран, что увеличивает потенциал сохранения и популяризации культурного наследия сахалинских этносов;
- увеличилось количество мастеров традиционных промыслов и ремесел, НКО и родовых общин КМНС.



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)



I место

АО «СУЭК»

Мы выбираем здоровье

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2011 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://www.facebook.com/suekrussia>

<https://www.youtube.com/channel/UC6djr8xIAK4nFO5SYdqB9pA/videos>

<https://vk.com/suekru>

<https://www.instagram.com/suek.ru/>

Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте — важные составляющие устойчивого развития. Являясь одним из крупнейших работодателей в России, СУЭК осознает важную роль, которую компания играет в жизни своих сотрудников и их семей, жителей территорий присутствия предприятий Компании. СУЭК убеждена: основой ее успехов и залогом дальнейшего роста является персонал. Значительное место в реализации социальных программ СУЭК занимает сохранение и укрепление здоровья сотрудников, членов их семей и в целом населения территорий присутствия Компании, продление активного трудового долголетия, обеспечение высоких стандартов качества жизни на территориях присутствия, в том числе для привлечения квалифицированных кадров к работе на предприятиях СУЭК.

Поддерживая устойчивое социально-экономическое развитие территорий присутствия СУЭК, мы вносим вклад в устойчивое развитие нашей страны и реализацию глобальных Целей устойчивого развития (ЦУР) ООН. В рамках ЦУР ООН для нас особенно актуален ряд ориентиров, которые в наибольшей степени соответствуют отраслевой направленности и стратегии Компании, потребностям всех заинтересованных сторон, в частности ЦУР 3 — Обеспечение здорового образа

жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте, задачи 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.8, 3.A и 3.C.

В СУЭК разработана и с 2010 года реализуется программа «Здоровье». Предприятия СУЭК в большинстве случаев являются градообразующими для населенных пунктов, удаленных от региональных центров. Здравпункты предприятий являются медицинскими организациями, где работники предприятий, члены их семей и местные жители могут получить квалифицированную медицинскую помощь.

В 2014 году СУЭК первой из российских компаний присоединилось к инициативе Международной организации труда (МОТ) «Добровольное и конфиденциальное консультирование и тестирование на ВИЧ на рабочих местах» (ДКТн@РАБОТЕ).

Для нас очень важно здоровье наших работников, жителей регионов и их доверие. Поэтому в самом тесном взаимодействии с руководством регионов мы определяем наиболее актуальные на сегодняшний день вопросы и стремимся оперативно находить лучшие решения для них.

СУЭК помогает оснащать медицинские учреждения регионов современной техникой и оборудованием, содействует повышению качества медицинских услуг, помогая внедрять передовые организационные и экономические механизмы, реализует проекты лечения и оздоровления детей из шахтерских регионов и ветеранов угольной отрасли, развивает программы реабилитации для детей с ограниченными возможностями. Компания организует повышение квалификации руководителей учреждений здравоохранения и медиков-практиков различного профиля, работающих на территориях присутствия СУЭК.

СУЭК постоянно оказывает поддержку обновлению инфраструктуры для массовых занятий физкультурой и спортом, оборудования и экипировки для спортшкол и клубов. В регионах присутствия при участии Компании осуществляются капитальные ремонты и строительство спортивных объектов, обустраиваются многофункциональные спортивные площадки и комплексы уличных тренажеров. С целью пропаганды здорового образа жизни и повышения мотивации к отказу от курения на территориях присутствия СУЭК проводятся спортивно-зрелищные акции под девизом «Свободная среда — свободная от курения», «СУЭК — территория здорового образа жизни» с приглашением знаменитых спортсменов и деятелей культуры.

Пандемия коронавируса подтвердила, что фокус на здоровье и благополучии людей является основой жизнеспособности и стабильного развития бизнеса. Более одного года пандемии, когда Компания была сосредоточена на обеспечении безопасности своих сотрудников и помощи властям, медикам, местным жителям в борьбе с общей угрозой, показали, что выбранный СУЭК приоритет является верным.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Мурманская, Кемеровская, Новосибирская и Свердловская области, Алтайский, Красноярский, Краснодарский, Забайкальский, Хабаровский и Приморский края Республики Тыва, Бурятия, Хакасия. Головной офис в г. Москва.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цели

- сохранение, защита и укрепление здоровья работников предприятий СУЭК, членов их семей и в целом населения территорий присутствия Компании за счет медицинского обслуживания на необходимом уровне;
- обеспечение высоких стандартов качества жизни на территориях присутствия Компании, в том числе для привлечения квалифицированных кадров к работе на предприятиях СУЭК.

Задачи

- организация системной работы по охране здоровья сотрудников, в том числе проведение динамического наблюдения, ведение «паспортов здоровья», профилактических мероприятий;
- снижение заболеваемости и связанных с ними потерь рабочего времени;
- выявление и профилактика рисков развития неинфекционных заболеваний;
- профилактика профессиональных заболеваний;
- профилактика бытового и производственного травматизма;
- пропаганда здорового образа жизни и формирование потребности в здоровом образе жизни;
- улучшение и сохранение здоровья работников и продление активного долголетия путем антитабачной пропаганды, оказания медицинской помощи и проведения мероприятий, направленных на профилактику и отказ от курения;
- создание условий для занятий физической культурой и спортом, направленных на укрепление здоровья и организацию активного отдыха граждан всех возрастных категорий;
- оказание помощи медицинским и социальным учреждениям регионов присутствия;
- повышение квалификации руководителей учреждений здравоохранения и медиков-практиков различного профиля, работающих на территориях присутствия Компании;
- внедрение современных организационных механизмов и лечебных методик в практику работы региональных и местных медучреждений.

В условиях пандемии COVID-19 дополнительно:

- проведение профилактических мероприятий на предприятиях Компании по снижению риска распространения коронавирусной инфекции;
- поддержка медицинского персонала инфекционных отделений и больниц в регионах присутствия;
- организация волонтерского движения и оказание помощи ветеранам, пенсионерам, многодетным, социально сложным семьям и т.д.;
- оказание помощи местным муниципалитетам по масштабной дезинфекции общественных пространств.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

АО «СУЭК»

Партнеры

- Фонд «СУЭК-РЕГИОНАМ»;
- региональные и местные органы власти территорий присутствия;
- медицинские учреждения территорий присутствия;
- Общероссийский народный фронт (ОНФ);
- центры социальной поддержки населения и социальные учреждения территорий присутствия;
- местные общественные организации;
- центры профпатологии территорий;
- Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека;
- Красноярский государственный медицинский университет имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого Минздрава РФ;
- Национальный медицинский исследовательский центр профилактической медицины. ФГБНУ «Научно-исследовательский институт медицины труда имени академика Н.Ф. Измерова»;
- ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии»;
- ФГБУ «Поликлиника № 3» Управления делами Президента РФ;
- ФГБУ «Поликлиника № 5» Управления делами Президента РФ;
- ФГБУ «Детский медицинский центр» Управления делами Президента РФ;
- АНО «Национальные приоритеты»;
- ДЮСШ в регионах присутствия компании.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Совершенствование системы здравпунктов, введение врачебных должностей, расширение функций от оказания неотложной помощи до предоставления услуг квалифицированной медицинской помощи, оснащение современной диагностической и лечебной аппаратурой позволило достичь снижения показателей по временной нетрудоспособности с 15,4 до 11 дней на одного работника в год, а также снижение показателя профессиональной заболеваемости на 9,8%.

За время реализации программы от курения отказалось около 6 000 сотрудников.

Повысили квалификацию более 90 руководителей медучреждений и медицинских работников различного профиля: терапевты, кардиологи, неврологи, профпатологи, акушеры-гинекологи, физиотерапевты, педиатры, хирурги, эндокринологи и др., работающие в больницах и поликлиниках городов, поселков и сельских районов восьми регионов Сибири и Дальнего, где присутствуют предприятия АО СУЭК.

Больницы, которым оказана помощь (только 2020 год):

- в Красноярском крае — районным больницам в Назарово, Шарыпово и Бородино, Межрайонной клинической больнице скорой медицинской помощи имени Н.С. Карповича;
- в Забайкалье — участковой больнице поселка Дровяная, Центральной районной больнице г. Борзя и Шерловогорской участковой больнице № 1;
- в Бурятии — Мухоршибирской ЦРБ;
- в Хакасии — Черногорской межрайонной больнице, Черногорской станции скорой помощи и Белоярской центральной районной больнице;
- в Кузбассе — Ленинск-Кузнецкой городской инфекционной больнице, Прокопьевской городской больнице № 1, Кемеровской областной клинической инфекционной больнице, Новокузнецкому филиалу ГБУЗ КО КОККД им. акад. Л.С. Барабаша;
- в Приморье — Владивостокской клинической больнице № 4, Краевой клинической больнице № 2 и ее детскому инфекционному отделению, Краевой клинической инфекционной больнице, Находкинской городской больнице, Восточной больнице в поселке Врангель, Михайловской центральной районной больнице, Артёмовской городской больнице № 2, Октябрьской центральной районной больнице и поликлинике посёлка Липовцы;
- в Хабаровском крае — районным больницам в Ванино и Советской Гавани; госпиталю, развернутому в г. Советская Гавань для приёма зараженных; Верхнебуреинской центральной районной больнице;
- в Мурманске — Мурманской областной клинической больнице имени П.А. Баяндина.

В Кузбассе в развитие решений федеральных властей по обязательному государственному страхованию работников медицинских организаций при исполнении ими трудовых обязанностей в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) реализован новый проект, призванный защитить тех, кто находится на переднем крае борьбы с пандемией. Региональное страхование дополняет программы государственной поддержки медиков и предусматривает риски летального исхода от вновь выявленных заболеваний, в том числе COVID-19, медперсонала и водителей скорой помощи. При возникновении такого страхового случая единовременные выплаты родным и близким врачей и среднего медперсонала скорой помощи составят один миллион рублей, водителей — 500 тысяч рублей. СУЭК, в том числе за счет добровольных пожертвований сотрудников Компании, профинансировала дополнительное страхование персонала учреждений скорой медицинской помощи, расположенных в территориях присутствия предприятий СУЭК.

СУЭК помогает властям муниципалитетов в условиях пандемии коронавируса проводить масштабную дезинфекцию общественных пространств. Специальным раствором регулярно обрабатываются автобусные остановки, здания, где бывает

много людей, общественный транспорт, автовокзалы, детские площадки, другие общественные пространства во всех регионах, где работают предприятия СУЭК.

Межрегиональный конкурс «Земский доктор» прошел в регионах присутствия СУЭК в 2020 году. Основной задачей конкурса стало выразить благодарность работникам медучреждений, где получают медицинское обслуживание сотрудники предприятий Компании и их семьи, и стимулировать медперсонал на дальнейшее повышение качества услуг для населения. Врачей и медработников, которые получили финансовое вознаграждение от СУЭК, выбрали сами жители регионов присутствия Компании. На первом этапе конкурса они на городских интернет-сайтах и в социальных сетях называли имена врачей, которым хотели бы выразить благодарность за высокое мастерство, верность профессии и внимательное отношение к пациентам. <https://zemdoctor2020.suek.ru/itogi/>

По итогам голосования, в котором приняло участие более 12000 жителей, были выбраны 34 победителя, которые получили денежные призы от СУЭК.

Социальные результаты

Системная работа по обмену знаниями и опытом между специалистами центральных учреждений здравоохранения и медиками из регионов позволила поддерживать на должной высоте уровень медицинского обслуживания работников Компании и членов их семей. Это подтверждается результатами опросов и общественного онлайн-голосования за лучших медработников, проведенных в рамках конкурса «Земский доктор» в конце 2020 года. «Мы стараемся повышать мотивацию людей вести здоровый образ жизни. Как результат — с каждым годом все больше сотрудников выбирают здоровый и активный образ жизни, занимаются спортом, сдают нормы ГТО, участвуют в соревнованиях, привлекают к занятиям детей.»



II место

АО «Альфа-Банк»

Программа «Альфа-Эндо»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с февраля 2014 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-l8oerMsFtDs3aFenv5JClw5vWWVbD7>

Телеграмм-канал «Нескучно о диабете» https://t.me/neskuchno_o_diabete

«Альфа-Эндо» — это программа помощи детям с заболеваниями эндокринной системы и наследственными заболеваниями обмена веществ, которая была ини-

цирована и финансируется «Альфа-Групп» и осуществляется Благотворительным фондом развития филантропии «КАФ» совместно ФГБУ «Эндокринологический научный центр» Минздрава России (ЭНЦ) и другими ведущими медицинскими учреждениями нашей страны.

Специфика программы заключается в ее комплексности:

- для выявления и прогнозирования заболеваний поддерживается полный цикл диагностических исследований, доступный для всех детей РФ;
- улучшаются знания и навыки медицинских специалистов из всех регионов благодаря постоянному обмену опытом на национальном и международном уровнях и непрерывному очному и заочному образованию;
- выявляются семьи детей с эндокринной патологией в трудной жизненной ситуации для оказания комплексной медико-социальной и психологической помощи;
- для повышения эффективности лечения осуществляется телемедицинское наблюдение детей из регионов России;
- для улучшения информированности семей о самоконтроле заболеваний внедряются обучающие программы для пациентского сообщества, включающие школы диабета, проекты равной поддержки пациентских организаций, печатные и интернет пособия (Телеграм-канал, чаты с врачом в мессенджерах и сайты);
- разрабатывается комплекс мер для профилактики ожирения и создания безопасной среды для детей с эндокринными заболеваниями в школах.

Важный принцип программы — адаптация лучшего мирового опыта в области эндокринологии и поддержка внедрения современных эффективных клинических практик и технологий в российское здравоохранение, в также привлечение к сотрудничеству партнеров, вносящих экспертный и финансовый вклад в программу помощи детям. Одним из важнейших партнеров программы является Фонд «Линия жизни».

Программа — пример частно-государственного партнерства, когда частный бизнес и государство объединяют свои усилия для осуществления видимых системных улучшений в здравоохранении. При этом частные структуры работают в соответствии с нормативными требованиями РФ и при поддержке Минздрава России.

Направления программы:

В рамках программы реализуются следующие направления деятельности:

1. Молекулярно-генетические и другие дорогостоящие диагностические исследования, не финансируемые из государственных средств.
2. Образовательные программы для руководителей здравоохранения, медицинских работников и других специалистов.
3. Внедрение компьютерных технологий в систему оказания медицинской помощи.
4. Аудит эндокринологической помощи детям и лабораторной практики.

