

Отчет
по ответственности бизнеса
Группы компаний «Новард»
за 2013 год

«Все только начинается»



Новард
25 лет в пути

Содержание

Социальная ответственность в «золотом веке» российского предпринимательства.....	4
Обращение президента Группы компаний «Новард».....	5
Об Отчете.....	6
О Группе компаний «Новард».....	7
Взаимодействие с заинтересованными сторонами.....	13
Стратегия и подход к управлению.....	14
Ответственная продукция.....	18
Забота о сотрудниках и их семьях.....	24
Ответственная социальная и благотворительная деятельность.....	32

Социальная ответственность в «золотом веке» российского предпринимательства

Рабочие ткацкой фабрики
Товарищества Анны Красильщиковой

– Только, Василий Данилыч, давши слово, держись;
а не давши, крепись! Вы купец, вы должны понимать,
что значит слово.

– Вы меня обижаете. Я сам знаю, что такое купеческое слово.

(«Бесприданница», А.Н. Островский, 1878 г.)



История российского предпринимательства так же глубока, как и история самой России. Но временем его расцвета, по свидетельствам историков, стал период второй половины XIX-начала XX веков, получивший название «золотого века» российского предпринимательства. Именно в эти годы нарастание предпринимательской активности ощущалось вне зависимости от реформаторской деятельности царей, правительства, кризисов или благоприятных условий.

Темпы развития русского предпринимательства в XIX-XX веках были просто удивительны. С 1802 по 1881 годы численность фабрик увеличилась почти в 13 раз, а численность рабочих - более, чем в восемь раз. Только за 1804-1863 годы почти в пять раз выросла производительность труда. В конце XIX - начале XX веков состоялось коренное техническое перевооружение промышленности. По темпам роста промышленной продукции и производительности труда Россия вышла на первое место в мире. С момента отмены крепостного права по 1913 г. объем промышленного производства вырос в 10-12 раз. Торговля и общественное питание были одними из самых развитых в мире. Таковы были плоды деятельности русского предпринимательства, которые подавали большие надежды,

но революция 1917 г. изменила ход событий.

Символами этой эпохи стали многие знаменитые предприниматели и целые династии: Морозовы, Рябушинские, Прохоровы, Третьяковы, Алексеевы, Бахрушины и другие. Их всех отличал ответственный подход к ведению дел, который считался единственно возможным у купцов первой гильдии и промышленников в дореволюционной России. Честность и добросовестность, верность этическим и моральным принципам были неотъемлемыми элементами успеха – за отступление от них приходилось платить высокую цену. С тем, кто хотя бы раз не выполнил взятые на себя обязательства, отказывалось иметь дело все предпринимательское сообщество. Честное купеческое слово было высшей гарантией – ему доверяли больше, чем договору, составленному на бумаге.

Эти люди – промышленники, купцы, банкиры – не просто занимались предпринимательской деятельностью, они были еще и известными благотворителями и меценатами. Во многом именно они заложили основы современной российской культуры, науки, образования, здравоохранения, социальной поддержки. Их деятельность может стать прекрасным примером того, что сейчас называется социальной ответственностью бизнеса.

Обращение президента Группы компаний «Новард»



Группе компаний «Новард» в 2014 году исполняется 25 лет. Дата важная и означает, что мы уже многого достигли, но многое нам еще предстоит. Этот Отчет мы подготовили, чтобы показать, как маленькая компания из двух человек «выросла» в холдинг, где работают несколько тысяч единомышленников, объединенных одним общим и важным делом – созданием ценностей для общества. Кроме того, выпуск социальной отчетности является одним из инструментов повышения прозрачности бизнеса, которая необходима не только для улучшения внутренних управленческих процессов компании, но и для построения долгосрочных партнерских отношений со всеми заинтересованными сторонами.

В миссии ГК «Новард» говорится о стремлении нашего холдинга сочетать в своей работе передовой мировой опыт с лучшими российскими традициями предпринимательства и меценатства. Вот почему в Отчете мы не только говорим о собственной деятельности, но и приводим примеры из жизни известных деловых людей так называемого «золотого века» российского предпринимательства (конец XIX-начало XX вв.). Этот исторический опыт является для нас важным ориентиром, потому что мы уверены, что бизнес должен быть этичным и сегодня. А суть морали и этики предпринимательства и в наши дни замечательно формулирует фраза: «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли» - эпиграф деловой газеты «Биржевые ведомости», выходившей в России до 1917 года.

Этичный бизнес «вырастает», на мой взгляд, из традиционных российских духовных ценностей – человеколюбия, доброты, нравственности и других. Мы постарались показать, какую роль играют эти ценности в нашем бизнесе, как они отражаются в создаваемом продукте, коммуникациях, корпоративной культуре и других аспектах деятельности. В разделе «Портфельные компании» вы можете узнать о том, как транслируются ценности на работу компаний «ЭКОНИКА», «Сити-XXI век», «Рутектор».

Отмечу, что ГК «Новард» уделяет много внимания социальной и благотворительной деятельности не в целях саморекламы. Мы просто считаем своим долгом помочь, если у нас есть такая возможность. О том, какие проекты реализуются в этом направлении, расскажет раздел «Социальная и благотворительная деятельность».

Надеюсь, что Отчет вызовет у вас интерес и вы найдете в нем ответы на различные актуальные вопросы.

Успехов и в добрый путь!

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

А. А. Илиопуло,
президент Группы компаний «Новард»

Об Отчете

Настоящий Отчет об ответственности бизнеса является первым шагом Группы компаний «Новард» к комплексному раскрытию информации нефинансового плана и знаменует 25-летие холдинга в 2014 году.

С момента основания ГК «Новард» придерживается принципов ответственного ведения бизнеса и планомерно занимается социально ответственной деятельностью. Периодически Группа компаний информирует о ней своих сотрудников и частично публикует материалы по отдельным проектам во внешней среде.

Важно отметить, что «Новард» никогда не стремился рассказывать об ответственном отношении к бизнесу в целях саморекламы в глазах стейкхолдеров - потребителей и партнеров в том числе. Главная цель, для достижения которой был создан и настоящий Отчет, – продвижение повестки ответственного бизнеса в обществе, желание поделиться накопленным опытом со всеми заинтересованными сторонами, поиск единомышленников и сбор обратной связи, которая может быть полезна для совершенствования деятельности Группы компаний.

Поскольку ГК «Новард» достаточно активно занимается социальной деятельностью, что отражается и на производимых ею продуктах и услугах, Отчет посвя-

щен преимущественно этой теме. В частности, в документе раскрывается как социальная направленность продукции, так и отдельные мероприятия, которые холдинг реализует для созидания всеобщего блага.

При составлении Отчета Группа компаний хотела показать, как через различные бизнес-процессы, включая внутренние и внешние активности, реализуется продвижение российских традиционных ценностей на протяжении всей цепочки создания стоимости. При этом информационная нагрузка легла преимущественно на две компании холдинга, а именно «Сити-XXI век» и «ЭКОНИКА», поскольку они являются самыми крупными организациями в бизнесе и генерируют основную прибыль.

Составители Отчета надеются, что он будет полезен читателям и актуален, как для сотрудников, так и для партнеров, потребителей, представителей органов государственной власти, некоммерческих организаций, СМИ, поставщиков и других стейкхолдеров. Для обратной связи на последней странице документа размещены контакты составителей Отчета. Группа компаний «Новард» надеется, что вы сможете более эффективно ориентировать содержание Отчета на целевую аудиторию в будущем.

О Группе компаний «Новард»

ГК «Новард» (до 2011 года – корпорация «ЭКОНИКА») начала свою деятельность 25 лет назад, и сегодня это российский диверсифицированный холдинг, развивающий несколько направлений: обувной ритейл («ЭКОНИКА»), девелоперская деятельность («Сити-XXI век»), продажа промышленного и строительного оборудования («Рутектор»), управление коммерческой недвижимостью («Новард Эстейт Менеджмент Лимитед»). Группа компаний предоставляет своим клиентам качественные продукты и услуги с выраженной социальной составляющей, руководствуясь принципами ответственного ведения бизнеса

История Группы компаний

История ГК «Новард» – это история превращения небольшой молодежной организации в крупный многопрофильный холдинг. В 1989 году нынешний президент «Новарда», а в то время – студент старших курсов Государственного университета управления Андрей Илиопуло со своими друзьями организовал в стенах альма-матер бизнес-школу делового английского языка и центр по обучению иностранных студентов русскому языку. Название для своего начинания молодые предприниматели составили из двух греческих слов – «экономика» и «Ника» – богиня победы. Так была заложена основа корпорации «ЭКОНИКА».

Закончив университет в 1990 году, начинающие бизнесмены решили продолжить предпринимательскую деятельность, но изменить ее профиль. Заработанные на языковых курсах деньги стали стартовым капиталом и были направлены на закупку в Италии первой партии обуви. А в 1992 году компания исполнила мечту российских женщин, подарив им возможность приобретать модную и качественную обувь в свободной продаже в первом фирменном магазине «ЭКОНИКА-Рублево».

В 1994 году, когда рынка продаж промышленного оборудования как такового в России еще не было, корпорация «ЭКОНИКА» занялась этим направлением и открыла вторую компанию «ЭКОНИКА-Техно».

Третья, девелоперская компания «Сити-XXI век» была основана в 1997 году. Новое дело начали с нуля: впервые в России средства, полученные от реализации жилья, направлялись на создание социальной инфраструктуры.



В 2006 году в корпорации открылось еще одно бизнес-направление – компания «Новард Эстейт Менеджмент Лимитед», специализирующаяся на управлении коммерческой недвижимостью.

Учитывая то обстоятельство, что в холдинге появились несколько совершенно разных направлений бизнеса и что общее для них название «ЭКОНИКА» имеет сильную ассоциацию с первой компанией – обувной сетью, владельцы и топ-менеджеры корпорации в 2010 году приняли решение о проведении ребрендинга. Его целью было создание целостного образа диверсифицированного холдинга и обеспечение большей свободы брендов дочерних компаний.

Так в 2011 году появился новый бренд, преемник корпорации «ЭКОНИКА», – Группа компаний «Новард». Название стало производным от греческого «наварх», что означает «флагманский корабль флотилии». В соответствии с новым названием был разработан и корпоративный логотип, который символизирует нос ледокола. Одновременно с этим прошел ребрендинг одной из дочерних структур – компании «ЭКОНИКА-Техно», которая теперь продолжает работу под названием «Рутектор» («ру» – интернет-термин, означающий принадлежность к России, «тектор» от греч. «творец, создатель»). Бренд «ЭКОНИКА» остался актуальным для обувного бизнеса Группы компаний.

Ребрендинг стал новым шагом на пути к построению масштабного, активно развивающегося, общественно значимого бизнеса.



Портфельные компании

ЭКОНИКА®

Женская обувная сеть «ЭКОНИКА» – один из крупных игроков рынка обувного ритейла в России. Компания начала свою деятельность в 1992 году и с первых лет демонстрировала динамичные темпы роста. В настоящий момент «ЭКОНИКА» располагает обширной сетью салонов во всех регионах России и в Казахстане. Каждый сезон компания представляет новую коллекцию, созданную специалистами бренда совместно с итальянскими и французскими дизайнерами на основе анализа предпочтений российских покупательниц.

Изначально «ЭКОНИКА» выпускала как женскую, так и мужскую обувь. Но в 2010 году компания отказалась от мужского ассортимента, став первой российской сетью, которая создает коллекции обуви и аксессуаров исключительно для женщин. Дизайнеры отбирают самые яркие и актуальные модные мировые тренды и находят вдохновение в культурных традициях, архитектуре и природе разных уголков мира. Коллекции выходят под двумя торговыми марками, каждая из которых имеет свой индивидуальный стиль: ALLA PUGACHOVA – изысканно-женственный, нарядный, гламурный, RIAROSA – повседневная элегантность, основа современно стильного образа. В каждой коллекции есть как эффектные трендовые решения, так и универсальные классические варианты на каждый день.

Компания отличается социально ответственным подходом к ведению бизнеса, стремится обеспечивать высокое качество продукции и уделяет особое внимание удовлетворению различных потребностей покупательниц. Так, в салонах сети регулярно проводятся консультации стилистов, которые помогают клиентам познакомиться с модными тенденциями и сформировать чувство стиля, компания каждый сезон выпускает модный гляцевый журнал для покупательниц – «Гид по стилю». Важное место в деятельности «ЭКОНИКИ» занимает продвижение ценностей семьи и материнства. В компании разработана отдельная дисконтная программа для многодетных матерей (предоставление карты с 20% скидкой) и студентов (предоставление карты с 10% скидкой). «ЭКОНИКА» уделяет особенное внимание уникальной атмосфере покупки, высокому качеству обслуживания и профес-

160 салонов
в России и Казахстане
Более 950 000
постоянных покупателей
Более 500 моделей
обуви и аксессуаров
в каждой коллекции



сионализму персонала в салонах сети.

В сентябре 2012 года «ЭКОНИКА» стала еще ближе к покупательницам, запустив собственный интернет-магазин. В отличие от многих ритейлеров, начинающих развивать онлайн-бизнес с Москвы и Санкт-Петербурга, компания сразу начала доставлять заказы по всей России. Возможностью совершить покупку онлайн активно пользуются даже в таких отдаленных городах, как Южно-Сахалинск и Петропавловск-Камчатский.

По итогам работы в 2013 году обувная сеть «ЭКОНИКА» оказалась в числе наиболее известных обувных брендов в России, а также в числе лидирующих марок по уровню спонтанного знания. Покупатели очень высоко оценили салоны «ЭКОНИКА» с точки зрения сервиса и отдельных характеристик магазина. Среди сильных сторон клиенты также выделили высокое качество, практичность и долговечность обуви, мягкость мате-

риалов и удобство колодки, вежливость и осведомленность продавцов, квалифицированную помощь в выборе и быстроту обслуживания.

За время своего существования сеть «ЭКОНИКА» была отмечена большим количеством наград, в том числе – «Брэнд года», «Золотая сеть России», «Российский торговый Олимп» и многими другими.



«Сити-XXI век» была образована в 1997 году. Сейчас это динамично развивающаяся девелоперская компания, которая возводит новостройки и объекты социальной инфраструктуры в столичном регионе. Широкий выбор конкурентоспособных предложений, высочайшее качество услуг, индивидуальный подход к каждому клиенту – преимущества, отличающие «Сити-XXI век» от многих других игроков строительного рынка.

Ключевой компетенцией компании является осуществление полноценного цикла девелопмента – от поиска земельного участка и проектирования до строительства и управления объектом.

«Сити-XXI век» вывела на рынок абсолютно новый продукт – это жилые комплексы, построенные в соответствии с авторской социально-архитектурной концепцией Миниполис®, основанной на трех ключевых принципах: социальная ответственность, «зеленый девелопмент» и сообщество жителей. Под социальной ответственностью имеются в виду добровольно взятые на себя компанией обязательства по формированию благоприятной социальной среды в построенных комплексах. «Зеленый девелопмент» связан с экологией: это не только озеленение и благоустройство территории, но и энергоэффективность, выбор правильных материалов для строительства, создание качественного внутреннего климата. А сообщество жителей подразумевает активное общение проживающих в миниполисе людей, создание благоприятной атмосферы и добрососедских отношений.

Для реализации всех этих принципов «Сити-XXI век» в первую очередь создает дополнительные объекты инфраструктуры, благодаря которым жизнь в миниполисах становится более комфортной и интересной. Так, в Строгино компания построила большой спортивный центр «Янтарь» – стадион и дворец спорта с ледовыми аренами, бассейнами и спортзалом. В 2011 году он получил высокую оценку экс-президента России Дмитрия Медведева и мэра Москвы Сергея Собянина.

Но для повышения качества жизни нужна не только развитая инфраструктура, поэтому компания стремится создать в жилых комплексах благоприятную атмосферу, объединить живущих рядом людей, наладить между ними доброжелательные отношения.

Помочь в этом призваны так называемые соседские клубы, которые должны стать главной площадкой для общения жителей. Первый соседский клуб уже открылся и работает в Строгинском миниполисе: здесь



жители встречаются, знакомятся в неформальной обстановке, посещают различные секции и занятия, предлагают к реализации свои идеи. Для детей в соседском клубе работают театральная и танцевальная студии, клуб патриотического воспитания, регулярно проводятся всевозможные мастер-классы. А родители всегда могут присоединиться к детям, особенно в танцевальной студии, где занятия предусмотрены как для взрослых, так и для младших жителей миниполиса. Компания активно поддерживает социально ориентированные бизнес-проекты жителей (детские центры, образовательные и пр.), старается продвигать их услуги среди жителей, постоянно мониторит качество предоставляемых услуг, проводит совместные мероприятия, работает с ними в части развития и трансляции традиционных российских ценностей. Благодаря проекту «Соседский клуб» для жителей созданы условия для развития социального предпринимательства, дополнительные рабочие места и возможность проведения мероприятий и досуга с пользой.

После завершения строительства «Сити-XXI век» не оставляет жилой комплекс, а продолжает активно участвовать в его эксплуатации через компанию «Техстрой». С участием девелопера происходит тщатель-

Более **60** объектов
жилой и коммерческой
недвижимости
Портфель проектов
1 300 000 м²
(из которых 600 000 м² –
реализованные проекты,
700 000 м² – строящиеся
и перспективные проекты)

ный отбор арендаторов коммерческих помещений на территории миниполисов: из их числа исключаются те организации, которые не соответствуют представлениям компании об ответственности бизнеса, например, продавцы алкоголя, табачной продукции и тому подобные. В целях поддержания высокого качества инфраструктуры компания отказалась от продажи нежилых помещений – возможна только аренда. При этом приоритетное право аренды принадлежит именно жителям миниполисов.