5. Обучающие программы для пациентского сообщества и поддержка диабетических ассоциаций.

6. Медико-социальная помощь семьям детей с эндокринными заболеваниями в трудной жизненной ситуации.

7. Адресная помощь детям в лечении наследственных заболеваний обмена веществ.

8. Помощь в обеспечении безопасности для пациентов и медицинского персонала в государственных медицинских организациях (в контексте COVID-19).

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цели

1. Способствовать повышению качества и доступности медицинской помощи детям с заболеваниями эндокринной системы и наследственными заболеваниями обмена веществ.

2. Способствовать повышению качества и безопасности медицинской помощи в государственных медицинских организациях.

Задачи

1. Обеспечение оснащения медицинских учреждений и организаций и работы персонала для диагностических исследований эндокринных заболеваний и наследственных заболеваний обмена веществ, не финансируемых из государственных средств.

2. Оценка качества медицинской помощи и разработка рекомендаций для повышения качества медицинской помощи, оказываемой детям с заболеваниями эндокринной системы.

3. Повышение знаний и навыков медицинских работников для улучшения медицинской помощи детям; организация обучения специалистов в РФ и за рубежом, создание, тиражирование и распространение методических материалов.

4. Повышение знаний и навыков самоконтроля заболеваний у детей с эндокринной патологией и их родителей, развитие общественных организаций для поддержки семей.

5. Внедрение компьютерных технологий в систему оказания помощи детям с сахарным диабетом первого типа и другими эндокринными заболеваниями.

6. Оказание адресной помощи детям в лечении наследственных заболеваний обмена веществ, не финансируемом за счет государственных средств.

7. Содействие в получении медико-социальной помощи семьями с детьми с сахарным диабетом, находящимися в трудной жизненной ситуации.

8. Помощь в оснащении медицинских учреждений для повышения безопасности персонала и пациентов в период пандемии.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Программа осуществляется Благотворительным фондом развития филантропии КАФ, его программные специалисты имеют большой опыт в здравоохранении, социальной защите и благотворительности. Важнейшие участники программы — руководство КАФ, финансисты, юристы, специалисты по коммуникации БФ «КАФ».

Партнеры (основные)

- ФГБУ «Национальный медицинский исследовательский центр эндокринологии» Минздрава России — экспертная помощь и участие во всех проектах программы;
- ФГБНУ «Медико-генетический научный центр» (МГНЦ) — диагностическое направление программы;
- ГБУЗ МО «Московский областной научно-исследовательский клинический институт им. М.Ф. Владимирского» (МОНКИ) — телемедицинское направление программы;
- ФГАОУ ВО «Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова» Министерства здравоохранения Российской Федерации, Российская детская клиническая больница (РДКБ) — диагностическое, телемедицинское направление программы;
- государственные медицинские организации регионов РФ — диагностическое, социально-медицинское и телемедицинское направления программы, помощь в проектах равной поддержки;
- диабетические ассоциации 30-ти регионов и Российская диабетическая ассоциация — проекты равной поддержки;
- фармацевтические компании, которые поддерживают обучение специалистов, проекты равной поддержки, медико-социальная помощь в трудной жизненной ситуации, профилактика ожирения.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

- более 12 000 детей из всех регионов России прошли различные диагностические исследования, которые позволили уточнить диагноз, назначить или скорректировать лечение;
- проведено 759 очных и онлайн обучающих мероприятий и консилиумов с участием региональных специалистов и экспертов национального и международного уровня;
- более 1 200 детских эндокринологов, педиатров, неврологов, неонатологов, гастроэнтерологов, генетиков и других специалистов приняли участие в обучающих мероприятиях;
- более 700 детей и подростков с сахарным диабетом первого типа наблюдались дистанционно с использованием современных компьютерных технологий;

- более 600 семей с детьми с сахарным диабетом получили помощь в рамках проекта равной поддержки (9 регионов);
- более 700 семей с детьми с сахарным диабетом, находящиеся в трудной жизненной ситуации, получили медико-социальную поддержку (6 регионов);
- создано и тиражировано более 20 тыс. экземпляров методических рекомендаций, протоколов обследования и разнообразных информационных пособий для врачей, родителей, специалистов по социальной работе, психологов, учителей;
- разработаны онлайн каналы связи и информирования целевых групп.

Социальные результаты

- создан полный цикл диагностики нарушений эндокринной системы и обмена веществ у детей, включающий скрининг, доставку образцов, лабораторное исследование, дистанционное консультирование и регистр пациентов;
- внедрены инновационные диагностические тесты в детской эндокринологии;
- телемедицинские технологии, созданные при поддержке программы, доказали свою актуальность в период эпидемии COVID-19;
- улучшены знания и навыки родителей, оказана помощь в принятии диагноза ребенка и нормализации отношений в семье;
- зафиксировано улучшение уровня контроля сахарного диабета первого типа у детей, что в свою очередь снижает риск развития осложнений и тяжелой инвалидизации;
- использованы современные подходы с применением чатов в мессенджерах, Телеграмм-канала и канала YouTube для улучшения контроля заболевания у подростков;
- отработаны модели организации сотрудничества медицинских учреждений и социальных служб при оказании медико-социальной помощи семьям с детьми с сахарным диабетом;
- оказано содействие для снижения риска распространения эпидемии COVID-19 при оказании помощи в медицинских организациях.



II место

АО КБ «Ситибанк»

Расширение экономических возможностей и улучшение благополучия людей с инвалидностью путем трудоустройства

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: 2013 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://perspektiva-inva.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

https://www.instagram.com/rooi_perspektiva/

https://www.facebook.com/rooi_perspektiva/

https://vk.com/rooi_perspektiva

Данный проект был направлен на развитие инклюзивного трудоустройства для молодых людей с инвалидностью в трех городах России. Проект включил в себя целый комплекс профориентационных, образовательных и карьерных мероприятий для людей с инвалидностью, направленных на обучение соискателей всем необходимым навыкам успешного поиска работы на рынке труда и трудоустройства, карьерного целеполагания, навыкам презентации, включая презентацию инвалидности. К данным мероприятиям можно отнести такие, как конкурс для молодых людей с инвалидностью «Путь к карьере», образовательный проект «Карьерные перспективы», Дни карьеры и профориентационные экскурсии в крупнейших российских и международных компаниях. В каждом из мероприятий принимали участие представители крупного бизнеса в качестве экспертов, тренеров, коучей, наставников. Помимо этого, были организованы и проведены три городские ярмарки вакансий, на которых соискатели смогли непосредственно пройти собеседования и получили шанс трудоустройства.

Большинство участников программы также получили индивидуальное сопровождение при поиске работы как со стороны экспертов из РООИ «Перспектива», так и со стороны бизнеса.

Отдельной задачей программы стало привлечение к инклюзивному трудоустройству новых компаний-работодателей, их просвещение в области юридических аспектов трудоустройства людей с инвалидностью, этикета по отношению к людям с инвалидностью, разрушению стереотипов и барьеров, существующих при трудоустройстве людей с инвалидностью. В рамках данной задачи были организованы циклы бизнес-завтраков, круглых столов и межрегиональных форумов для представителей бизнеса. В компаниях проводились обучающие тренинги по инклюзивному трудоустройству и индивидуальные консультации по юридическим аспектам трудоустройства.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

3 города Российской Федерации: Москва, Санкт-Петербург и Рязань

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Расширение экономических возможностей и повышение благополучия людей с инвалидностью в трех городах России за счет достойного трудоустройства, укрепления институционального потенциала и расширения сотрудничества с представителями бизнес-сообщества, повышения осведомленности общественности, в том числе бизнес-сообщества, о возможностях трудоустройства людей с инвалидностью.

Задачи

Проведение комплекса мероприятий профориентационной, образовательной и карьерной направленности для соискателей с инвалидностью, прямо или косвенно направленных на их трудоустройство. Обеспечение индивидуального консультирования и сопровождения соискателей — участников проекта как со стороны Региональной общественной организации инвалидов «Перспектива», так и с привлечением бизнес-волонтеров в качестве коучей, экспертов, наставников и тренеров. Организация просветительских мероприятий для бизнеса в трех городах проекта с целью разрушения мифов и стереотипов касательно вопросов трудоустройства людей с инвалидностью с привлечением успешного опыта трудоустройства людей с инвалидностью компаниями-партнерами.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Команда РООИ «Перспектива», волонтеры и партнеры бизнес организаций, включая сотрудников Citi.

Партнеры

- центры «Моя работа» и «Моя карьера» города Москвы;
- Санкт-Петербургский городской Центр Занятости;
- Центр занятости города Рязани;
- Совет Бизнеса по Вопросам Инвалидности (СБВИ);
- высшие учебные заведения и образовательные учреждения среднего специального образования Москвы, Санкт-Петербурга и Рязани.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Результаты программы за 2020 год:

- 735 соискателей с инвалидностью в трех городах программы приняли участие в мероприятиях и активностях программы;
- 121 участник программы получил постоянную работу в 2020 году;
- 42 соискателя стали участниками программы профориентации в рамках реализации образовательного проекта «Карьерные перспективы». В общей сложности в активностях программы приняли участие 19 представителей из

- 15 компаний, которые провели 19 тренингов для участников с инвалидностью;
- 9 соискателей из Москвы и 5 соискателей из Санкт-Петербурга стали участниками программы Межрегионального наставничества от бизнеса;
 - 34 соискателя с инвалидностью прошли стажировки в компаниях;
 - проведен трехдневный Межрегиональный онлайн форум с привлечением международных экспертов «Бизнес за равные возможности». Участниками трех дней форума стали 242 представителя 128 компаний и организаций, включая спикеров и участников из США, Испании и Англии;
 - проведены 8 офлайн и онлайн профориентационных экскурсий в компании в двух городах программы, участниками экскурсий стал 191 соискатель с инвалидностью;
 - проведены два конкурса «Путь к карьере» в Москве и Санкт-Петербурге. Участниками конкурса стали 37 соискателей с инвалидностью. В рамках мероприятий по подготовке финалистов приняли участие в общей сложности 21 тренер из 19 компаний, которые провели 20 тренингов по подготовке конкурсантов, 25 представителей 11 компаний выступили в качестве наставников для участников конкурсов;
 - 255 соискателей с инвалидностью и 44 компании приняли участие в ярмарках вакансий «От учебы к работе» в трех регионах;
 - 4 Дня карьеры были проведены в трех городах программы, участниками которых стали 182 соискателя, а также 7 представителей из 5 компаний выступили в качестве ведущих тренингов и мастер-классов;
 - за время проекта было зафиксировано 7004 уникальных посетителя нового сайта по трудоустройству людей с инвалидностью. На новом сайте для соискателей с инвалидностью было размещено 290 вакансий от 179 компаний из трех городов;
 - 175 соискателей с инвалидностью получили индивидуальные консультации по вопросам карьеры и определения карьерных целей;
 - в Москве, Санкт-Петербурге и Рязани были проведены 7 онлайн бизнес-завтраков для компаний-работодателей. Участниками бизнес-завтраков стали 400 представителей компаний;
 - 101 сотрудник из 37 компаний выступил в качестве тренеров и наставников в рамках мероприятий программы (Карьерные перспективы, Путь к карьере, Дни карьеры, стажировки);
 - всего в программной деятельности было задействовано 84 крупных компании;
 - 5 онлайн тренингов по пониманию инвалидности и этикету по отношению к людям с инвалидностью были проведены для компаний. Количество участников тренингов составило 414 представителей компаний и организаций.

Основные результаты программы по инклюзивному трудоустройству в период с 2013 по 2020 гг.

- 671 соискатель с инвалидностью получил постоянное место работы, 197 соискателей прошли стажировки в крупных российских и международных компаниях;
- 2979 людей с инвалидностью стали участниками мероприятий программы;
- 360 соискателей с инвалидностью прошли образовательный проект «Карьерные перспективы», 133 стали участниками конкурса для молодых специалистов с инвалидностью «Путь к карьере»;
- организовано 59 профориентационных экскурсий в офисы крупных компаний, участниками которых стали 692 соискателя с инвалидностью;
- проведено 11 общегородских ярмарок вакансий, в которых приняли участие 1211 соискателей с инвалидностью;
- 13 бизнес-завтраков, 2 круглых стола, 2 международных форума, 4 городских форума с общим количеством участников 775 человек было проведено для представителей бизнес-сообщества.

Социальные результаты программы за 2020 год

Данная программа открыла новые возможности в сфере инклюзивного трудоустройства для сотен соискателей с инвалидностью. Участники программы непосредственно убедились в том, что крупные российские и международные компании продвигают идеи социального равенства и возможностей и, следовательно, открыты для трудоустройства людей с инвалидностью. Большинство участников получили самые актуальные знания и навыки в области поиска работы на рынке труда, начиная с понимания ситуации на российском рынке труда (актуальность тех или иных направлений, сфер, вакансий, должностей), написания успешного резюме, заканчивая грамотным и успешным прохождением собеседований и адаптации на новом рабочем месте в первые дни. Данный эффект позволит соискателям в будущем в успешном самостоятельном поиске работы с учетом постоянной поддержки со стороны РООИ «Перспектива». Более сотни соискателей получили постоянные места работы, а 34 участника получили свой первый опыт работы при прохождении стажировок в крупных компаниях. Истории успеха данных соискателей также покажут и передадут другим соискателям, находящимся в активном поиске работы, что многие компании открыты для трудоустройства соискателей с инвалидностью.

Во многом развитию инклюзивного трудоустройства посочдействовала активная позиция компании Citi и РООИ «Перспектива» в вопросе привлечения новых компаний-работодателей, их просвещение в области юридических аспектов трудоустройства людей с инвалидностью, этикета по отношению к людям с инвалидностью, разрушение стереотипов и барьеров, существующих при трудоустройстве людей с инвалидностью. Десятки крупных компаний и их сотрудников приняли участие в реализации программы в различных качествах.



III место

KPMG

Программа раннего вмешательства «Уверенное начало»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2017 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://confidentstart.ru/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

<https://www.facebook.com/confidentstart>

<https://www.instagram.com/confidentstart/>

«Уверенное начало» (далее УН) — это программа Раннего вмешательства (далее РВ) для детей от 0 до 3-х лет с тяжелыми двигательными и множественными нарушениями развития (кроме РАС). Программа использует практики с доказанной эффективностью в рамках подхода функциональной немедицинской реабилитации и осуществляется в формате домашних визитов. Функциональный подход означает фокусирование внимание и вмешательства на повышение функциональных возможностей ребенка в реальной жизни и максимально возможное снижение влияния специальных потребностей на жизнь, чтобы у ребенка было больше возможностей для решения возрастных задач и удовлетворения универсальных потребностей. Одновременно в программе может находиться 90+ детей целевой группы. Программа относится к пролонгированным профессиональным сервисам. Каждый маленький клиент находится в программе от момента входа до достижения 36 мес. В Программе используется трансдисциплинарный подход, когда один специалист ведет клиента и использует знания разных специальностей, при сложностях он обращается к профильным экспертам. Каждый специалист Программы ведет своих клиентов на всем ее протяжении. Программу характеризует формат партнерских отношений. Это значит, что общие цели для развития ребенка на всем протяжении программы являются разделяемой ценностью и ответственностью для специалистов Программы и родителей ребенка.

Подход РВ относится к программам первого выбора для детей с нарушениями развития или риском их иметь. Эффективность данного подхода подтверждена огромным количеством исследований в разных странах, включая Нобелевскую премию 2000 по экономике.

УН предоставляет услуги детям и их семьям на бесплатной основе, являясь программой КСО крупной компании в рамках подхода УР и стратегического направления компании для позитивного влияния на общество и планету.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Москва, регионы Российской Федерации и русскоязычные семьи в других странах.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Создание современного сервиса РВ с качеством (клиническим и менеджерским) на уровне бенчмарков развитых стран для подобных сервисов.

С точки зрения ЦУР, данная программа затрагивает в той или иной мере все гуманитарные цели. К прямым целям можно отнести:

- Здоровье и благополучие (№ 3).

Программы РВ достоверно влияют на здоровье детей и их благополучие.

- Качественное образование (№ 4).

Именно в раннем возрасте закладывается основа для обучения любого человека.

- Гендерное равенство (№ 5).

Программа принимает любых детей.

- Достойная работа и экономический рост (№ 8).

Если дети нашей ЦА будут изначально получать поддержку, которая будет помогать им раскрывать свой потенциал, то вероятность участия в экономической жизни, создании добавленной стоимости и личного дохода будет гораздо выше. Также люди с инвалидностью могут играть значительную роль как потребители товаров и услуг, включая инновационные и технологически емкие. Это в том числе связано с развитием разных индустрий и может выступать как элемент экономического роста.

- Снижение неравенства (№ 10).

Одна из целей УН — вклад в развитие инклюзивного общества. Если ребенка с особенностями и его семью люди будут видеть с самого раннего детства во всех частях своей жизни и объектах инфраструктуры, то отношение к данной группе будет меняться быстрее. И выравнивание отношения скажется на норме, таким образом неравенство будет снижаться.

К косвенным целям мы можем отнести:

- Ликвидация бедности (№ 1).

Не секрет, что сегодня значительная часть семей, где растут дети с инвалидностью, живет за чертой бедности. Своевременная умная помощь и поддержка, создание здоровой среды вокруг и внутри семьи, доступ к необходимым ресурсам, включая ассистивные технологии, достоверно может улучшать экономическую ситуацию таких семей.

- Ликвидация голода (№ 2).

Для детей ЦА нередко данная проблема стоит очень остро. Это связано с особенностями их состояния или диагнозом. Ряду детей нужно специальное питание или устройства для получения питательных веществ достаточного качества и объема. До сих пор мы встречаем детей ЦА истощенных, которые не имеют доступа к необходимому, а родители часто не имеют современной информации о вариантах решения данной проблемы.

- Индустриализация, инновации, инфраструктура (№ 8).

Большинство детей ЦА нуждаются в разных умных устройствах и универсальной среде. УН не может решить все проблемы, но в рамках Программы ведется работа с родителями по повышению осведомленности о потребностях детей и вариантах решения, кроме того, мы регулярно повышаем адвокативные навыки родителей, чтобы они были компетентными в сфере защиты прав своего ребенка и своей семьи, в том числе в инфраструктуре города.

• Устойчивые города и сообщества (№ 11).

Любой особый ребенок и его семья должны быть равноправными членами сообщества в любом населенном пункте. Это не абстрактное понятие. Важна возможность участия, выбор и готовность сторон. УН напрямую занимается этими вопросами, помогая родителям буквально маленькими шагами двигаться в рамках нормализации к жизни обычных семей с детьми, снижая риски сегрегации и маргинализации.

Задачи

- создать устойчивую трансдисциплинарную команду специалистов;
- довести операции и процессы программы до состояния рутинного функционирования достаточно хорошего клинического качества услуг;
- повышать уровень информированности в родительском и профессиональном сообществе Москвы и регионов о возможностях программ РВ и, в частности, УН;
- информировать деловое сообщество о важности и доступности поддержки сервисов на примере УН;
- повышать заинтересованность и «создавать моду» на качественные сервисы и привлекательный профессиональный трек среди стейкхолдеров.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Группа КСО КПМГ: старший менеджер и два супервайзера.

А также 15 консультантов, 3 супервизора. Вся команда по базовому образованию — психологи. Все получили дополнительное образование в рамках УН по всем ведущим направлениям функционального подхода к реабилитации: в первый год более 550 часов, далее интенсивность была несколько ниже.

Партнеры

Основные:

Центр лечебной педагогики,

Пространство общения

«Елизаветинский сад для детей с ДЦП» как Подразделение Марфо-Мариинского Центра

Главный эксперт программы — директор АНО «Физическая реабилитация» Екатерина Клочкова

По отдельным направлениям:

БФ «Плюс помощь детям»

Компания K2IT

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

1. Детей в программе — 151 чел. Из них 26 детей консультативных.
2. Визитов — 3790
3. Добровольно вышедших досрочно — 19 чел.
4. Потери клиентов от Ковида — 7
5. Качество (%) достигнутых целей с положительной динамикой у детей — 74% (все цели всегда строго индивидуальны, касаются разных областей развития детей и связаны с тяжестью нарушения).

Примеры категорий целей: моторные навыки; двигательные переходы; коммуникация; использование ТСП; прием пищи и питье; позиционирование; туалетные навыки; сенсорное развитие; участие в самообслуживании; самостоятельная игра и т.°д.

6. Количество вывиха бедра (самое опасное и болезненное вторичное осложнение для данной ЦА) – 0 случаев.

7. За 2020 год дважды проводились родительские опросы, по результатам которых можно проследить, как изменялись тревога и стресс у родителей. В апрельском опросе процент семей, испытывающих стресс от 3 до 5 баллов по пятибалльной шкале, был 58%, а в ноябрьском — 52%.

Это может говорить о том, что в условиях продолжающегося кризиса, связанного с пандемией COVID-19, команда программы весьма профессионально среагировала на форс-мажорные обстоятельства. В частности, то, как консультант выстраивает свою работу с учетом требований, связанных с пандемией, было оценено родителями очень высоко: 95% на 5 баллов в ноябре против 70% в апреле.

8. Также за этот период были замерены показатели родительской тревоги и уровень поддержки. Итак, за отчетный период мы можем видеть, что у шести родителей была отрицательная динамика уровня поддержки. Данные значения в клинической работе свидетельствуют о том, что консультант будет уделять больше внимания работе с этими родителями, чтобы лучше понимать ситуацию и причины этого снижения. Такая ситуация сама по себе говорит о том, что в зависимости от конкретной ситуации родители нуждаются в разной помощи и обсуждении вариантов. Потому что одна из задач программы — поддерживать уровень автономии семей, при этом чутко реагируя на запрос помощи и готовность ее обсуждать, обращаться и принимать. Также мы видим, что у остальных родителей в данный период был отмечен прирост поддержки. Это означает, что родители получали дополнительные эмоциональные и психологические ресурсы и лучше себя чувствовали. При этом прирост колебался от 1 до 20 баллов по 20-бальной шкале.

Если говорить о параметре родительской тревоги, то тут мы видим, что отрицательная динамика была отмечена шестью родителями, еще три родителя не увидели изменений в этом для себя. При этом снижение тревоги продемонстрировали 36 родителей. За отчетный период мы зафиксировали снижение тревоги от 2 до 27 баллов. Это также говорит о том, что родители особых детей очень субъек-

тивно воспринимают этот показатель, при этом для них он более чем объективен, потому что определяет их состояние и готовность встречаться с трудностями и искать решения, а также обращаться за помощью. Это суммарные результаты интегральных показателей говорят о том, что родители детей целевой группы сами по себе находятся в более уязвимом положении. С учетом того, что дети столь раннего возраста неотделимы от своих родителей, выбор стоит делать в пользу программ, которые рассматривают клиентом всю семью, а не только ребенка. Делая инвестиции в семью, мы можем повышать ее устойчивость, что в долговременной перспективе ведет к росту благополучия не только ребенка, но и семьи в целом.

Социальные результаты

Тренды года

Формат работы стал смешанным. Мы стали встречаться с семьями, ориентируясь на их возможности, наиболее подходящий формат работы и содержание решаемых задач. Например, если семья уезжала на время самоизоляции на дачу, и там была возможность использования стабильного интернета, то встречи с семьей продолжались. Появилась возможность работать онлайн со сложными во взаимодействии детьми благодаря общению через родителей, когда родитель общается с ребенком, а консультант что-то предлагает, комментирует, обобщает. Это оказалось полезным как для ребенка, так и для родителя, который развивался в своем понимании особенностей ребенка.

На визитах стало больше ситуаций, в которых мы совместно с семьей обсуждаем реабилитации. Родители гораздо разумнее и более взвешенно стали подходить к выбору реабилитаций.

Появилось больше визитов в формате прогулок — это важно для социализации семей.

Семьи стали активно приобретать вертикализаторы — это наша информационная деятельность с родителями.

Работа на супервизиях тоже изменилась. Во время пандемии у нас появилось много проектов, которые требуют экрана перед глазами. Мы приняли участие в разработке софта для программы и запустили проект «Картотека рекомендаций». Мы испытывали бы трудности в обсуждении и работе над этими проектами, если бы встречались только очно.

Мы усилили свое присутствие в социальных сетях. Семьи стали записываться в программу через Инстаграм. Именно эта соцсеть интенсивно развивалась в этом году в формате «сверхдолжного» сотрудниками УН.

Также мы можем отметить рост доверия родителей к данному подходу. Есть тенденция к снижению добровольных досрочных выходов из УН. В 2017–2019 гг. суммарно динамика была от 20% семей.

Также снижается средний возраст попадания детей в УН. Когда мы начинали, он был в 18 мес., сейчас средний возраст около 13 мес. При этом растет доля детей первого полугодия жизни. Это критически важно для результатов детей и уровня комплаентности родителей.



Номинация

«Лучшая программа по поддержке микро- и малого предпринимательства в России»



Партнер номинации:

Фонд региональных социальных программ

«Наше будущее» при поддержке ПАО «СИБУР Холдинг»

Юлия Жигулина

Исполнительный директор Фонда «Наше будущее»

В этом году состоялся дебют номинации «Лучшая программа по поддержке микро- и малого предпринимательства в России», были выработаны новые стандарты оценки проектов, направленных на развитие малого бизнеса. Мы рады совместно с СИБУРом выступить партнером нового направления конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» и дать экспертную оценку действующим программам.

Малый бизнес – это основа инновационного развития страны и устойчивой экономики. Поддержка предпринимателей способствует формированию конкурентоспособной, гибкой и адаптивной рыночной среды, которая обеспечивает высокий уровень индивидуализации товаров и услуг, высокую скорость диджитализации и стабильную занятость населения, что особенно важно в небольших региональных городах.

Представители микро- и малого предпринимательства способны точно решать глобальные социальные проблемы. Любые инициативы крупных компаний, направленные на развитие этого сектора экономики, заслуживают высокой оценки и общественного признания. Особенно актуальными программы, представленные в номинации, стали в связи с потрясениями, которые пережили предприниматели из-за распространения COVID-19 и сопутствующих ограничительных мер, заставивших всех игроков рынка изменить правила игры и экстренно адаптироваться. В такой ситуации поддержка стала как никогда необходима.

В этом году участниками номинации «Лучшая программа по поддержке микро- и малого предпринимательства в России» стали 7 корпоративных программ, среди них как широкоохватные проекты с многолетним опытом, так и точечные инициативы, которые только набирают обороты в отдельных регионах или сферах деятельности. Приоритетом при рассмотрении заявок номинантов стали инициативы, решающие актуальные проблемы территорий и отдельных целевых групп через создание и поддержку устойчивых предпринимательских проектов. Фокус внимания экспертов обусловлен ролью, которую малый бизнес играет в социально-экономическом развитии своих городов и регионов.

О победителях номинации:

Проект «Инновационный бизнес-навигатор» является самой масштабной акселерационной программой, направленной на развитие малого бизнеса. Программа

получила высокую оценку за широкий территориальный охват (43 региона в 2021 г.), за рекордное количество созданных рабочих мест субъектами МСП (более 500 за время программы). Без внимания не остался отраслевой охват и отлаженное межсекторное взаимодействие: это первая в России программа КСО в формате мультиотраслевой акселерационной программы для малого и среднего бизнеса, которая объединила компании из 12 отраслей. Объемы финансирования, выданного в рамках «Инновационного бизнес-навигатора», и полученный от экспертов опыт позволяют представителям малого и среднего бизнеса в среднем в 2 раза улучшить финансовые показатели после прохождения программы.

«Агентство Городского Развития» демонстрирует эффективное межсекторное взаимодействие: на региональном и муниципальном уровне ведется системная работа с органами власти, институтами поддержки и объединениями предпринимателей. Специфической чертой заявленной программы является фактическое финансирование со стороны компании центра Мой бизнес и ЦИСС в г. Череповец. Проект ПАО «Северсталь» – это пример осознанного подхода крупного бизнеса к устойчивости субъектов МСП в моногородах. За более 20 лет активной и эффективной работы, за преданность теме, «Агентство Городского Развития» заслуживает быть в числе лидеров номинации.

Компания «Норникель» выделила на реализацию проекта крупную сумму, которая позволила в 2021 году начать реализацию 11 бизнес-проектов в различных сферах. Организованный конкурс способствует продвижению беспроцентного заемного финансирования как востребованного инструмента финансовой поддержки. Отдельно стоит отметить разнообразие инструментов поддержки МСП в рамках конкурса: все участники получили доступ к консультациям с экспертами, образовательные материалы и возможности для нетворкинга. Несмотря на то, что конкурс был объявлен для участников со всей России, реализация проектов предусматривалась исключительно в Печенгском округе Мурманской области.