Идею Миниполиса® компания представляет на рынке с 2010 года. В соответствии с ней девелопер в настоящее время реализует три масштабных проекта.

Это девелоперская программа развития и благоустройства московского района Строгино общей площадью более 500 тыс. кв.м (ЖК «Янтарный Город», ЖК «Лазурный Блюз», ЖК «Альбатрос», ЖК «Подсолнухи», стадион «Янтарь», Ледовый Дворец «Янтарь», учебно-лабораторный корпус Московского государственного института электроники и математики), строительство жилого квартала «Радужный» общей площадью 247 тыс. кв.м в подмосковном Видном, а также жилого, спортивно-оздоровительного и гаражно-торгового комплекса «Самоцветы» общей площадью 125 тыс. кв. м в Люберцах.

В развитии вышеобозначенной социально ориентированной идеи компания видит свое ноу-хау и серьезное конкурентное преимущество.

«Сити-XXI век» занимает лидирующие позиции на рынке недвижимости Московского региона по гео-



графии коммерческих и социальных интересов и количеству реализованных проектов. За время работы компания инвестировала в строительство жилой и коммерческой недвижимости в различных районах Москвы и Московской области, среди которых Строгино, Куркино, Новые Черемушки, Митино, Марьино, Люблино, Очаково-Матвеевское, Ховрино, Зюзино, Южное Бутово, Братеево, Новокосино, Басманный, подмосковные Мытищи и Видное.

Объекты компании «Сити-XXI век» не раз удостоивались различных наград, среди которых - премия Pro Realty, Urban Awards, RREF AWARDS и другие.





Рутектор

Направление бизнеса ГК «Новард» по продаже промышленного и строительного оборудования осуществляет компания «Рутектор». Она вышла на рынок в 1994 году (до 2011 года работала под названием «ЭКОНИКА-Техно»). Компания обеспечивает ключевые отрасли российской экономики высококачественным оборудованием и разрабатывает индивидуальные решения производственных задач.

Специфика деятельности «Рутектора» такова, что компания всегда находится на передовой технического и технологического прогресса. Оборудование, поставляемое «Рутектором», позволяет охватить ключевые моменты производственного цикла. Ассортимент включает в себя промышленное оборудование для отраслей машиностроения, строительства, нефте- и газопроводов. Принципиально важно, что «Рутектор» занимается не только поставкой оборудования, но и подбором инновационных комплексных решений для производственной задачи любой сложности. Компания предоставляет клиентам полный комплекс услуг – от создания технических проектов, подбора моделей и комплектации оборудования до проведения монтажа и пусконаладочных работ, гарантийного и послегарантийного обслуживания, поставок запасных частей и комплектующих. Единые

10 000 наименований
оборудования
11 регионов
присутствия

корпоративные стандарты обслуживания гарантируют высокий уровень сервиса.

За многолетнюю историю в «Рутекторе» накопился богатый и уникальный опыт создания решений для повышения производительности современного промышленного производства и строительства. Он позволяет компании не ограничиваться общепринятыми рамками и предлагать заказчикам эффективные нетиповые решения. Именно поэтому в ходе ребрендинга в 2011 году компания обозначила для себя новый приоритет развития как центра знаний по созданию и внедрению передовых промышленных технологий для развития экономики России и усиления ее роли в мировом сообществе.

Изобретения и инновационные проекты компании «Рутектор» удостоивались различных наград, среди которых – золотая медаль в номинации «За качество и технические решения» VII Международного форума «Интерполитех», серебряная медаль

в области приборостроения за инфракрасный карбоновый обогреватель «МАКАР TOP» X Московского международного Салона промышленной собственности «АРХИМЕД».

Компания «Рутектор» присутствует не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и во многих крупных городах России.





В 2006 году в Группе компаний «Новард» появилось новое направление деятельности по управлению коммерческой недвижимостью – компания «Новард Эстейт Менеджмент Лимитед».

Компания занимается управлением коммерческой недвижимостью. Среди основных перспективных проектов – торговые центры шаговой доступности «Ларец», концепция которых эксклюзивна и актуальна для любого мегаполиса. Концепция ТЦ предполагает не только все необходимое для жизни рядом с домом, но и призвана ориентировать жителей микрорайона на духовное и физическое развитие, продвигать идеи добра, духовных ценностей, заботу о семьях, о здоровье. Уникальностью концепции является создание в ТЦ теплой и дружелюбной атмосферы, вызывающей ощущение дома, семьи, доброты, любви, чего так не хватает в крупных центрах.

Она предлагает сочетание только качественного ритейла с социальной функцией – творческие центры, места для семейного досуга, социальные акции, формирование сообщества жильцов микрорайона.

В разработке проекта принимали участие за-

рубежные подрядчики. Фирменный стиль и брендбук разработаны лондонским агентством «Dunlop Consultancy», архитектурно-планировочные решения и интерьер-дизайн ТЦ – компанией «Chapman Taylor». В выборе ритейлеров компания уделяет огромное внимание качеству продуктов и услуг, высокому уровню обслуживания, соответствию базовых ценностям ГК.

Первый ТЦ «Ларец» общей площадью 6,6 тыс. кв. м. возводится в составе микрорайона «Радужный», застройку которого ведет компания «Сити-XXI век» в 5-м микрорайоне г. Видное. Ввод в эксплуатацию намечен на 2-е полугодие 2016 г.



Взаимодействие с заинтересованными сторонами

Заинтересованные стороны, оказывающие влияние на бизнес или испытывающие влияние с его стороны, – это те лица, чьи ожидания Группе компаний действительно важно понимать и учитывать. Поскольку холдинг нацелен на удовлетворение насущных потребностей людей, то стремится не просто продавать продукт, а посредством этого продукта улучшать жизнь тех, кого он затрагивает. «Новард», как и многие другие компании, старается превосходить ожидания стейкхолдеров и действовать на опережение в

отношении качества, удобства и пользы продукта.

Постоянное, планомерное и конструктивное взаимодействие с заинтересованными сторонами – возможность для любой компании стать лучше, успешнее, устойчивее на рынке. Именно правильно выстроенные отношения со стейкхолдерами, по сути, являются фундаментом для эффективного управления рисками. Подобной философии придерживается и «Новард», стараясь приносить пользу окружающим и обществу в целом.

Определение заинтересованных сторон и формы взаимодействия

Компания осознает, кто относится к ее заинтересованным сторонам, и, принимая во внимание специфику своей деятельности, к приоритетным из них относит такие группы, как сотрудники и потребители. Сотрудники – это те, кто трудится на благо потребителей, а потребители – те, благодаря кому есть над чем трудиться сотрудникам. Однако «Новард» не умаляет роли других стейкхолдеров и предпринимает необходимые усилия для максимального учета их пожеланий и мнений в своей деятельности.

Заинтересованная сторона	Ожидания	Формы взаимодействия
Сотрудники	<ul style="list-style-type: none"> • Достойные условия труда • Возможности для роста и развития 	<ul style="list-style-type: none"> • Оценка персонала • Учебные семинары • Регулярные встречи • Внутрикorporативные СМИ и обратная связь
Потребители	<ul style="list-style-type: none"> • Качество • Комфорт • Удобство 	<ul style="list-style-type: none"> • Фокус-группы • Оценка удовлетворенности клиентов • Регулярные встречи • Анкетирование
Поставщики	<ul style="list-style-type: none"> • Выгодное партнерство • Своевременность • Качество 	<ul style="list-style-type: none"> • Публичные закупочные процедуры (сайты дочерних компаний) • Регулярные встречи
Профессиональные сообщества	<ul style="list-style-type: none"> • Позиционирование компании • Вклад в развитие и продвижение инновационных подходов к ведению бизнеса 	<ul style="list-style-type: none"> • Членство в профильных объединениях (комитеты, ассоциации и другие) • Участие в круглых столах, конференциях и других мероприятиях
Государственные органы	<ul style="list-style-type: none"> • Реализация социальных обязательств 	<ul style="list-style-type: none"> • Официальные встречи на высшем уровне • Совместные мероприятия
Акционеры	<ul style="list-style-type: none"> • Максимизация доходности бизнеса при ответственном его ведении 	<ul style="list-style-type: none"> • Заседания комитетов • Регулярные встречи
Местные сообщества	<ul style="list-style-type: none"> • Качество среды • Социальные и духовно-культурные возможности 	<ul style="list-style-type: none"> • Социологические опросы • Спонсорство и благотворительность • Конференции и семинары • Регулярные встречи
НКО	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение ресурсов Компании 	<ul style="list-style-type: none"> • Реализация совместных проектов • Конференции • Регулярные встречи
Контрагенты	<ul style="list-style-type: none"> • Прозрачность • Сотрудничество 	<ul style="list-style-type: none"> • Конференции • Официальные источники информации (сайт) • Регулярные встречи
СМИ	<ul style="list-style-type: none"> • Информационные поводы 	<ul style="list-style-type: none"> • Официальные источники информации (сайт) • Размещение пресс-релизов, комментарии по запросам СМИ. Встречи с журналистами (пресс-конференции, пресс-ланчи, пресс-туры)

Стратегия и подход к управлению

Ответственная стратегия

Принципы ответственного ведения бизнеса заложены в самую основу – в миссию и ценности ГК «Новард». Они направлены на реализацию бизнес-модели, которая состоит в сочетании передовых и отечественных традиций.