1 место

Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России

Инновационный бизнес-навигатор

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2017 г. по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://business-navi.ru>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064051572127>

В 2017 г. ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» заключило соглашение с Российским союзом промышленников и предпринимателей и АНО ДО «Центр

регионального развития и бизнес технологий РСПП» о реализации масштабного социального проекта по поддержке субъектов МСП «Инновационный бизнес-навигатор».

Проект работает в формате акселерационной программы, направленной на ускоренное развитие компаний и действующих бизнес-проектов через обучение, менторство и экспертную поддержку. Компаниям, показавшим по итогам программы лучший результат развития, предоставляется грантовая поддержка.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

В 2021–2022 гг. программа действует во всех регионах России.

Динамика развития:

- 2017–2018 гг. — 5 регионов: Краснодарский край, Красноярский край, Ленинградская область, Московская область, Тульская область;
- 2018–2019 гг. — 10 регионов: Воронежская область, Иркутская область, Калужская область, Мурманская область, Нижегородская область, Новосибирская область, Ростовская область, Рязанская область, Самарская область, Свердловская область;
- 2020–2021 гг. — 15 регионов: Калужская область, Краснодарский край, Ленинградская область, г. Москва, Нижегородская область, Новгородская область, Новосибирская область, Приморский край, Ростовская область, Республика Башкортостан, Республика Татарстан, г. Санкт-Петербург, Свердловская область, Тульская область, Чувашская Республика.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Содействие в развитии малых и средних предприятий, помощь в оптимизации издержек, повышении конкурентоспособности и увеличении капитализации, стимулирование предпринимательской инициативы, ускоренного развития компаний малого и среднего бизнеса, стимулирование инициативы со стороны малого бизнеса инноваций и социальных проектов в регионах.

Задачи

Оказывать компаниям малого и среднего бизнеса содействие:

- в повышении эффективности использования имеющихся ресурсов;
- в повышении стабильности финансовых потоков;
- в увеличении количественных и качественных показателей бизнеса;
- в вовлечении сотрудников в разработку новых продуктов;
- в выходе на новые рынки;
- в улучшении имиджа предприятия малого и среднего бизнеса.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Команда Бизнес-школы РСПП; аффилированные компании ФМИ в России.

Партнеры

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) — общероссийская организация, представляющая интересы деловых кругов в России и на международном уровне. РСПП — это более ста отраслевых и региональных объединений, представляющих ключевые секторы экономики. РСПП объединяет тысячи крупнейших российских компаний — представителей промышленных, научных, финансовых и коммерческих организаций во всех регионах России.

Автономная некоммерческая организация высшего профессионального образования «Центр регионального развития и бизнес-технологий Российского союза промышленников и предпринимателей» — дочернее предприятие РСПП, основанное в 2010 году с целью содействия социально-экономическому развитию Российской Федерации, субъектов РФ, муниципальных образований путем реализации проектов в области образовательных, культурных, гражданских, правовых и иных актуальных общественных задач. Имеет опыт организации образовательных и акселерационных программ по заказу Правительства Москвы, Хабаровского края, Камчатского края, крупных компаний.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Представлены результаты для программы Инновационный бизнес-навигатор 2020-2021 гг.

Для участия в программе были поданы более 300 заявок от предпринимателей из 15 регионов Российской Федерации. Для участия в стартовом образовательном интенсиве акселерационной программы были приглашены 128 предпринимателей.

Распределение по регионам

Стартовый интенсив	ВСЕГО	В %
Калужская область	5	3,9
Краснодарский край	20	15,7
Ленинградская область	11	8,7
Москва	11	8,7
Нижегородская область	6	4,7
Новгородская область	18	14,2
Новосибирская область	8	6,3
Приморский край	5	3,9
Республика Башкортостан	9	7,1
Республика Татарстан	3	2,4
Республика Чувашия	2	1,6
Ростовская область	3	2,4
Санкт-Петербург	10	7,9
Свердловская область	9	7,1
Тульская область	8	6,3
Итого	128	100

Распределение по отраслям (стартовый интенсив)

Отрасли/сферы деятельности	ВСЕГО	В %
инновации, производство	29	22,8
инновации, онлайн-сервис	16	12,6
образование	15	11,8
социальная помощь	9	7,1
экология	8	6,3
гостеприимство и туризм	7	5,5
здравоохранение	7	5,5
консалтинг	6	4,7
торговля и интернет-торговля	4	3,1
строительство	4	3,1
физическая культура и спорт	4	3,1
косметология	3	2,4
сельское хозяйство	3	2,4
прочее	13	10,2
Итого	128	100

Участники акселерационной программы показали следующие результаты:

- 87% участников акселератора усилили бизнес-компетенции;
- 63% участников оптимизировали каналы привлечения клиентов, пересмотрели рекламную политику;
- 74% участников оптимизировали бизнес-процессы, пересмотрели издержки, цены, что позволило увеличить рентабельность.

Финалисты программы — 30 предпринимателей из 14 регионов — показали следующие финансовые результаты:

Суммарная выручка — 257 млн рублей

Суммарный прирост выручки — 29,3 млн рублей

Суммарная прибыль составила — 18 млн рублей

Суммарный прирост прибыли — 6,8 млн рублей

Рост выручки — в 2,14 раза

Рост прибыли — в 2,51 раза

Рост клиентской базы — в 2,1 раза

Социальные результаты

В совокупности по программе Инновационный бизнес-навигатор 2020–2021 предпринимателями и командами социальных проектов создано более 500 рабочих мест, из них в сфере образования — 150, в сфере социальной помощи — 100, в сфере экологии — 20 рабочих мест. Вновь созданных за время акселерационной программы (3 месяца 2021 г.) — 62 рабочих места.

За счет постоянного и устойчивого спроса на качественные социальные услуги предприниматели и команды социальных проектов за 2020–2021 годы увеличили финансовые показатели:

- в сфере образования — на 5 млн руб. в год;
- в сфере социальной помощи — на 3 млн руб. в год;
- в сфере экологии — на 1 млн. руб. в год.



II место

ПАО «Северсталь»

Проект компании «Северсталь»: «Агентство Городского Развития»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 1999 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: <https://www.agr-city.ru/>

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

Агентство Городского Развития «Северстали» является платформой как для начинающих, так и для действующих бизнесменов, где реализуются десятки направлений по улучшению инвестиционного климата и деловой среды. Опыт института развития, учрежденного «Северсталью», признан на федеральном уровне и транслируется в муниципалитетах страны, особенно в моногородах.

В результате принятых мер Череповец превратился в город многоуровневой экономики, где динамично развивается не только крупный, но и средний и малый бизнес, способный оперативно подстраиваться под изменчивую экономическую среду и под спрос населения. В Череповце — более 15 тысяч предпринимателей, которые уже создали порядка 40 тысяч рабочих мест. При этом городу удалось сохранить численность в 300 тысяч жителей. Череповцу присвоен статус территории опережающего социально-экономического развития.

Подобный статус в период действия программы также получен г. Костомукша.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Регионы присутствия ПАО «Северсталь» в частности:

- Город Череповец Вологодской области,
- Город Костомукша республики Карелия,
- Городской округ Воркута республики Коми.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Привлечение инвестиций, создание благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства в регионах присутствия ПАО «Северсталь» для формирования комфортных условий для жизни населения.

Задачи

- развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в регионах присутствия ПАО «Северсталь»;
- оказание финансовой, имущественной и информационно-консультационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в регионах присутствия ПАО «Северсталь»;
- улучшение предпринимательского климата и преодоление административных барьеров путем взаимодействия между бизнесом и властью в регионах присутствия ПАО «Северсталь»;
- развитие социального предпринимательства в регионах присутствия ПАО «Северсталь»;
- диверсификация моноструктурной экономики в регионах присутствия ПАО «Северсталь», развитие приоритетных сфер деятельности (производство, здравоохранение, машиностроение, образование, креативные и творческие индустрии и др.) с целью устранения сложившихся диспропорций;
- привлечение инвестиций для развития территорий регионов присутствия ПАО «Северсталь».

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Агентства Городского Развития, 21 человек — все компетентные специалисты, умеющие работать в полиформате.

Партнеры

На региональном и муниципальном уровнях Агентство Городского Развития взаимодействует с органами власти, институтами поддержки и объединениями предпринимателей: Правительством Вологодской области, мэрией города Череповца, общественной организацией «Опора России», региональным отделением Российского союза промышленников и предпринимателей, Общественной палатой Вологодской области, Вологодской торгово-промышленной палатой, Корпорацией развития Вологодской области, Региональным центром поддержки предпринимательства, Вологодским бизнес-инкубатором, Торгово-промышленной палатой г. Череповца, Ассоциацией развития малого и среднего предпринимательства, Клубом деловых людей города Череповца.

На федеральном — с Министерством экономического развития, Агентством стратегических инициатив, Торгово-промышленной палатой РФ и др.

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

9 ноября 1999 г. — начало реализации первой системной благотворительной программы ПАО «Северсталь»: создание АНО Агентство Городского Развития. Пилотная территория — г. Череповец Вологодской области. Миссия — содействие социально-экономическому развитию города Череповца через реализацию программ поддержки малого и среднего предпринимательства.

1999–2001 гг. — реализация федеральной программы «Самозанятость», направленной на обучение безработных граждан созданию собственного дела. Программа снимала риски социальной напряженности в период серьезных сокращений на крупных предприятиях. Далее программа преобразовалась в Школу предпринимательства, которая работает и по сей день.

2001 г. – по настоящее время — реализация программы «Бизнес-инкубатор» (проект реализован в Череповце одним из первых на территории РФ). В рамках программы оказывается всестороннее содействие предприятиям на ранней, наиболее рискованной, стадии развития. Бизнес-инкубатор обеспечивает быстрый старт начинающих компаний, снижает риски, сопровождающие первые шаги предпринимателей в бизнесе, создавая комфортные условия для их развития.

2002 г. – по настоящее время — реализация проекта «Центр бизнес-консалтинга» на площадке АНО Агентство Городского Развития. Цель — обеспечение финансовой стабильности и расширение спектра услуг для предпринимателей, где оказывается профессиональное юридическое, бухгалтерское, маркетинговое сопровождение субъектов малого и среднего предпринимательства. Ежегодно более 6 тысяч консультаций оказывают бизнес-консультанты АГР.

2009–2013 гг. — реализация федеральной программы, направленной на снижение напряженности на рынке труда. АГР является платформой по массовому обучению безработных и находящихся под риском увольнения созданию своего дела. На 1 января 2010 года на учете в государственном учреждении Вологодской области «Центр занятости населения города Череповца» (далее – ЦЗН) состояло 8354 чел., ищущих работу, что в 2 раза больше, чем на 1 января 2009 года (3885 чел.). Пиковый уровень безработицы — 5,2% (8715 чел.) — пришелся на середину июля 2009 года, поскольку к этому времени предприятия и организации города завершили массовые высвобождения персонала. Большая часть высвободившихся кадров была переориентирована на создание своего дела или трудоустройство в малом бизнесе.

Объем финансирования программы составил 84,9 млн рублей, которые город получил на развитие сектора малого и среднего предпринимательства с 2010 по 2013 гг. Эти средства позволили оказать финансовую поддержку 745 субъектам малого и среднего предпринимательства. В итоге в Череповце было создано 915 новых рабочих мест и 1935 сохранено. В целом команда АГР за два года обучила более 2,5 тыс. граждан. Сумма налоговых отчислений от созданных субъектов МСП составила 943 млн рублей.

2009 г. – по настоящее время — реализация региональной программы финансовой поддержки для субъектов малого и среднего предпринимательства «Гарантийный фонд». В рамках реализации региональной программы для обеспечения малого бизнеса поручительствами по взятым в банках кредитам из областного и федерального бюджетов получено более 300 млн рублей субсидий. Благодаря этой программе за 10 лет бизнес Вологодской области смог привлечь 3 295 004⁹29 руб. банковских кредитов. Общая сумма выданных поручительств — 1 478 792³27 руб.

По данным участников программы, им удалось сохранить более 7000 рабочих мест и создать более 1300 новых.

2010 г. – по настоящее время — реализация проекта, направленного на комплексное развитие территории. Более 13 млрд руб. — объем привлеченных инвестиций за период 2014 – первое полугодие 2020 года. Реализуются крупные проекты с участием федерального финансирования: «Индустриальный парк «Череповец», Туристско-рекреационный кластер «Центральная городская набережная».

2012 г. – по настоящее время — реализация проекта «Электронная бизнес-кооперация», имеющего федеральное значение и с 2019 года являющегося частью национального проекта «Международная кооперация и экспорт». Цель — включение субъектов малого и среднего предпринимательства в производственную цепочку промышленных холдингов (вертикальная кооперация), выстраивание горизонтальной кооперации. Данный проект появился в 2012 году при поддержке компании «Северсталь», которая проявила интерес к выстраиванию долгосрочных отношений с местными предприятиями. В 2014 г. проект масштабировался до регионального уровня и стал частью программы «Синергия роста», объединивший разные модели содействия кооперационным процессам.

Благодаря интеграции закупочной платформы ПАО «Северсталь» и платформы регионального проекта по развитию взаимодействия между крупным, средним и малым бизнесом «Электронная бизнес-кооперация», субъектам МСП ежедневно доступна информация об актуальных заказах всех дивизионов холдинга (Дивизион «Северсталь Российская сталь», «Карельский окатыш», Оленегорский ГОК, Воркутауголь, Ижорский трубный завод, Яковлевский ГОК, «Нордголд»). С момента интеграции систем на платформе «Электронная бизнес-кооперация» размещено более 12 000 заказов холдинга, ежедневно размещается около 100 новых заказов.

Реализация проекта «Надежный подрядчик», направленного на формирование пула надежных подрядных организаций для реализации заказов ПАО «Северсталь» (ремонт). Проект предполагал квалифицированный аудит подрядных организаций ресурсами ПАО «Северсталь», который позволял выявить «слабые» стороны подрядчиков; рейтингование подрядных организаций, а также рассмотрение различных предпочтений для подрядчиков, получивших статус «надежных».

На данный момент происходит рестарт проекта: сейчас он имеет название «Базовый подрядчик» и предполагает работу с подрядчиками по реализации инвестиционных проектов ПАО «Северсталь». На базе дирекции по инвестициям создан единый центр — окно по работе с подрядчиками. Прорабатываются варианты преференций для подрядчиков — лидеров «рейтинга», проводятся аудиты подрядных организаций, ведется работа по совершенствованию работы подрядчиков.

На регулярной основе ведется сбор предложений от компаний региона по сотрудничеству с «Северсталью», ежемесячно данные предложения обсуждаются онлайн с представителями предприятия. С июня 2020 г. проведено четыре встречи, участие в которых приняли 38 предприятий Череповца и Вологды.

На постоянной основе проводятся бесплатные обучающие вебинары для действующих и потенциальных подрядных организаций и поставщиков по вопросам работы на ЭТП ПАО «Северсталь», культуры безопасности на производстве, ценообразования, подготовки исполнительной документации, другим важным аспектам взаимодействия подрядчиков и ПАО «Северсталь». За 2020 г. проведено шесть образовательных мероприятий, в каждом из которых приняло участие в среднем около 70 предприятий МСП.

Благодаря созданию и работе краудсорсинговой платформы ПАО «Северсталь» Open Innovation осуществляется информирование инновационных предприятий региона о потребностях компании по различным направлениям, а также привлечение местных компаний к решению инновационных задач металлургического холдинга. Для информирования о возможностях инновационного сотрудничества с ПАО «Северсталь» проводятся вебинары с участием дирекции по развитию «Бизнес-системы Северсталь» и привлечением экспертов фонда «Сколково». Проведено два вебинара, в которых приняли участие более 50 предприятий региона.

2014–2018 гг. — работа Центра инноваций социальной сферы. По инициативе АГР, администрации города Череповца, компании «Северсталь» и Департамента экономического развития при поддержке Министерства экономического развития РФ в 2014 году создан региональный Центр инноваций социальной сферы. Центр оказывает комплексное сопровождение социальных предпринимателей, реализует образовательные программы, помогает выбрать перспективную для развития нишу. В Вологодской области, по данным единого реестра субъектов МСП на 01.08.2019, действует уже 1473 компании и индивидуальных предпринимателей, что в семь раз больше, чем в 2014 году. Регион находится в тройке лидеров регионов Северо-Западного федерального округа, уступая Ленинградской и Калининградской областям. С момента начала работы Центра инноваций социальной сферы оказано более 3 тыс. консультаций субъектам социального предпринимательства и физическим лицам, заинтересованным в осуществлении деятельности в области социального предпринимательства. Консультационной поддержкой воспользовались более 250 социальных предпринимателей.

Агентство Городского Развития продолжает системную работу по развитию социального предпринимательства, сопровождая социальные проекты. Оказывает содействие в получении субсидии на возмещение затрат для социальных предпринимателей с 2017 года. Благодаря деятельности Агентства 133 социальных предпринимателя Череповца получили поддержку, суммарный объем которой составил 115,1 млн рублей. В результате создано и сохранено в сфере социального предпринимательства 250 рабочих мест.

Также АГР является организатором регионального конкурса среди социальных предпринимателей «Время добрых дел». За шесть лет его проведения были отмечены более 120 социальных проектов, из которых 10 получили федеральное признание.

2015 г. – по настоящее время — реализация проекта «Международный промышленный форум». Проект является площадкой для обсуждения технологических инициатив и вопросов социально-экономической трансформации промышленных территорий.

2016 г. – по настоящее время — реализация проекта «Ресурсно-методический центр развития деловой среды и улучшения инвестиционного климата». Для обмена опытом и масштабирования методик по стране на базе АГР создан ресурсно-методический центр. Ежегодно Череповец принимает десятки делегаций из регионов, желающих реализовать уже апробированные практики развития малого и среднего предпринимательства на местах. В числе участников проекта г. Костомукша. Так, по итогам трехлетнего периода на территории Костомукшского городского округа наметилась положительная динамика в части сокращения количества безработных граждан. На 15 декабря 2020 г. в ГКУ РК «ЦЗН г. Костомукша» коэффициент безработицы составляет 0,95%, тогда как в 2016 году равнялся 1,4%. При этом занятость населения обеспечивается путем создания и развития малых и средних компаний. По данным единого реестра субъектов МСП, на 01 декабря 2020 г. в Костомукшском городском округе зарегистрирован 1391 субъект МСП. В разрезе на 10 000 человек количество предпринимателей — рекордное среди моногородов и составляет более 500 единиц. В результате Костомукшский городской округ в 2020 году вошел в ТОП-10 моногородов России. Рейтинг был составлен Фондом развития моногородов, количество ранжируемых российских городов — 321 претендент. Каждый моногород оценивался по 17 показателем, среди которых были качество и доступность инфраструктуры, оценка взаимодействия с институтами развития, оценка экономической ситуации. Также территория в 2019 году получила статус ТОСЭР и имеет налоговые льготы и преференции для бизнеса.

В 2018 г. к проекту присоединился г. Воркута. Положительным результатом работы является рост количества субъектов МСП. Количество зарегистрированных МСП на территории МО ГО «Воркута» в период 2018, 2019, 2020 гг. представлено в таблице 1.

Таблица 1

Период	1 июня 2017 по 31 мая 2018	1 июня 2018 по 31 мая 2019	1 октября 2019 по 30 сентября 2020
Количество зарегистрированных субъектов МСП	220	355	332

Несмотря на вызовы, связанные с угрозой распространения коронавирусной инфекции, наблюдается положительная динамика создания новых бизнесов на территории МО ГО «Воркута». Малый и средний бизнес как наиболее мобильный и гибкий сектор экономики способствует формированию сбалансированной рыночной конкурентной среды, налогооблагаемой базы для бюджетов всех уровней, снижает уровень безработицы, увеличивает занятость населения, насыщает рынок разнообразными товарами и услугами.

Также участниками проекта стали Норильск, Комсомольск-на-Амуре, Нижний Новгород и др. города РФ.

2017 г. – по настоящее время — реализация проекта «Центр международного сотрудничества». Проект содействует выходу местных экспортно-ориентированных компаний на внешние рынки и локализации проектов иностранных инвесторов на территории Череповца. Уже установлены деловые контакты между местным бизнесом и деловыми кругами Китая, Финляндии Чехии, Германии, Великобритании, Германии. Проект является частью национального проекта «Международная кооперация и экспорт».

2020 г. – по настоящее время — Ситуационный центр в сфере МСП. В инфраструктуре поддержки бизнеса концентрируется и анализируется информация, поступающая от предпринимателей, испытывающих проблемы из-за ограничений, связанных с проведением мероприятий, направленных на предотвращение распространения коронавирусной инфекции.

В рамках ситуационного центра работает шесть направлений: телефон горячей линии для МСП, телефон горячей линии для МСП по вопросам банковского сектора, оперативный штаб лидеров бизнес-сообществ под руководством мэра города, рабочие группы по отраслям экономики МСП, работа в режиме «одного окна» online: рубрика «вопрос-ответ» на сайте Агентства Городского Развития, мониторинг социально-экономической сферы МСП города на ежедневной основе.

Главная цель центра — стабилизация и формирование векторов развития сферы МСП города во время действия карантинных мероприятий, направленных на предотвращение распространения эпидемии новой коронавирусной инфекции COVID-2019.

На 15 декабря 2020 г. по результатам работы центра сотрудниками Агентства Городского Развития оказано около 7000 консультаций предпринимателям из разных сфер экономической деятельности. Ключевые вопросы: меры поддержки

МСП, разъяснения рекомендаций Роспотребнадзора по осуществлению деятельности, организация передвижения между регионами и др.

На бизнес-портале Череповца www.agr-city.ru сформирована спецколонка «Стопкоронавирус», где представлены ответы на актуальные вопросы. Разработано более 50 мер по поддержке бизнеса федерального, регионального, муниципального уровней. Также регулярно проходят совещания под руководством мэра с представителями бизнес-сообщества. Сформирован Совет предпринимателей города Череповца под руководством мэра. Действует на постоянной основе.

Таким образом, благодаря деятельности АГР в период с 1999 по 2020 гг. в Череповце появилось более 2 500 новых субъектов бизнеса, создано более 10 300 новых рабочих мест, сохранено 11 017 рабочих мест, проведено более 10 000 мероприятий для бизнеса, проведено 97 000 консультаций.



III место

ПАО «ГМК «Норильский никель»

Конкурс беспроцентных займов на развитие бизнеса в Печенгском округе Мурманской области

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: С 3 июня по 15 ноября 2020 года — конкурсные процедуры. Конкурс завершен, в настоящее время идет реализация бизнес-проектов — победителей конкурса.

САЙТ ПРОЕКТА: www.nnstartup.ru

<https://www.nnstartup.ru/konkurs-besprocentnyh-zajmov>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ:

Facebook: <https://www.facebook.com/the2school2/>

Instagram: https://instagram.com/the2school?utm_medium=copy_link

ВКонтакте: <https://vk.com/the2school>

Осенью 2019 г. ПАО «ГМК «Норильский никель» объявило о планируемом закрытии технологически устаревшего производства — плавильного цеха в поселке Никель Мурманской области. Помимо масштабной программы по поддержке высвобождаемых сотрудников предприятия, возникла потребность в альтернативных путях развития самого поселка Никель. Совместно с представителями органов региональной и муниципальной власти и местного сообщества была разработана Концепция социально-экономического развития п.г.т. Никель и Печенгского района для решения социальных вопросов, возникающих в связи с закрытием плавильного цеха в п.г.т. Никель.

3 июня 2020 г. ПАО «ГМК «Норильский никель» объявило Конкурс беспроцентных займов до 30 млн руб. для реализации бизнес-проектов на территории Печенгского района Мурманской области и привлечения в регион инвесторов, который стал одним из ключевых мероприятий концепции. Оператором конкурса выступил АНО «Центр социальных проектов Печенгского района «Вторая школа».

На конкурс поступило 200 заявок. Победителями признаны 11 бизнес-проектов. Сумма поддержки ПАО «ГМК «Норильский никель» в форме беспроцентных займов составила 212,2 млн. руб.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Конкурс беспроцентных займов был объявлен для широкого круга участников: коммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в РФ, и физических лиц, являющихся гражданами РФ, а реализация проектов — исключительно в Печенгском округе Мурманской области.

Целью конкурса является отбор бизнес-проектов для последующего финансирования, а также оказания консалтинговой и информационной поддержки предпринимателям в период реализации проектов.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

- представители ПАО «ГМК «Норильский никель»;
- сотрудники АНО «Центр социальных проектов «Вторая школа».

Партнеры

- Правительство и Министерство экономического развития Мурманской области;
- Администрация Печенгского округа;
- Корпорации развития Мурманской области;
- ТОР «Столица Арктики»;
- АНО «Центр управления проектами».

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

На конкурс поступило 200 заявок. В финал прошли авторы 24 проектов, победителями по итогам публичной презентации признаны 11 бизнес-проектов.

Сумма беспроцентных займов составила 212,2 млн руб.

Начиная с 2021 года реализуются следующие проекты:

Производство и современные виды торговли:

- завод по производству абразивных материалов «Мурманский абразивный завод»;
- форелевое хозяйство, расположенное в акватории оз. Алла-Аккаярви,
- молочно-товарная ферма «Казачи на Севере» в Печенгском районе,

- многофункциональный сервисный комплекс «Petsamo»,
- кафе на колесах в Никеле, Заполярном и Печенге,
- пекарня-кондитерская «BROD»,
- кафе на колесах на территории военных городков.

Восстановление экологической ситуации:

- эковод по переработке вторичных пластиковых материалов (франшиза «УМНАЯ SREDA»)

Туризм и гостиничный бизнес:

- гостиничный комплекс «Vianickel»,
- гостиничный комплекс «Полярия»,
- экотурбаза в Печенгском районе.

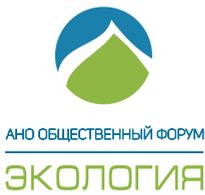
Социальные результаты

Конкурс беспроцентных займов и реализация проектов победителей позволили сформировать новый жизненный сценарий для жителей Печенгского района: открытие новых бизнесов способствует развитию инвестиционной и туристической привлекательности региона, решает проблему трудоустройства жителей.

Пандемия не стала препятствием, а наоборот, у предпринимателей есть время на строительство и ремонт помещений, развитие и продвижение бизнеса, и как только границы будут открыты, бизнесмены Печенгского района будут готовы принять не только российских, но и иностранных туристов.

Для Печенгского округа реализация данного проекта — это:

- новые рабочие места для жителей;
- более широкий ассортимент и более высокое качество оказываемых услуг;
- новые возможности и форматы проведения досуга;
- ценность проживания в городе;
- диверсификация экономической активности;
- повышение инвестиционной и туристической привлекательности района.



Номинация

«Лучшая программа (проект) в сфере экопросвещения»

Партнер номинации:

Общественный форум «Экология»

Ольга Ульянова

директор АНО «Общественный форум «Экология»

АНО «Общественный форум «Экология» с удовольствием приняла приглашение Форума Доноров стать партнером номинации «Лучшая программа (проект) в сфере экопросвещения» конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности».

Воспитание экологической культуры у населения — это та база, без которой не могут реализовываться реформы в природоохранной сфере. Пока для каждого человека в России не станет немислимо и неприемлемо мусорить в лесах и на берегах водоемов, бросать пластик и бумагу в общий бак отходов, незаконно вырубать деревья, жестоко обращаться с животными, мы не сможем построить гуманное общество, которое бережет природу. Но можно пойти и дальше. Если прививать любовь к окружающей среде с самого раннего возраста, то выросшие дети, которым предстоит принимать решения в органах власти и на предприятиях, будут прежде всего руководствоваться принципом «не навреди природе» в своей работе.

В 2021 г. участниками номинации стали 20 программ компаний, многие из которых заслуживают признания. Выбор был очень сложным. Наибольшую поддержку получил проект РУСАЛа за комплексный подход к экологическому просвещению, включающий и грантовую поддержку экологических инициатив жителей регионов присутствия: и сбор мусора по берегам рек, и озеленение городских территорий, и образовательные программы по экологическому образу жизни, которые находятся в общем доступе.

Сейчас наиболее важной экологической проблемой для российского общества, которую не решить без участия населения, является мусорный кризис. Чтобы его преодолеть, необходимо как можно больше вовлекать население в раздельный сбор. На этом сконцентрировались сразу несколько крупных компаний. Самыми эффективными и масштабируемыми программами стали проекты «Макдональдс», СИБУРа и Coca Cola.