В Группе компаний существует и активно работает система стратегического управления, которая и ориентирована на осуществление миссии. Стратегия ГК «Новард» разработана и реализуется с целью системного и последовательного развития Компании и достижения высоких результатов с учетом принципов ответственного

бизнеса, которые отражены в документах всех уровней.

Стратегия холдинга в преломлении ответственного бизнеса направлена на повышение уровня удовлетворенности покупателей, вовлеченности сотрудников, их лояльности, постоянное улучшение качества.

Управляющая компания задает ключевые векторы развития дочерним компаниям. По сути, задача состоит в достижении синергетического эффекта в рамках взаимодействия с входящими в состав Группы компаниями.

Ценности и миссия

Лидерство

Российские
духовные ценности

Работа в команде

Надежность

Постоянное развитие
и совершенствование

Мы создаем новую
российскую модель
эффективного бизнеса, которая
гармонично сочетает передовой
мировой опыт и лучшие
отечественные традиции
предпринимательства
и меценатства.



В холдинге все ключевые дочерние компании имеют стратегические цели, которые привязаны к приоритетам Группы компаний в целом:

- сохранение и рост стоимости Группы, рост экономической эффективности
- создание уникальных высококонкурентных продуктов и услуг
- высокий уровень удовлетворенности клиентов
- сохранение и развитие профессиональной ценностно ориентированной команды
- развитие системы ответственного ведения бизнеса
- минимизация рисков и их негативных последствий
- развитие инновационной среды
- повышение эффективности внутренних бизнес-процессов

Компания «Сити-XXI век» в своей стратегии на 2014 год определила необходимость приобретения новых проектов при постоянном совершенствовании качества реализации и вводе в эксплуатацию запланированных объектов, продвижение концепции Миниполис®, а также продолжение совершенствования работы комиссии по качеству и отслеживания новых технологий.

«ЭКОНИКА» в 2014 году с целью обновления представления своего бренда и его продвижения привлекла ведущую международную консалтинговую компанию. На первом этапе была проведена серия семинаров и фокус-групп как с сотрудниками «ЭКОНИКИ», так и с ее потребителями, чтобы определить, каким видят новый бренд заинтересованные стороны. Важно, что российское происхождение компании было отмечено как одно из возможных конкурентных преимуществ обновленной сети, которое подчеркивает достоинства российских ценностей, включающих семейственность, любовь, верность и другие, как в самом продукте, так и в работе с клиентами.

С целью достижения поставленных целей на уровне Группы компаний и дочерних организаций действует система сбалансированных показателей, которые измеряются на ежеквартальной ежегодной основе. Система показателей включает в себя и показатели, позволяющие измерить, насколько бизнес социально ответственен, в частности, показатели по волонтерству, участию в новых и традиционных социальных проектах и другие.

В отношении стратегии дореволюционные предприниматели были людьми очень смелыми. Их не пугали ни большие расстояния, ни полное отсутствие инфраструктуры, ни дефицит знаний в какой-либо области. Один из примеров – знаменитая семья Второвых. Старший ее представитель,



А.Ф. Второв

Александр Федорович, купец из Костромской губернии, уехал из родного города в Сибирь, где занялся продажей тканей и кожаных изделий. Его фирма росла, сеть расширялась, он стал одним из первых в России миллионеров. И уже добившись таких успехов, Второв кардинально изменил свою жизнь и переехал в Москву, где открыл «Товарищество А. Ф. Второва с сыновьями». Дело отца продолжил Николай Александрович Второв, под руководством которого товарищество добилось больших успехов уже в совершенно другой сфере – химической, металлообрабатывающей и строительной. Масштаб впечатляет: от Сибири – до Москвы, от торговли – до промышленного производства.

Корпоративное управление

Цепочка создания стоимости, а именно обеспечение своевременного и качественного производства продукта, определяется системой управления - в частности тем, как она выстроена.

Задача руководства ГК «Новард» состоит в повышении эффективности управления ключевыми бизнес-процессами, которое должно способствовать решению поставленных целей и задач. Корпоративное управление представляет собой широкий арсенал различных инструментов, использующихся для производства продукта, который в полной мере должен удовлетворять потребности одной из ключевых заинтересованных сторон Группы компаний – потребителей.

Ответственность бизнеса как его основа не стоит особняком в системе управления, а определяет каждый аспект деятельности ГК «Новард». При этом ее роль выделяется и четко сформулирована.

В частности, компания активно работает над развитием и реализацией уникальной бизнес-модели, о которой уже упоминалось выше и которая направлена, в конечном итоге, на создание блага для общества в целом.

Структура управления

Высшим руководящим органом в ГК «Новард» является президент, на уровне которого функционирует и Рабочая группа по ценностям, что говорит о серьезной заинтересованности топ-менеджмента в этом вопросе. Рабочая группа по ценностям была сформирована в 2013 году с целью решения таких задач, как контроль соответствия ведения бизнеса ценностям холдинга, улучшение качества работы подразделений в этом направлении.



В функции Директора по связям с общественностью, наряду с взаимодействием с внешней средой, входит управление ответственностью бизнеса. Директор по связям с общественностью и ответственности бизнеса напрямую подчиняется президенту ГК «Новард». В его компетенцию входит продвижение повестки ответственного бизнеса, включая российские духовные ценности, во внутренней и внешней среде. На уровне Департамента по связям с общественностью определены такие показатели, как выполнение плана-графика по внедрению системы ответственного

Наиболее заметные предприниматели XIX-XX веков – имели очень широкий и гибкий диапазон стратегических решений. Само понятие стратегии для них включало в себя множество аспектов. Дело не ограничивалось покупкой производственных мощностей и базовым обучением работников. Для персонала строились целые городки, где было все необходимое. Важное место в стратегии занимали постоянное совершенствование технологий, оборудования, повышение квалификации рабочих. Стратегически важным был и сам выбор направления деятельности. Например, Василий Иванович Прохоров начинал с пивоваренного дела – с того, что «подвернулось» под руку. Оно приносило хороший доход, но добропорядочной семье Прохоровых не нравилось. Жена Василия Ивановича, Екатерина Никифоровна, нередко и с грустью говорила: «Не могу я молиться об успехе твоего дела, не могу желать, чтобы больше пил народ и через то разорялся». При первом удобном случае Прохоров оставил пивоваренное производство, начав вместе с мастером Резановым ситуационное дело. Хотя это был более трудный путь: сам Василий Иванович не обладал знаниями в этой области, поэтому большую часть доходов от производства он много лет отдавал мастеру, который обучал рабочих.

В.И. Прохоров



бизнеса, обеспечение соответствия рекламной деятельности ценностным установкам холдинга, а также качество бизнес-процессов.