Бережное отношение к животным и воспитание осознанного отношения к ресурсам леса у молодого поколения — эти проекты НЕСТЛЕ и ЛЕРУА МЕРЛЕН разделили третье место. Компании сосредоточились на решение конкретных задач,

и, судя по результатам и количеству вовлеченных людей, у них это неплохо получилось.

Отрадно, что все эти проекты получили широкое освещение в СМИ.

Очень хочется верить, что все заявленные компании продолжат свою просветительскую деятельность, потому что именно бизнес обладает уникальными возможностями по работе с населением по самым разным вопросам.

НОМИНАНТЫ

РУСАЛ

Компания показала системный подход не только в регулярности, но и в комплексности: проекты охватывают разные аспекты экологического просвещения. Скрупулезно подсчитаны результаты. Проведена оценка не только количественных результатов, но и качественных. Разработанные в рамках программы «Зеленая волна» видеоматериалы с рекомендациями и методиками для экоактивистов, желающих озеленять и делать лучше свои города, открыты для всех пользователей и находятся в открытом доступе. Плюсом явилось также большое количество и разнообразие партнеров, долговременность проектов. Заявка отлично заполнена.

СИБУР

Важным в проекте является комплексное информирование о раздельном сборе мусора и переработке пластика разных целевых групп с помощью наиболее подходящих для этих целей инструментов: от традиционных уроков до спортивных активностей, от запуска видеоролика с участием знаменитостей до выпуска современного мобильного приложения и специального мультфильма в рамках популярного мультсериала. В части пропаганды раздельного сбора и переработки пластика проекты компании очень интересны и эффективны. Особенно ценно вовлечение спортивной аудитории в эту проблематику, потому что больше никто этим не занимается. Однако есть ощущение, что программа преследует также цель не допустить снижения пользования пластиком, поскольку занимается его производством, хотя именно это является основой осознанного потребления.

МАКДОНАЛЬДС

«Макдональдсу» удалось реализовать одну из самых масштабных волонтерских кампаний в России, направленных на популяризацию заботы об окружающей среде и раздельного сбора мусора. Они в числе первых в индустрии общественного питания организовали РСО. Интересно, что «Макдональдс» основной движущей силой коммуникационной кампании сделала сотрудников-волонтеров, и это имело хороший эффект. Поскольку компания присутствует в большом количестве городов России, то и охват получился значительный (более 90 городов). При этом для проведения акции не понадобились большие денежные средства, а значит, масштабировать ее будет проще. Программу планируется проводить ежегодно во всех регионах присутствия «Макдоналдс».

Coca Cola начала реализовывать амбициозный проект, который, надеемся, компания распространит на всю Россию, поскольку это поможет решить одну из самых

насущенных экологических проблем российского общества. Компании следует более тщательно фиксировать и анализировать результаты своих программ, чтобы от города к городу эффект увеличивался. Также хочется порекомендовать активнее привлекать признанных экспертов и местные сообщества, которые специализируются на раздельном сборе мусора.

НЕСТЛЕ

В России, к сожалению, на государственном уровне нет системного подхода к продвижению идеи гуманного и бережного отношения к домашним животным. Эта тема не столь популярна, как озеленение или раздельный сбор, однако от этого не менее важна. Компании Nestle удалось вовлечь в эту проблематику колоссальное количество людей. Ценно, что в основном это подрастающее поколение и их семьи. Проект был хорошо освещен в СМИ. Были привлечены авторитетные эксперты, проанализированы результаты. Компания планирует и дальше реализовывать свой проект, вовлекая новые регионы.

ЛЕРУА МЕРЛЕН

Особенность проекта заключается в его широкой доступности, автономности и простоте проведения (например, урок может быть проведен не только учителем, но и любым волонтером, т.к. есть необходимые методические указания). В проекте был воплощен комплексный подход к проблеме ответственного отношения к лесу. Используются очень разнообразные форматы, которые хорошо воспринимаются молодыми поколениями: это и уроки, и квесты, и экомарафон, и полевые выезды, и мастер-классы и многое другое. Видна качественная работа с партнерами и экспертами. Очень подробно в заявке описана механика реализации программы. Здорово, что проект реализовывался не только на русском языке, но и на английском, белорусском и казахском.



ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: мероприятия программы проводятся с 2017 года по н.в.

САЙТ ПРОЕКТА: <https://rusal.ru/sustainability/environmental-protection/zelenaya-volna/>

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: <https://vk.com/csprusal>

Программа «Зеленая волна» реализуется Центром социальных программ РУСАЛа в составе масштабной программы развития волонтерства «Помогать Просто». Все компоненты программы стремятся к достижению единой цели — вовлечение сотрудников Компании РУСАЛ и жителей городов присутствия компании в деятельность по защите окружающей среды, повышение уровня экологической культуры населения территорий.

РУСАЛ уделяет особое внимание вопросам экологии, поэтому в своей деятельности стремится минимизировать воздействие на окружающую среду. В 2011 году в РУСАЛе была принята корпоративная Политика в области экологии, которая определяет основные принципы работы и главные направления развития системы экологического менеджмента. Все компоненты программы «Зеленая волна» соответствуют принятым принципам экологической деятельности.

Ключевые мероприятия программы:

1. Конкурс экологических инициатив «Зеленая волна» проводится с 2016 года. Конкурс направлен на благоустройство, озеленение территорий, развитие идей добровольчества, формирование активных сообществ горожан, внедрение новых технологий экпросвещения и экопотребления в разные сферы жизнедеятельности людей в регионах присутствия Компании РУСАЛ.

2. Экологическая сетевая акция «Зеленая волна», в рамках которой проводится озеленение открытых общественных пространств территорий присутствия волонтерами РУСАЛа. Реализуется ежегодно и одновременно в девяти городах присутствия РУСАЛа с 2018 года.

3. Экологический марафон «День реки» — это серия экологических квестов для волонтеров на прибрежных территориях в регионах присутствия РУСАЛа. В 2011 году проект был инициирован как разовая акция в г. Красноярске с целью привлечь внимание общественности к проблемам главной реки Сибири. Проект активно масштабируется и, помимо «Дня Енисея» в Красноярском крае и республике Хакасия, проводится в пяти регионах России (в восьми городах присутствия РУСАЛа) с 2019 года как экологический праздник «День рек», призванный улучшать состояние прибрежных территорий и прививать местным жителям бережное отношение к окружающей среде.

4. Образовательный курс «Время экодействий» разработан Центром социальных программ РУСАЛа в 2020 году в партнерстве с компанией En+ Group, Фондом Президентских грантов. Программа курса включает четыре обучающих модуля и открыта для всех желающих на образовательной платформе фонда РУСАЛа. В ходе обучения можно узнать о простых и доступных экотехнологиях и составить пошаговый план их внедрения в свою жизнь.

Ежегодно бюджет на реализацию программы входит в план финансирования социальных инвестиций РУСАЛа. На реализацию программы привлекаются средства партнеров — компании En+ Group, Фонда Президентских грантов, компаний и организаций — участников городских событий, средства грантополучателей, направляемые на софинансирование проектов — победителей грантового конкурса. Администрации и местные сообщества включаются в распространение информации о реализации компонентов программы, принимают участие в событиях, например, в экологической акции «День Реки» и грантовом конкурсе экологических инициатив «Зеленая волна».

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Регионы присутствия Компании РУСАЛ: Красноярский край, Республика Хакасия, Волгоградская, Иркутская, Кемеровская, Мурманская, Свердловская области.

Компоненты программы представлены частично либо во всех перечисленных регионах.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Главная цель программы «Зеленая волна» — вовлечение сотрудников Компании РУСАЛ и жителей городов присутствия Компании в деятельность по защите окружающей среды, повышение уровня экологической культуры населения территорий. Программа ориентирована на достижение Цели устойчивого развития № 6 «Обеспечение наличия и рациональное использование водных ресурсов и санитарии для всех» и № 12 «Содействие построению миролюбивых и открытых обществ в интересах устойчивого развития».

«Ведение успешного бизнеса в современном мире невозможно без тесного взаимодействия и сотрудничества с обществом. РУСАЛ осознает влияние производства на окружающую среду, учитывает потребности и ожидания местных жителей, поддерживает все права и свободы человека, гарантированные международным и российским законодательством. Эти подходы легли в основу стратегии устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности (КСО) РУСАЛа. Соответствие им является для Компании не только вопросом международного имиджа, но и конкурентным преимуществом, так как РУСАЛ одним из первых в России сделал принципы КСО основой своей стратегии и всех реализуемых проектов.

РУСАЛ системно реализует проекты по защите экологии и сокращению выбросов парниковых газов, поддерживает развитие городов присутствия, способствует повышению качества жизни населения регионов». (*Описание подходов к работе в рамках Устойчивого развития, информация с официального сайта компании Устойчивое развитие (rusal.ru).*)

Задачи

- привлечение общественного внимания сотрудников Компании и жителей городов к вопросам экологии, формирование бережного отношения к окружающей среде, водным ресурсам;
- формирование культуры благотворительности, продвижение добровольчества в местном сообществе и развитие корпоративного волонтерства в городах присутствия;
- формирование культуры экологически ответственного поведения жителей;
- поддержка инновационных решений в области благотворительности и добровольчества, экологических инициатив, продвижение успешных практик;
- внедрение комплекса социальных технологий и методик по вовлечению волонтеров в совместную деятельность, направленную на достижение Целей устойчивого развития Глобального договора ООН;
- создание позитивного имиджа добровольца у жителей городов присутствия Компании.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Оператором в реализации всех компонентов программы «Зеленая волна» является Центр социальных программ РУСАЛа. Сотрудники подразделений Центра в городах присутствия отвечают за качественное исполнение поставленных задач.

Партнеры

Проект является открытым и доступным к партнерству. В рамках реализации программы Экологического марафона «Зеленая волна» поддерживается постоянное сотрудничество с органами власти, НКО и бизнес-партнерами. Большое количество заинтересованных среди данных структур говорит об актуальности проблем, решаемых проектом.

Партнерами в разработке курса «Время экодействий» стали:

- Компания En+ Group (софинансирование и информационное сопровождение курса),
- Фонд Президентских грантов (софинансирование разработки курса за счет средств гранта на реализацию проекта «Школа городских изменений: Иркутская область», предоставленного АНО «ЦИСС», учрежденной БО Фонд «Центр социальных программ» РУСАЛа).

Ключевые партнеры в рамках реализации экологических акций «Зеленая волна» и «Дни реки»:

1. Всероссийская общественная организация «Русское географическое общество»
2. Красноярская рециклинговая компания
3. Администрация советского района г. Красноярск
4. МП «Управление зеленого строительства»
5. Бизнес-партнеры в рамках деятельности НСКВ в г. Красноярске: компании «Леруа Мерлен», МТС, KFC, Филип Моррис Интернэшнл
6. Комитет охраны окружающей среды и природных ресурсов администрации города Новокузнецка
7. Администрации районов г. Новокузнецка
8. Региональный оператор «ЭкоТек» (ООО «Экологические технологии»)
9. Управление городского хозяйства Каменск-Уральского городского округа
10. Администрация Каменск-Уральского городского округа
11. ИП Мальцева, ИП Смородкин, ИП Липаткина
12. АО «Красногорское»
13. Кондитерский дом г. Ачинск «Стефанишен»
14. Администрация г. Ачинска
15. Администрация г. Волгограда
16. Администрация г. Саяногорска
17. Администрация г. Краснотурынска
18. Краснотурынский политехникум
19. Станция юных натуралистов г. Краснотурынска
20. Детский сад № 21 г. Краснотурынска
21. Школа №№ 9, 17, 18, 28, 32 г. Краснотурынска
22. МУП «Управление коммунальным комплексом» г. Краснотурынска
23. ОМПК г. Североуральска
24. СПС «Доверие» г. Североуральска
25. Североуральский политехникум
26. Социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних г. Североуральска
27. Школа №№ 2, 11, 14, 15 г. Североуральска
28. МЧС России по Североуральскому городскому округу
29. АНО «Логос» (Зеленый дозор),
30. Администрация Североуральского городского округа
31. ООО «Рифей» (вывоз мусор) в г. Североуральске

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Количественные результаты:

- 2500 саженцев деревьев и кустарников высажено в рамках грантового конкурса «Зеленая волна» в девяти регионах России;

- 800 саженцев деревьев и кустарников высажено в рамках акции по озеленению в девяти городах России;
- 195 волонтеров привлечено в рамках грантового конкурса;
- 932 корпоративных волонтеров привлечено к реализации экологической акции «Зеленая волна»;
- 11 тонн отходов убрано и рассортировано в рамках акции «День реки» в девяти городах России;
- 600 корпоративных волонтеров привлечено к реализации акции «День реки»;
- 159 слушателей курса «Время экодействий» (данные за первое полугодие 2021 года).

Качественные результаты:

- привлечено внимание сотрудников Компании и жителей городов к вопросам экологии, формированию бережного отношения к окружающей среде, водным ресурсам;
- обеспечена возможность для включенности в готовые экологические инициативы корпоративных волонтеров Компании и местного сообщества;
- продолжается формирование культуры благотворительности, продвижение добровольчества в местном сообществе и развитие корпоративного волонтерства в городах присутствия, поддержка существующих экологических инициатив;
- продолжена работа в направлении формирования экологической грамотности сотрудников Компании и жителей регионов присутствия в 2020 году, в том числе в рамках курса «Время экодействий», образовательных вебинаров в рамках запуска грантового конкурса «Зеленая волна»;
- запущена работа по знакомству жителей малых городов с современными технологиями переработки и обращения с твердыми бытовыми отходами, в том числе с апсайклингом, ресайклингом, фрисайклингом. Создан методический ресурс в виде дистанционного курса «Время экодействий» для инициативных жителей и проектных команд, разрабатывающих и реализующих проекты, направленные на решение экологических проблем;
- продолжена работа в направлении повышения проектной грамотности населения (грантозаявителей) в рамках реализации грантового конкурса «Зеленая волна»;
- поддержка в рамках грантового конкурса «Зеленая волна» инновационных решений в области благотворительности и добровольчества, экологических инициатив, продвижение успешных практик;
- внедрение комплекса новых социальных технологий и методик по вовлечению волонтеров с учетом ограничений по пандемии в рамках экологических акций по озеленению и уборке берегов рек;
- увеличение количества корпоративных волонтеров и рост их заинтересованности в проектах Компании.

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с августа 2019 года по настоящее время

«Территории без отходов» — проект, который реализуется в рамках глобальной стратегии системы Coca-Cola «Мир без отходов». В рамках стратегии «Мир без отходов» в компании на глобальном уровне поставлены три задачи: к 2025 году перейти на полностью перерабатываемую упаковку, к 2030 году собирать и отправлять на переработку эквивалент 100% выпускаемой нами упаковки и довести содержание переработанного сырья в упаковке до 50%.

Проект «Территории без отходов» стал логичным продолжением долгосрочной работы Coca-Cola в России в сфере устойчивого развития и реализуется в двух городах — Казани и Новороссийске. Проект предполагает оснащение необходимой инфраструктурой для раздельного сбора отходов, проведение образовательных и культурных мероприятий для привлечения внимания широкой аудитории к проблеме сбора и переработки отходов.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Города Казань и Новороссийск

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель проекта — создать условия для трансформации городов Казань и Новороссийск в безотходные территории, а также привлечь внимание широкой аудитории к возможностям циклической экономики. Достижение цели обеспечивается благодаря комплексному подходу к созданию инфраструктуры для сбора и переработки отходов в городе, а также популяризации экологичного образа жизни в одном из крупнейших городов России с помощью образовательных проектов.

Задачи

Проект включает две составляющие — инфраструктурную и просветительскую. В рамках этих направлений в Казани и Новороссийске были поставлены следующие задачи:

- установить в городах необходимую инфраструктуру (контейнеры для раздельного сбора отходов и мебель из переработанного пластика);
- организовать просветительские мероприятия для местного населения о важности раздельного сбора отходов;
- запустить интерактивные экспозиции, посвященные бережному отношению к природным ресурсам.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Coca-Cola в России

Партнеры

ГК Экотехнологии, Фонд ЭРА, МБУ «Дирекция парков и скверов г. Казани», Администрация г. Новороссийска

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

В ходе реализации проекта в Казани удалось собрать и переработать более 360 тонн пластиковых отходов. При этом в парках собрали суммарно более 8 тонн отходов, из которых на переработку отправили более 4 тонн отходов.

Помимо этого, в 2020 г. в Казани нам удалось достичь следующих результатов:

- установили 11 информационных стендов, 769 контейнеров для раздельного сбора отходов, в том числе оборудовали двухсекционными контейнерами два парка: Горкинско-Ометьевский лес и парк имени Урицкого;

- проводили различные эко-мероприятия для жителей города: экологические фестивали «Экодвор», экологические уроки, образовательные мастер-классы, а в августе 2020 г. открыли интерактивную выставку «Казань — город без отходов», которую посетили более семи тысяч человек. В целом нам удалось провести более 30 просветительских мероприятий;

- установили в двух парках Казани шезлонги, качели и беседки, которые на 98% состоят из переработанного пластика;

- провели конкурс «Сдай пластиковые крышки — получи скейтборды». В конкурсе участвовали 142 человека, а победители получили скейтборды, сделанные из переработанного пластика;

- был проведен творческий конкурс по созданию арт-объекта из переработанных отходов, выполненного на 90% из вторсырья. В апреле 2021 г. жюри выбрало лучший проект, автор которого получил 500 тыс. рублей на его реализацию. Объект был установлен в Горкинско-Ометьевском лесу — одном из крупнейших парков Казани.

В рамках реализации проекта в Новороссийске была установлена инфраструктура на четырех пляжах: Центральный городской пляж, Нептун, Кристалл и Мысхако. На них было установлено 70 контейнеров для раздельного сбора отходов, 16 информационных стендов, мебель из переработанного пластика (скамейки, шезлонги и качели). За первый месяц проекта было собрано более 4 тонн отходов, половина из которых отправилась на переработку. На пляжах на регулярной основе проводится просветительская работа с местным населением, уже было организовано более 20 просветительских мероприятий, в конце августа 2021 года открыта просветительская интерактивная экспозиция «Пляж без отходов».

Социальные результаты

В Казани по итогам опроса посетителей экспозиции после посещения 79% склонялись к тому, чтобы начать сортировать мусор дома, причем 30% были однозначно готовы это сделать, а еще 6% — начать немедленно. Таким образом, мы показали, что процесс сбора, сортировки и переработки отходов может быть простым и понятным для каждого из нас.

Кроме того, по данным мэрии в Казани, в 2020 году доля извлекаемого вторсырья выросла с 8 до 15% по сравнению с 2018 годом.



II место

Макдоналдс

Мой ЭкоДень — каждый день

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: июль – октябрь 2020; апрель – октябрь 2021

САЙТ ПРОЕКТА: Мероприятия анонсируются на mcdonalds.ru и в приложении Макдоналдс, а также на платформе +1Город

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: официальные сообщества Макдоналдс и +1Город

Макдоналдс в России и во всем мире ставит перед собой амбициозные цели по устойчивому развитию бизнеса с заботой о людях и окружающей среде. Поддерживая реализацию национального проекта «Экология», мы поставили перед собой задачу внедрить элементы цикличной экономики в индустрию общественного питания и сделать их неотъемлемой частью жизни посетителей Макдоналдс в России.

Чтобы привлечь внимание общественности к проблеме загрязнения окружающей среды, мы запустили всероссийскую экологическую акцию #МойЭкоДень — масштабную волонтерскую кампанию, направленную на популяризацию заботы об окружающей среде и отдельного сбора мусора. В процессе реализации кампании мы стремились вдохновить людей на посильный вклад в сохранение экологии России и дать возможность каждому сделать небольшой, но важный шаг к чистоте своего родного края.

Реализация данного проекта стала самой масштабной волонтерской акцией Макдоналдс в России. Движущей силой проекта стали сотрудники — корпоративные волонтеры Макдоналдс по всей стране от Калининграда до Владивостока. В акции на сегодняшний день уже приняло участие более 9000 человек в 60 городах РФ, среди которых около 3000 сотрудников-волонтеров.

Макдоналдс проводит экологическую акцию #МойЭкоДень второй год подряд. За прошлый год волонтерам из более чем 50 городов России удалось собрать более 45 тонн мусора, часть из которых была отправлена на переработку. В этом году акция охватит более 90 городов России, жители которых смогут принять участие в субботниках и плоггинг-забегах, а также интерактивных занятиях для школьников и студентов.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

61 субъект Российской Федерации, более 90 городов

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Бизнес-цель — в рамках стратегии устойчивого развития — Содействовать внедрению технологий переработки отходов, которые ранее считались неперебатываемыми. Провести пилот PCO с вовлечением посетителей. Направить на переработку минимум 25 тонн бумажных отходов.

Поведенческая цель — помочь посетителям Макдоналдс сделать первый шаг к более экологичному образу жизни, сортируя отходы в залах предприятий; донести важность PCO до молодого поколения, развивать культуру ответственного потребления. Привлечь 1000 волонтеров (2020), 5000 волонтеров (2021) к заботе о чистоте городов в большинстве регионов присутствия Макдоналдс.

Имиджевая цель — укрепить позиции Макдоналдс как одного из лидеров устойчивого развития среди брендов, а также создать у потребителей устойчивую связь между Макдоналдс и экологичностью.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда

Волонтерские команды Макдоналдс в более 90 городов РФ
Департамент устойчивого развития в центральном офисе Макдоналдс
Топ-менеджмент компании

Партнеры

Министерство природных ресурсов
Мосприрода
Руководители региональных органов власти в городах присутствия Макдоналдс

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Бизнес: Мы ставили долгосрочную цель внедрить элементы цикличной экономики в бизнес Макдоналдс и индустрию общественного питания. Совместно с ГК Экотехнологии удалось обеспечить рециклинг «бумажных» стаканов, которые ранее считались неперерабатываемыми. Всего по итогам пилотного проекта передано для переработки РСО: 30°286,43 кг, из них: 62% бумажной упаковки, 34% стаканчиков, 4% пластика. В 2021 пилотный проект расширен до 40 предприятий, теперь все новые предприятия Макдоналдс в России будут строиться с возможностью отдельного сбора отходов и передачи их на переработку.

Долгосрочная волонтерская программа: Реализация данного проекта стала самой масштабной волонтерской акцией Макдоналдс в России. Ранее число корпоративных волонтеров не превышало 100 человек. Планировалось увеличить их количество в 10 раз и привлечь к участию 1000 человек во всех регионах присутствия Макдоналдс в России. Цель была перевыполнена в три раза, при том что в ряде городов массовые мероприятия было невозможно провести в связи с эпидемиологической ситуацией. 99% сотрудников заявили о готовности принять участие в акции в следующем году.

Социальные результаты

Развитие инфраструктуры: У компаний в нескольких регионах РФ появилась заинтересованность провести тестовую переработку упаковки Макдоналдс (Липецк, Солнечногорск).

Изменения в обществе: В 2020 году более 3000 человек по всей стране вышли на субботники и плоггинг-забеги, чтобы сделать родные города чище. В рамках акции волонтеры собрали более 45 тонн мусора в 52 городах России. Более 90% опрошенных участников заявили, что изменят свой подход к сбору отходов после акции и будут бережнее относиться к чистоте родного города.

В 2021 году акция охватит все регионы присутствия Макдоналдс в РФ и уже прошла в 60 городах России от Калининграда до Владивостока. На данный момент в ней приняли участие более 9000 человек, треть из которых — корпоративные волонтеры Макдоналдс и две трети — равнодушные местные жители, экоактивисты, представители региональных органов власти и СМИ. Собрано более 73 тонн отходов, которые переданы на переработку везде, где это позволяет существующая инфраструктура.

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2019 года по настоящее время

В соответствии с нацпроектом «Экология» к середине текущего десятилетия планируется наладить систему разделения мусора и переработки вторичного сырья по всей России, при этом большинство жителей России еще не выработали сознательный подход к обращению с отходами.

Просветительская кампания «Вторая жизнь пластика» — проект, который призван рассказать о важности ответственного потребления и вторичной переработки пластика, развеять мифы и подчеркнуть роль каждого человека в заботе об окружающей среде.

Проект включает в себя комплекс разноплановых инициатив (развлекательные, образовательные, спортивные), объединенные одной общей идеей #пластикне-мусор. Данный подход позволяет донести ключевое сообщение до всех целевых аудиторий, используя при этом релевантные и эффективные каналы и инструменты.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

1. Популяризация раздельного сбора отходов и информирование населения о преимуществах циклической экономики.
2. Формирование ответственного отношения населения к потреблению и утилизации отходов в образовательной и игровой форме.
3. Экологическое просвещение и распространение знаний о преимуществах пластика, касающихся его экологичности и безопасности, при условии разумного потребления и грамотной утилизации.
4. Содействие в реализации государственного нацпроекта «Экология».

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда компании СИБУР (функции «Корпоративные коммуникации» и «Устойчивое развитие»)

Партнеры

- Экологическая некоммерческая организация «Центр экономии ресурсов»
- Группа компаний «ЭкоТехнологии»
- Российский Футбольный Союз

- АНО «ЭкоСпорт»
- Единая Лига ВТБ
- Континентальная Хоккейная Лига
- Карты «2ГИС»
- СИРИУС
- Кванториум
- Экспертное экологическое сообщество и лидеры общественного мнения, селебрити

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

После реализации ряда образовательных и игровых инициатив СИБУРу удалось повысить осведомленность о раздельном сборе и переработке пластиковых отходов среди разных целевых аудиторий, что внесло вклад в формирование культуры осознанного потребления и обращения с отходами по всей стране.

В результате кампании «Вторая жизнь пластика» более 80 млн человек узнали о раздельном сборе отходов и возможностях переработки пластика.

- непосредственно образовательная составляющая — эко-уроки и игровые занятия — охватили более 7000 учителей по всей России, а также учеников крупнейших образовательных центров СИРИУС и КВАНТОРИУМ. Материалы уроков получили рецензию и рекомендованы Федеральным центром дополнительного образования и организации отдыха и оздоровления детей;

- более 1000 участников акции по раздельному сбору отходов в рамках инициативы #футболлчеллендж во время матча Россия – Бельгия;

- свыше 3000 человек скачало мобильное приложение «ПроПластик»;

- специальный выпуск популярного мультсериала «Фиксики» про важность раздельного сбора отходов транслируется на 20 телеканалах с ежемесячным охватом свыше 100 млн зрителей;

- всего в ходе кампании вышло свыше 100 публикаций в СМИ и 480 в социальных медиа. Общий охват в медиаполе — 5,6 млн человек. При этом совокупный показатель вовлеченности в соц. медиа составил более 5%;

- получена положительная обратная связь от участников мероприятий как офлайн, так и в социальных сетях.



III место

ООО «Леруа Мерлен Восток»

Проект «Лесомания»: воспитание осознанного отношения к ресурсам леса у молодого поколения

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2018 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА:

<https://xn--80ajkjghex5k.xn--p1ai/> Лесомания.рф

<http://xn--j1aaidmgm.xn--80ajkjghex5k.xn--p1ai/> конкурс.лесомания.рф

<http://xn--80ajkjghex5k.xn--b1aajjgra1a1ajc5i.xn--p1ai/> лесомания.вузэкоквест.рф

<https://leroymerlin-marafon.ru/> Марафон для сотрудников и их семей 2021г.

Формирование культуры ответственного отношения к лесам и лесопользованию является стратегической задачей Леруа Мерлен наряду с управлением цепочками поставок древесины. Мы начали эту работу в 2018 году. Совместно с движением «ЭКА» и ассоциацией «Зеленые вузы России» мы организовали проект «Лесомания», чтобы способствовать воспитанию осознанного отношения к ресурсам леса у молодого поколения. В рамках проекта мы разработали всероссийский экологический урок «Лесомания» для школьников 1–11 классов и всероссийский экологический квест «Лесомания» для студентов российских вузов, которые проводятся ежегодно с 2018 года.

Проект «Лесомания» — часть экологических инициатив Леруа Мерлен, направленных на формирование в обществе ответственного и бережного отношения к лесам и навыков разумного выбора и использования продукции из древесины.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ.

Российская Федерация, Казахстан, Белоруссия

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Формирование ответственного и бережного отношения к лесам и обучение навыкам разумного выбора и использования продукции из древесины.

Задачи

- обучить школьников и студентов ответственному отношению к лесам и их ресурсам, выбору продукции из сертифицированной древесины и/или вторичных материалов;
- вовлечь школьников и студентов в тему бережного отношения к лесам через посадки деревьев, мастер-классы, квесты и прочие мероприятия.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда отдела социально-экологической ответственности Леруа Мерлен Восток

Партнеры

Просветительский портал Экоклас.рф Всероссийского движения ЭКА, Зеленые вузы, АНО «Зеленый Свет».