При реализации стратегии Группа компаний сталкивается с определенными сложностями, что вполне закономерно. Среди них можно отметить:

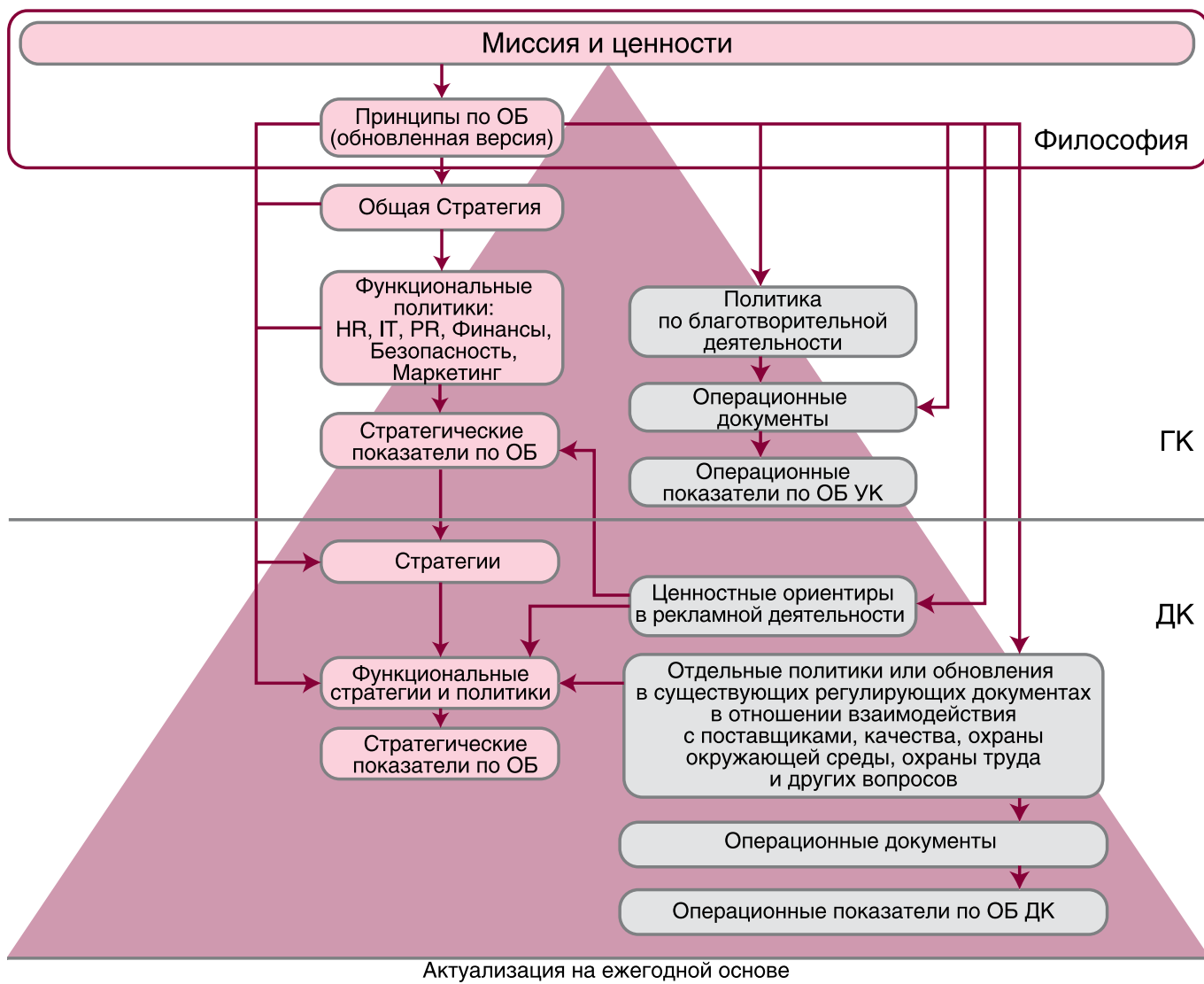
- валютные риски;
- сложность прогнозирования ситуации в отрасли;
- необходимость постоянной корректировки стратегии в связи с появлением внутренних и внешних факторов.

Регулирующие документы

Основным регулирующим документом, который определяет подход «Новарда» к бизнесу, являются ценности Группы компаний. Именно они служат основой для формирования общей стратегии и показателей эффективности, а именно ССП.

Устремления в корпоративном управлении

Группа компаний нацелена на максимальное повышение качества управления вопросами, связанными с ответственностью бизнеса, которая должна прослеживаться на всех уровнях – от высшего руководства до рядового сотрудника.



На схеме показана иерархия документов, которую Группа компаний определила для себя целевой и планирует утвердить в 2014 году. Принципы ответственного бизнеса, как и миссия с ценностями, определяют философию Компании. На момент отчетного периода холдинг располагал также социальным кредо на уровне управляющей структуры и отдельными социальными кредо на уровне дочерних компаний. Однако в начале 2014 года было произведено обновление структуры и содержания документов, в результате чего во избе-

жание дублирования информации было предложено исключить кредо на всех уровнях и распространить действие принципов ответственного бизнеса на Группу компаний в целом. Также были разработаны проекты таких документов, как «Политика по благотворительности» и «Ценностные ориентиры в рекламной деятельности», которые холдинг планирует утвердить в 2014 году, проведя серию рабочих сессий для высшего и среднего руководства.

Задачей обновленной системы регулирующих до-

кументов, которые также должны будут включать операционные документы и систему сбалансированных показателей, является трансляция принципов ответственности бизнеса на бизнес-процессы на всех уровнях Группы компаний.

Холдинг особое внимание уделяет постоянному совершенствованию бизнес-процессов, за что отвечает отдельное подразделение. Эта работа подразумевает, прежде всего, обновление карт процессов, матриц ответственности с целью повышения эффективности работы всей Группы компаний.

На уровне дочерних компаний холдинг намерен внедрить отдельные политики – там, где это применимо. Работа в этом направлении запланирована на вторую половину 2014 года.

Более подробно о «Политике по благотворительности» и «Ценностных ориентирах в рекламной деятельности» можно прочитать в соответствующих разделах настоящего Отчета.

Ответственная продукция

Качество продукции

Качество продукта является лицом любой компании, а также определяющим фактором ее успеха и лояльности потребителей. Вот почему самое пристальное внимание в создании и продвижении продукции ГК «Новард» уделяет именно качеству – как самого продукта, так и подхода к взаимодействию с потребителями, включая коммуникации.

Принципы ответственного бизнеса основаны на взаимовыгодном взаимодействии холдинга с его заинтересованными сторонами и включают в себя:

- ответственное отношение к сотрудникам, предоставление возможностей для раскрытия их потенциала, всестороннее вовлечение их в труд, созидающий благо для общества
- взаимовыгодное, открытое и надежное партнерство с потребителями и партнерами
- бережное отношение к окружающей среде, ответственное партнерство, возрождающее дух морально-этических ценностей предпринимателей дореволюционной России

Подход «Экономики»

Маркетинговая политика компании направлена, в первую очередь на удовлетворение потребностей клиентов, нацелена как на исполнение коммерческих целей компании, так и на реализацию проектов социальной ответственности.

Ключевые факторы успеха

на уровне производства продукции:	на уровне предоставления сервиса:
<ul style="list-style-type: none"> • умение создавать оригинальный и привлекательный товар; • высокое качество производимых товаров; • низкие издержки производства; • налаженное партнёрство с поставщиками; • гибкость в производстве различных моделей и типов-размеров, возможность учета индивидуальных запросов покупателей. 	<ul style="list-style-type: none"> • доступный и хорошо организованный сервис; • широта ассортимента и возможность выбора товаров; • наличие гарантий на товары и гарантий выполнения обязательств; • вежливость, доброжелательность персонала, индивидуальный подход; • приемлемые цены; • лояльность потребителей; • имидж марки, бренда.

Создание качественной продукции

В структуре сети «ЭКОНИКА» есть собственный отдел создания коллекции, в котором творческий процесс основан на применении лучших мировых практик. Для создания коллекции привлекаются итальянские стилисты, а также международные консультанты по стилю. Компания не располагает своими производственными площадками, поэтому сотрудничает с ведущими фабриками Италии, Португалии, Румынии, Бразилии, Индии, Турции и Китая. В структуре компании функционирует производственный отдел, который осуществляет многоуровневый контроль производства всей заказываемой продукции с момента согласования контрольного образца до проведения приемки уже произведенной продукции. Компанией проводится достаточно емкая работа, направленная на оптимизацию параметров впорности обуви, улучшения качества используемых материалов (кожа, подошва, промежуточные материалы, упаковка). В рамках реализации обуви менее 1.25% подлежит возврату в результате выявления производственного брака, что говорит о высоком качестве продукции.

Славилась качеством продукция хлопчатобумажной фабрики Павла Михайловича Рябушинского, которую он в 1869 году купил вместе с братом Василием близ Вышнего Волочка Тверской губернии. На Всероссийской торгово-промышленной выставке в Москве в 1882 году их фирма даже получила право изображать на своих товарах государственный герб — как знак высокого качества изделий. Фабрика, ее продукция, финансовые



П.М. Рябушинский

операции, исполнение долговых обязательств – все было так безупречно, что и партнеров обязывало к особому отношению. Так, продавцы хлопка делали братьям скидки на сырье, потому что партнерство с Рябушинскими считалось большой честью и служило самим поставщикам своего рода визитной карточкой.

Предоставление качественных услуг

Для поддержания высокого уровня обслуживания в салонах женской обувной сети «ЭКОНИКА» разработаны и четко соблюдаются стандарты работы розничной сети, которые прежде всего направлены на создание уникальной атмосферы покупки. Они определяют как работу с внутренним и внешним состоянием салонов, так и обслуживание клиентов.

Среди контролируемых параметров салонов:

№	Предмет контроля	Контролируемые параметры
1	Вывеска, фасад, входная группа	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствуют повреждения вывески • Информация о режиме работы салона в безупречном состоянии • Стикеры обслуживаемых кредитных карт или любой др. информации в безупречном состоянии • Чистота территории рядом с входной зоной с уличной стороны (урна, крыльцо)* • Отсутствуют повреждения крыльца и ступеней* • Входная дверь без повреждений и чистая* • Наличие таблички «открыто-закрыто»*
2	Витрина	<ul style="list-style-type: none"> • Витринные стекла и внутреннее пространство витрины чистые • Освещение витрины исправно/работает (обязательное освещение витрины при недостатке дневного света и в темное время суток) • Рекламное оформление витрин (постеры/плакаты) соответствует сезону и в хорошем состоянии • Недопустимо размещение на витрине или входных дверях информации о найме на работу, не согласованной с департаментом персонала центрального офиса • Витринное оборудование исправное, без видимых сколов, тросовая система подвесных «качелей» исправна (без провисаний) • Витринные ценники аккуратно выставлены у каждого товара

№	Предмет контроля	Контролируемые параметры
3.	Внутреннее оформление салона	<ul style="list-style-type: none"> • В зале звучит только лицензионная музыка, уровень громкости музыкального сопровождения не препятствует спокойному общению с покупателями • На плазмах воспроизводится только лицензионный контент** • Кондиционеры работают исправно, в зале комфортный температурный режим • Отсутствие в салоне неприятного запаха (запах пищи, резкий запах моющих средств и т.д.) • Наличие на кассовом узле монетницы в хорошем состоянии, без сколов и трещин • Наличие информационной фоторамки или информационной таблички формата А5 в хорошем состоянии без сколов, трещин, пыли на кассовом узле • Наличие информационных табличек формата А5 в хорошем состоянии без сколов, трещин, пыли в зале
4	Торговое оборудование	<ul style="list-style-type: none"> • На торговом оборудовании отсутствуют повреждения (трещины, отбитые грани углов, сколы, царапины и трещины зеркальных и стеклянных поверхностей) • Ложки для примерки в хорошем состоянии (без искривлений, сколов, в достаточном количестве) • Примерочные места исправны
5	Освещение торгового зала	<ul style="list-style-type: none"> • Освещение торгового зала исправно • Направление освещения не мешает просмотру ассортимента
6	Чистота и порядок в торговом зале	<ul style="list-style-type: none"> • Пол, стены, стеклянные поверхности и зеркала, примерочные коврики чистые • Грязь и пыль на полках торгового оборудования отсутствуют
7	Выставление обуви, сумок, аксессуаров, сопутствующих товаров	<ul style="list-style-type: none"> • Обувь, сумки, аксессуары в торговом зале выставлены аккуратно, согласно сезонному мерчендайзинг-буку • Все выставяемые модели обуви застегнуты или зашнурованы, а концы шнурков заправлены внутрь; надувные вставки в голенища сапог и ботильоны не выглядывают из обуви • Ценники закреплены на каждой единице товара, вложены в голенище обуви или внутрь сумки. Ценники не выглядывают из обуви и сумок • Обувь и сумки чистые и без повреждений • Аккуратно выставлен сопутствующий товар

* Для отдельно стоящих салонов

** Для салонов, оборудованных плазмами

Среди контролируемых параметров работы персонала:

1. Внешний вид персонала
 2. Работа персонала в торговом зале, выполнение правил взаимодействия с Клиентом на различных этапах продаж:

- приветствие и установление контакта с потенциальным Клиентом
- выявление потребностей Клиента
- примерка и презентация товара (с информированием Клиента об актуальных модных тенденциях в сезоне);

- ответы на возражения и сомнения Клиента
- дополнительные продажи
- оформление покупки и завершение продажи

Дополнительные этапы взаимодействия с Клиентом:

- бронирование товара
- обмен и возврат товара, работа с претензиями клиентов



Сквозные показатели по всем этапам взаимодействия с Клиентом:

- скорость обслуживания (на всех этапах взаимодействия с Клиентом)
- доброжелательность и приветливость персонала (общий фон коммуникации на всех этапах взаимодействия с Клиентом)

3. Общение и консультирование Клиентов по телефону

4. Участие персонала в проведении маркетинговых исследований

Наиболее ярким показателем качества продукции и услуг, которые предоставляет сеть «ЭКОНИКА», являются отзывы потребителей и их оценка. «ЭКОНИКА» ежегодно проводит исследование удовлетворенности покупателей в отношении таких аспектов, как качество продукции и подход к обслуживанию. По результатам исследования индекс удовлетворенности клиентов на протяжении последних трех лет стабильно держится на уровне 90%, что говорит об удовлетворенности как уровнем качества представленной продукции и коллекции в целом, так и уровнем обслуживания в салонах сети «ЭКОНИКА».

Подход «Сити-XXI век»

Качеству «Сити-XXI век» уделяет особое внимание на всех этапах реализации проекта – от проектирования до эксплуатации:

- разрабатываются внутренние регулирующие документы и технологические карты, обеспечивается промежуточный контроль проектной документации и ее соответствия ТЗ, проводится внутреннее обучение сотрудников, в том числе – группы технического надзора, уделяется особое внимание хранению строительных материалов и оборудования, выполняются обследования до сдачи объектов с целью выявления дефектов;
- формируется портрет потребителей с целью определения и выявления их потребностей для лучшего удовлетворения последних;
- проводится полноценный бенчмаркинг конкурентов и их отслеживание, изучение достоинств и недостатков их объектов, что позволяет компании создавать более качественный продукт;
- в отношении качества работы с потребителями с 2011 года по результатам ежемесячных проверок отделом контроля качества процесса продаж готовится список рекомендаций, способствующих увеличению удовлетворенности клиентов при обращении в компанию и повышению лояльности клиентов компании;
- «Сити-XXI век» не просто продает квартиры, а сопровождает покупателя на протяжении его жизни. На этапе эксплуатации сопровождение клиента осуществляется через компанию ООО «Техстрой», предоставляющую полный комплекс услуг по обеспечению комфортной жизни и эксплуатации зданий. В рамках

Вопрос качества всегда был главным для Сергея Ивановича Четверикова, московского предпринимателя, принявшего от отца Городищенскую суконную фабрику в Богородском уезде Московской губернии. Предприниматель не поддавался на уговоры снизить качество продукта и получить за счет этого больше прибыли даже в период серьезной конкуренции с польскими тканями из Лодзи - они имели красивый рисунок и дизайн, но были низкого качества, а соответственно и стоили намного дешевле. Многие конкуренты экономили, делая менее плотные ткани и маскируя это в процессе отделки. Но Четвериков говорил, что скорее пойдет по миру, чем решится на такое. В результате знаменитое четвериковское сукно было хорошо известно по всей России, служило образцом качества и пользовалось популярностью.



контроля качества регулярно проводится аудит внутреннего и внешнего вида зданий, опросы жителей, встречи с ними для конструктивного и системного обсуждения и решения актуальных вопросов, предотвращения и недопущения возможных рисков и повышения лояльности по отношению к управляющей компании;

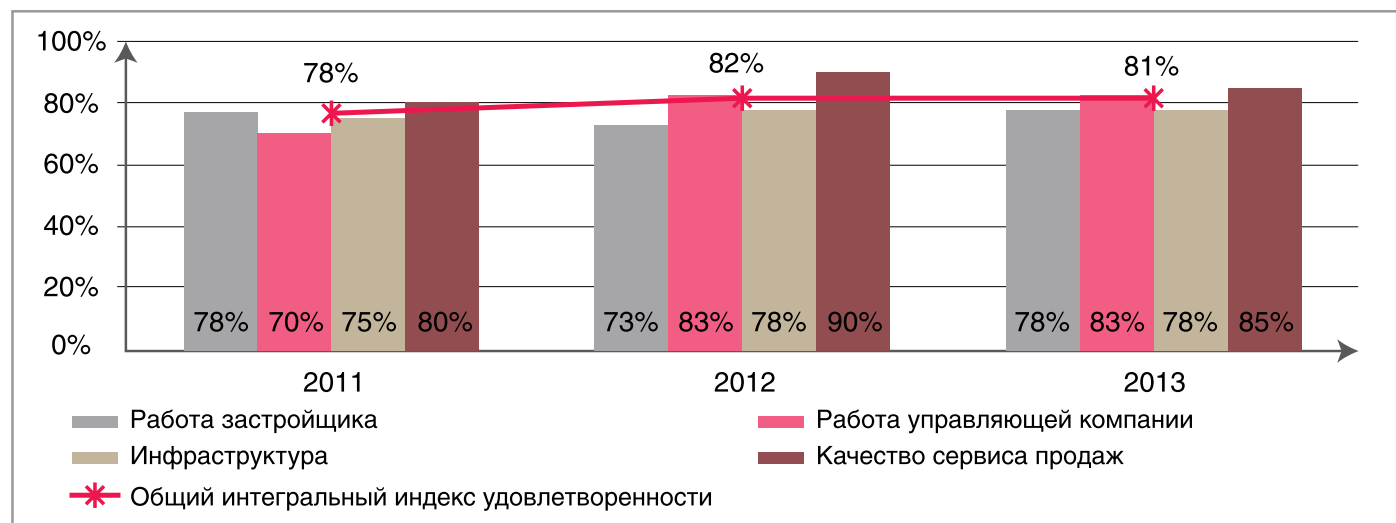
- в том числе, «Сити-XXI век» стремится к максимальному привлечению потребителя к процессу создания продукта на как можно более ранних стадиях.