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

Более 10 тысяч учителей, родителей и волонтеров из России и стран СНГ зарегистрировались на сайте проекта и скачали материалы урока «Лесомания» для его проведения, из них более 500 скачиваний урока на казахском языке, по 650 скачиваний урока на белорусском и английском языках.

В направлении для студентов в 2020 году приняло участие 57 студенческих команд из 56 вузов. Более 160 заданий было выполнено командами. К участию в студенческом слете 2020 г. были приглашены по два представителя 10 студенческих команд. За 3 сезона с 2018 года в квесте приняли участие 110 команд из 99 вузов, общий охват мероприятиями квеста — более 44 тысяч студентов.

Проект переведен на три языка — казахский, белорусский и английский.

Состоялись 11 полевых выездов в 11 заповедников и заказников.

Социальные результаты

Один из социальных результатов состоит в том, что благодаря прикладному характеру проекта школьники и студенты смогут как непосредственно после участия в проекте внедрять в свою жизнь привычки по ответственному потреблению продукции из древесины, ответственному обращению с лесами (а также вовлекать в это своих друзей, семью и близкое окружение), так и в своей будущей профессиональной жизни и карьере принимать более ответственные решения, связанные с сохранением лесов.

Еще один социальный эффект для студентов состоит в том, что благодаря участию в квесте и в образовательной программе слета у студентов как будущих профессионалов формируется экомышление, которое определяется как один из ключевых метанавыков в докладе «Навыки будущего» экспертов Global Education Futures и WorldSkills Russia.

По охватам smm и публикациями в СМИ — более 1,7 млн просмотров публикаций по содержанию уроков в соцсетях, по СМИ — 625 публикаций с суммарным охватом 10,9 млн.



III место

ООО «Нестле Россия»

Школьная программа «Мы — твои друзья»

ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ: с 2017 года по настоящее время

САЙТ ПРОЕКТА: www.pet-school.ru

Домашние питомцы — часть экосистемы, тесно связанная с человеком. Несмотря на многовековое сосуществование человека и животных, современное общество сталкивается с необходимостью решения целого ряда проблем, возникающих в ходе такого сосуществования. Растет число бездомных животных, случаев жестокого обращения с животными, случаев нападения питомцев на своих хозяев. Сегодня востребована новая экологическая культура, базирующаяся на представлении о домашних питомцах не как об игрушке, назначение которой забавлять человека, а как о самостоятельном живом существе со своими потребностями, ответственность за которое несет человек. Экологическое просвещение — важнейший путь продвижения этой культуры в обществе.

Цель программы «Мы — твои друзья» — создание условий в местных сообществах для организации воспитания у школьников 7–12 лет ответственного отношения к домашним питомцам. Программа является социальным инструментом профилактики жестокого обращения с домашними животными и снижения численности бездомных животных. Реализуется с 2017 года в рамках глобальной инициативы «Пурина в обществе». Партнеры программы — федеральные и региональные органы власти, научные и общественные организации. Всего 62 партнера.

Основные пути реализации программы: внеурочный курс, проводимый педагогами в школе (34 учебных часа), система конкурсных активностей, вовлекающих детей, родителей и педагогов в деятельность, связанную с заботой о животных, продвижение наиболее эффективных практик воспитания в педагогическом сообществе. К настоящему времени в программе приняло участие 870⁰000 школьников, более 30⁰000 педагогов из 30 регионов. Эффективность подтверждена специальным исследованием, показавшим, что дети-участники становятся более ответственными и заботливыми хозяевами домашних питомцев, активно участвуют в социальных мероприятиях, направленных на помощь животным.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

2017–2018 уч. год — 11 регионов

2018–2019 уч. год — 20 регионов

2019–2020 уч. год — 27 регионов

2020–2021 уч. год — 30 регионов

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель

Цель программы — создание условий в местных сообществах для организации воспитания у школьников 7–12 лет ответственного отношения к домашним питом-

цам. Таким образом, программа является социальным инструментом профилактики жестокого обращения с домашними животными и появления бездомных животных.

Глобальная социальная инициатива «Пурина в обществе», частью которой является школьная образовательная программа «Мы — твои друзья», основана на приверженности компании принципам устойчивого развития ООН.

В целях и задачах Программы естественным образом находят свое отражение ЦУР, а реализация Программы является вкладом Нестле Пурина Пет Кер в достижение этих целей.

Главная Цель Программы напрямую вытекает из Цели 17 ЦУР «Партнерство в целях устойчивого развития». Реализация программы осуществляется за счет эффективного сотрудничества бизнеса, государственных, научных и общественных организаций. Благодаря этому 870 000 детей из 30 регионов России оказались вовлечены в обучение основам ответственного отношения к домашним животным.

Обеспечивая школы из 30 регионов России доступными образовательными ресурсами и создавая условия для эффективного обучения основам ответственного отношения к домашним животным школьников из крупных и маленьких городов, поселков и деревень, Программа способствует реализации Цели 4 ЦУР, связанной с обеспечением всеохватного и справедливого качественного образования.

Продвижение идеи ответственного отношения к домашним животным способствует сокращению числа бездомных животных на улицах крупных и малых городов, а обучение детей основам безопасного поведения снижает риск распространения заболеваний, вызванных животными, и травм, полученных от животных. Тем самым программа вносит свой вклад в реализацию Цели 3 «Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте».

Задачи

- создание условий в местных сообществах для продвижения культуры экологичного, ответственного отношения к домашним питомцам за счет обеспечения школ регионов обучающими ресурсами;
- привлечение внимания местных сообществ к проблеме важности бережного отношения к домашним животным, помощи бездомным животным;
- привлечение к сотрудничеству государственных, научных и общественных организаций как федерального, так и регионального уровня, занимающихся проблемами защиты, охраны домашних животных.

КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

Команда ООО Нестле Россия (Пурина ПетКер):

Партнеры

Разработчик учебно-методических материалов

• Институт изучения детства, семьи и воспитания Российской Академии Образования

Научно-методический консультант программы

- Московская государственная ветеринарная академия им. К. Скрябина
- Федеральный центр дополнительного образования, организации отдыха и оздоровления детей Министерства просвещения РФ

Партнер конкурсов

- Всероссийское общество охраны природы
- Фонд помощи бездомным животным «Дарящие надежду»
- Центр реабилитации бездомных животных «ЮНА»

Информационный партнер

- Агентство Стратегических Инициатив

Координация работы программы в регионах

- 30 региональных департаментов и министерств образования
- 14 эколого-биологических центров в регионах
- 30 институтов повышения квалификации работников образования в регионах

ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Непосредственные результаты

• общий охват с 2017 года — 870⁰000 школьников, 30⁰000 педагогов, более 700⁰000 родителей. Исследование подтверждает, что изучение программы меняет поведение детей, способствует их вовлечению в заботу о животных;

• общее количество партнеров как федерального, так и регионального уровня (органы власти, государственные, научные, общественные организации) — 82 организации;

• количество публикаций в медиа — 164, медиа охват — более 300 млн;

• более 20 мероприятий федерального масштаба, направленных на вовлечение детей, педагогов, родителей в деятельность, связанную с заботой о домашних животных. Ежегодный охват — более 200 000 участников (педагоги, родители, дети).

Социальные результаты

• впервые в истории отечественного образования разработан и внедрен курс по формированию ответственного отношения к домашним животным для младших школьников;

• региональная система образования 30-ти регионов РФ обеспечена учебными инструментами для проведения обучающего курса по формированию ответственного отношения к домашним животным;

• разработаны и внедрены в практику российского образования цифровые инструменты для организации воспитательной работы по формированию ответственного отношения к домашним животным;

• организована система ежегодных образовательно-воспитательных мероприятий в регионах для педагогов и семей, обеспечивающих активное привлечение внимания к теме ответственного отношения к домашним животным. Ежегодный охват участников — более 200 000;

• в регионах — участниках программы система регионального образования активно включилась в работу, связанную с защитой домашних животных, помощью бездомных животных. Сформировались партнерские отношения между региональными органами управления образованием и общественными, научными, государственными зоозащитными организациями.

Маргарита Середя

заместитель Генерального директора АНО «Национальные приоритеты» по партнерским проектам

ОБЩЕСТВУ И ГОСУДАРСТВУ НУЖНЫ НОВЫЕ ГЕРОИ

Активное участие бизнеса в социальной деятельности сегодня востребовано нашим обществом и государством как никогда. В России очень сильны традиции частной благотворительности: мы помним имена известных филантропов еще с XVIII века – от князя Голицына до Саввы Мамонтова, Сергея Щукина и других. Безусловно, в наше время не менее важно, чтобы предприниматели подавали пример служения обществу.

Как в свое время Стаханов стал символом стахановского движения и новой идеологии, так и сегодня у страны есть запрос на новых героев – героев человекоцентричного государства, которыми становиться социально ответственный бизнес.

В этом году АНО «Национальные приоритеты» запустила Национальный рейтинг. Это формат публичного признания вклада бизнеса и НКО в достижение национальных целей и реализацию национальных проектов. В рамках рейтинга мы оцениваем существующие у бизнеса и НКО практики корпоративной социальной ответственности и программы в области устойчивого развития, созвучные целям и задачам национальных проектов, а также совместные проекты с АНО «Национальные приоритеты» в области социального маркетинга. В оценке и верификации социальных проектов нам помогают партнеры, обладающие глубокой экспертизой в этой области, – РСПП, Форум Доноров, Деловая Россия, Международная Премия #МЫВМЕСТЕ, Ассоциация менеджеров. Стать участником рейтинга можно через наших партнеров, а также через реализацию совместных проектов с АНО «Национальные приоритеты».

Заявленные практики и программы оцениваются по пяти критериям: соответствие целям и задачам национальных и федеральных проектов, признание экспертов (наличие отраслевых/индустриальных премий), вхождение в группу лидеров ESG-индекса РСПП «Вектор устойчивого развития», позитивный социально-экономический эффект, оказываемый программой в регионе присутствия (оценивается губернатором региона), и наличие совместных проектов с АНО «Национальные приоритеты».

Компании, вошедшие в рэнкинг, получают статус «Партнер национальных проектов». Результаты рэнкинга будут опубликованы в ведущих бизнес-медиа, на сайтах рэнкинга и АНО «Национальные приоритеты», а социальные практики будут подробно освещены на сайте национальныхпроекты.рф и в социальных сетях. Благодаря такой информационной поддержке мы рассчитываем тиражировать лучшие программы КСО и показать бизнесу пример, как именно они могут участвовать в реализации нацпроектов.

В 2020 году статус «Партнер национальных проектов» был присвоен семи компаниям, известным своей социальной активностью.

Так, АО «СУЭК» («Сибирская Угольная Энергетическая Компания») получила его за свой проект «Школа цифровых технологий СУЭК» – образовательный комплекс по изучению цифровых технологий в форме интерактивных мультимедийных курсов, оснащённых инфографикой, и учебных пособий, разработанных с использованием технологий виртуальной и дополненной реальности. Школа вовлекла тысячи педагогов, детей и подростков в сферу цифровых технологий и цифровой экономики: все они получили навыки разработки цифровых инновационных продуктов, что как нельзя лучше отвечает целям и задачам нацпроекта «Образование».

Еще один яркий пример встраивания проекта, причем сугубо регионального, в реализацию нацпроекта «Экология» – программа мониторинга серых китов, которую еще в 1997 году запустила компания «Сахалин Энерджи». Компания добывает углеводороды на сахалинском шельфе, и здесь же нагуливаются (приплывают кормиться) серые киты. «Сахалин Энерджи» приняла решение сделать все, чтобы промышленное развитие шельфа не влияло на китов. Для этого перенесли трассу трубопровода, а строительные работы проводились до начала основного периода нагула животных. На проекте работают суда с низким уровнем шума, их скорость ограничена, а маршруты проложены по морским коридорам, удаленным от мест кормления китов. На каждом судне присутствует наблюдатель, который может остановить работы и движение судна при приближении китов на определенную дистанцию.

В этом году нашим партнером стал Форум Доноров: все победители конкурса социальных программ «Лидеры корпоративной благотворительности» получают возможность принять участие в Национальном рэнкинге и официально стать партнерами нацпроектов.

Статус «Партнер национальных проектов» выводит социальную активность бизнеса и НКО на государственный уровень и наделяет ее идеологическим смыслом в масштабах всей страны. Конечная цель рэнкинга – объединить усилия государства, бизнеса и НКО в достижении национальных целей и сделать их действительно целями всей нации.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1	
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	5
РАЗДЕЛ 2	
РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА	46
МЕТОДОЛОГИЯ РЕЙТИНГА	46
СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА	
«ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – 2021».....	47
ТОП РЕЙТИНГА 2021	48
НОМИНАЦИИ	49
ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ	53
О ПОБЕДИТЕЛЯХ РЕЙТИНГА.....	56
РАЗДЕЛ 3	
КОНКУРС СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ	65
Номинация «Лучшая программа (проект), способствующая профессионализации некоммерческого сектора», партнер Министерство экономического развития Российской Федерации	65
Номинация «Лучшая программа (проект) в сфере поддержки науки и образования», партнер Министерство науки и высшего образования Российской Федерации.....	76
Номинация «Лучшая программа (проект), направленная на поддержку культуры и искусства», партнер Министерство культуры Российской Федерации	88
Номинация «Лучшая корпоративная программа социальных инвестиций в территориях в контексте устойчивого развития и стратегии бизнеса», партнер Российский союз промышленников и предпринимателей	97
Номинация «Лучшая программа, способствующая обеспечению гендерного равенства», партнер Совет Евразийского женского форума при Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации	127

Номинация «Лучшая программа, способствующая устойчивому развитию с помощью грантовых конкурсов (лучший грантовый конкурс)», партнер Фонд президентских грантов.....	135
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 Федерации).....	151
Номинация «Лучшая программа по поддержке микро- и малого предпринимательства в России», партнер Фонд региональных социальных программ «Наше будущее» при поддержке ПАО «СИБУР Холдинг»	170
Номинация «Лучшая программа (проект) в сфере экопросвещения», партнер Общественный форум «Экология»	185
Партнерство с АНО «Национальные приоритеты»	205

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА МТС РАЗВИТИЯ ТАЛАНТОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ СО ВСЕЙ СТРАНЫ



ВСЕ О ЛИДЕРАХ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ-2021

+7 499 978 59 93

CORPORATELEADER@DONORSFORUM.RU

WWW.DONORSFORUM.RU/PROJECTS/LKB