Так, в 2011 году совместно с жителями микрорайона «Радужный» (г. Видное) компания высадила липовую аллею и благоустроила прогулочную зону, которая сегодня стала любимым местом отдыха жителей не только микрорайона, но и прилегающих районов. В 2013

году завершился еще один проект дополнительного благоустройства территории: совместно с жителями ЖК «Лазурный Блюз-2» в Строгинском микрорайоне компания обустроила, озеленила и декорировала малыми архитектурными формами придомовую территорию комплекса. В этом же году по просьбе жильцов в «Янтарном городе» (Строгинский микрорайон) были модернизированы детские и спортивные площадки;

- ежегодно в «Сити-XXI век» проходит оценка удовлетворенности потребителей, которая затрагивает весь процесс продаж, качество строительства, услуги в сданных микрорайонах с целью постоянного совершенствования качества оказываемых услуг.

Рассматривая в динамике результаты исследований, можно отметить, что все индексы имеют растущий тренд.



Коммуникации

Коммуникации как инструмент позиционирования Группы компаний с целью продвижения ее продукции являются обширным полем, на котором можно играть по самым разным правилам. В настоящее время все чаще можно видеть, как разные организации используют откровенные послы, методы манипулирования сознанием, эксплуатируют инстинкты, стремясь таким образом привлечь как можно больше внимания со стороны потенциальных покупателей.

В своих коммуникациях ГК «Новард» стремится, прежде всего, создавать благо для общества и продвигать российские духовные ценности, к которым относятся добро, вера, общинность, патриотизм, красота, поиск истины, память предков, совесть, милосердие, трудолюбие. Коммуникации используются, в частности, как просветительский инструмент, направленный на развитие самосознания и воспитание традиционных взглядов.

В частности, Миниполис® – пример продвижения не продукта, а образа жизни. Из нижеприведенных примеров его рекламы становится очевидным, что компания «Сити-XXI век» предлагает определенное качество жизни, центральное место в котором занимает семья.

В коммуникационной политике компании также закреплены принципы, направленные на максимальную прозрачность и честность во взаимодействии с внешними аудиториями:

1. стремление к информационной открытости;
2. высокая коммуникационная активность;
3. сочетание имиджевого продвижения Компании и продуктового (проектного) продвижения (объекты, услуги);
4. соответствие исходящего контента идеям и принципам концепции миниполисов и ответственного бизнеса;
5. отказ от нелегитимных методов коммуникационно-го воздействия, «серых информационных технологий».

КВАРТАЛ КРАСКИ ЖИЗНИ

КВАРТИРЫ В Г. ВИДНОЕ

НЕ ТАКОЙ КАК ВСЕ

РАССРОЧКА ДО 15 МЕСЯЦЕВ

755-88-55

Сити XXI век

КВАРТАЛ КРАСКИ ЖИЗНИ

НЕ ТАКОЙ. КАК ВСЕ

КВАРТИРЫ В Г. ВИДНОЕ

НА ЛЮБОЙ ВКУС!

РАДУЖНЫЙ МАНИПОЛИС

Сити XXI век

(495) 755-88-55

политическая декларация находится на сайте sbrwef.ru

Сити XXI век

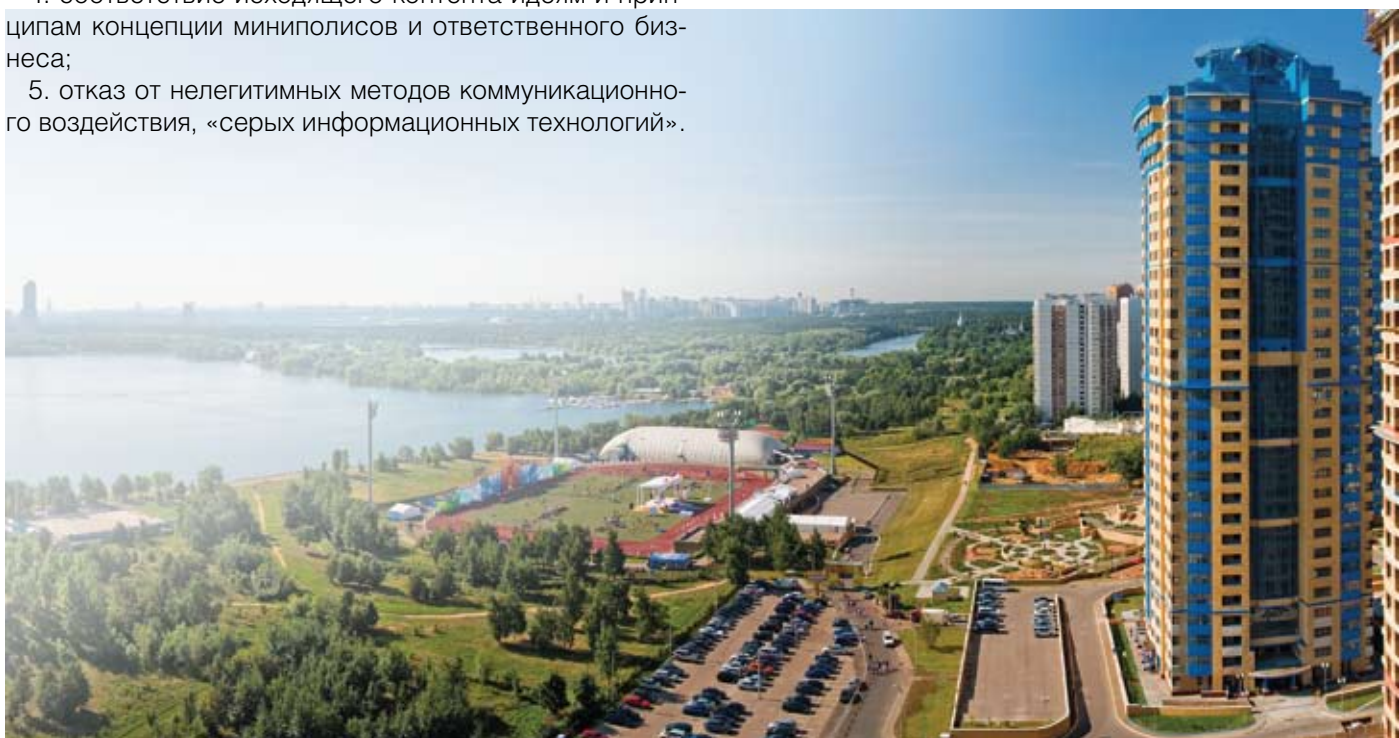
Квартиры в г. Видное

ВСЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ

МИНИПОЛИС

(495) 755-88-55

политическая декларация находится на сайте sbrwef.ru





Забота о сотрудниках и их семьях

На протяжении 25 лет Группа компаний «Новард» делает ставку на эффективную работу в команде. В ее основе – не только ведение ответственной деловой практики, но и бережное отношение к людям, которое поддерживается в повседневной жизни, реализуется в различных проектах, программах

Основные принципы и подходы к взаимодействию с персоналом

Акционеры и топ-менеджеры ГК «Новард» убеждены, что без эффективного взаимодействия с сотрудниками ни одна компания не способна добиться успеха. Поэтому работу с персоналом в холдинге считают одним из самых важных аспектов деятельности, требующим большого внимания и непрерывного совершенствования. Во взаимодействии с сотрудниками Группа компаний ориентируется на ряд внутренних документов, основным из которых является Политика в области управления персоналом.

ГК «Новард» стремится сформировать сплоченную команду высокопрофессиональных сотрудников, которая руководствуется в своих действиях корпоративными ценностями. Ключевой задачей является содействие профессиональному росту и развитию карьеры сотрудников: каждая компания поддерживает развитие и обучение персонала, создает условия для продвижения тех, кто проявляет инициативу и демонстрирует высокие показатели в каждодневной работе.

Взаимоотношения Группы компаний и каждого сотрудника изначально выстраиваются на принципах взаимоуважения и партнерства. В «Новарде» стремятся к тому, чтобы каждый человек чувствовал себя частью большого и дружного коллектива, понимал свою значимость, знал, что его интересы уважают, а к мнению прислушиваются. Дочерние компании Группы стараются создать для этого все необходимые условия, применяя коллегиальные методы работы, вовлекая сотрудников в открытое обсуждение задач подразделений и компании в целом.

При этом компании рассчитывают на ответственность со стороны персонала, которая заключается в достижении требуемых результатов, использовании предоставленных сотрудникам ресурсов и возможностей.

Все компании «Новарда» стремятся обеспечить максимальную прозрачность процессов и доступность информации, касающейся персонала. А одной из ключевых задач руководителей всех уровней является управление персоналом с использованием современных методов и инструментов менеджмента.

В дореволюционной России крупные промышленники – Третьяковы, Рябушинские, Морозовы и другие – строили целые городки для рабочих, руководствуясь при этом как практическими, так и нравственными соображениями.



Дом для семейных рабочих Раменской ткацкой фабрики

Сотрудник, прошедший с утра от дома до фабрики 5-6 километров, был менее эффективен на работе. Кроме того, предприниматели стремились, чтобы все работники были частью одного организма: они считали, что это очень важный социально-психологический момент. Поэтому для рабочих строили при фабрике не только жилье, но и больницы, ясли, столовые, родильные дома, богадельни, учебные заведения, театры, библиотеки. Приходя на фабрику, бывший крестьянин переходил на совершенно другой уровень: он начинал жить в хорошем кирпичном доме с канализацией, водопроводом, электрическим освещением, что в те времена было практически роскошью. Плата за такое жилье была чисто символическая: 20 копеек в месяц за «окно», т.е. за небольшую комнату. В то время как зарабатывали рабочие массовых профессий от 14 рублей в месяц. Такая социальная политика оказалась для предпринимателей верной: улучшая условия труда и жизни людей, они способствовали возникновению целых рабочих династий, и дети работающих шли на ту же самую фабрику.



Комната семейного рабочего

Отражение ценностей на взаимодействии с персоналом

Сегодня в ГК «Новард» работают более 2350 человек, и все они объединены общими для холдинга ценностями.

Ценности ГК «Новард»	Приоритеты Политики ГК «Новард» в области управления персоналом
Постоянное развитие и совершенствование	<ul style="list-style-type: none"> • Реализация системы развития персонала • Совершенствование применяемых практик/инструментов мотивации, их сочетание, расширение • Развитая инновационная среда (на всех уровнях управления) • Изучение и тиражирование лучших практик, знаний, опыта
Надежность	<ul style="list-style-type: none"> • Создание условий для долгосрочного сотрудничества с персоналом • Поддержка ветеранов (сотрудников, проработавших в компании более 5 лет) • Наличие «прозрачной» конкурентоспособной системы оплаты труда, связывающей оплату труда с индивидуальными и корпоративными результатами деятельности • Выполнение компанией обязательств перед сотрудниками
Работа в команде	<ul style="list-style-type: none"> • Ценностно-ориентированная команда сотрудников • Вовлеченный персонал • Непрерывное развитие вертикальных и горизонтальных коммуникаций • Налаженная система обратной связи • Создание новых возможностей для профессионального делового и неформального общения
Российские духовные ценности	<ul style="list-style-type: none"> • Сильная корпоративная культура, продвижение ценностей семьи, любви, добра • Проведение различных мероприятий в поддержку православия, семьи, здорового образа жизни • Оказание помощи сотрудникам, попавшим в сложные жизненные ситуации
Лидерство	<ul style="list-style-type: none"> • Развитые компетенции сотрудников • Системное управление кадровым резервом • Эффективная система делегирования полномочий и ротация персонала

Команда

Основная часть персонала «Новарда» сосредоточена в Московском регионе. Характерным отличием коллектива являются низкая текучесть кадров и значительное число сотрудников, работающих в компаниях пять и более лет – около 35%. В Группе считают это показателем эффективной работы в области управления персоналом и правильности принимаемых управленческих решений.



Подбор персонала

При подборе персонала на вакантные должности в первую очередь учитываются образование, опыт работы кандидата, наличие у него соответствующих профессиональных навыков, а также то, разделяет ли он ценности «Новарда».

При этом в компаниях Группы стремятся соблюдать баланс подбора персонала из внутреннего кадрового резерва и внешних источников. Для должностей топ-менеджеров, руководителей среднего звена и ключевых специалистов применяется соотношение 50% на 50% на внешние и внутренние источники подбора. Сотрудники компании имеют приоритетную возможность занять вакантную должность при условии наличия соответствующей квалификации.

подавляющее большинство кандидатов принимаются в компанию на условиях постоянной занятости, практика привлечения временного персонала в Группе ограничена.

«Новард» стремится привлекать талантливых молодых специалистов, взаимодействуя с вузами. Студенты и выпускники учебных заведений могут пройти стажировку в различных подразделениях в соответствии с целевым запросом дочерних компаний холдинга. Лучшим из них предоставляются возможности для дальнейшего сотрудничества.

Компаниям Группы успешно удается поддерживать положительную репутацию «Новарда» как работодателя в глазах потенциальных сотрудников, что приобретает особое значение сегодня, когда конкуренция

на рынке труда постоянно растет. Так, в 2013 году «ЭКОНИКА» вошла в список самых привлекательных компаний с точки зрения соискателей по результатам ежегодного исследования «Привлекательный работодатель» портала Superjob.ru.

В 1820 году Тимофей Васильевич Прохоров открыл первый в России рабочий театр при фабрике. Многие встретили это с непониманием, тем более что Москва в то время была еще в плачевном состоянии после пожара 1812 года – казалось бы, не до развлечений. Но Прохоровы раньше других поняли, что рабочим необходима культура – в первую очередь как альтернатива праздному времяпрепровождению в кабаках, которое влияло на производство не самым благоприятным образом. И они не прогадали. Театр пользовался у рабочих огромной популярностью, он дал их жизни качественно новое содержание: они принимали в спектаклях самое активное участие, с удовольствием ходили в театр по вечерам, а режиссером был сам Тимофей Васильевич. Это начинание взяли на вооружение многие другие предприниматели дореволюционной России.



Т.В. Прохоров

Профессиональное развитие и карьера в ГК «Новард»

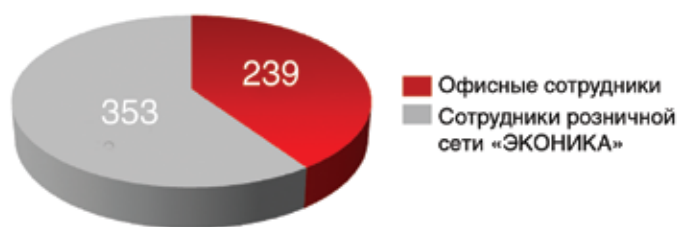
Вопросы профессионального развития и построения карьеры находятся на стыке интересов компаний и сотрудников и имеют одинаковую важность для обеих сторон. В Группе компаний «Новард» им уделяется большое внимание.

Холдинг заинтересован в эффективном применении знаний и навыков своих сотрудников, в их профессиональном и карьерном росте, готов поддерживать и создавать условия для продвижения тех, кто способен брать на себя ответственность не только за результаты своей деятельности, но и за реализацию коллективных проектов, проявлять инициативу и творчество.

Каждая компания холдинга старается создавать особые условия для тех, кто успешно развивается, повышая свой профессионализм вместе с компанией. Именно им в первую очередь предоставляется возможность перейти на новый должностной уровень.

Ежегодно во всех компаниях холдинга для персонала проводится комплексная оценка профессионализма, компетенций и эффективности. По ее итогам выявляются наиболее перспективные сотрудники, для которых совместно с руководителями формируются

Перемещение сотрудников на новые должности в 2012-2013 гг.



За 2012-2013 гг. на новые должности были перемещены 592 сотрудника

планы профессионального и карьерного развития на следующий год. Они попадают также во внутренний кадровый резерв Группы компаний и становятся первыми кандидатами как на срочное замещение вакантных должностей, так и для перспективных проектов.

С каждым годом увеличивается количество руководящих должностей, которые занимают компетентные сотрудники Группы, проявившие в работе свой потенциал и высокую результативность.

Планируется расширить спектр возможностей, предоставив сотрудникам шанс более активно перемещаться на новые должности не только в одной из компаний, но и в рамках Группы в целом.

Одна из стратегических задач департаментов управления персоналом Группы до 2017 года - обеспечить системное управление кадровым резервом, ежегодно увеличивая процент сотрудников, состоящих в резерве, и процент вакансий, закрытых «резервистами».

По результатам ежегодной оценки также принимаются решения в области обучения персонала. В холдинге существует несколько направлений, по которым осуществляется обучение:

1. внешнее индивидуальное обучение – формируется на основе индивидуальных заявок от сотрудников, утвержденных непосредственным руководителем. Организуется и проводится оно для конкретного сотрудника и направлено на решение задач, находящихся в рамках его деятельности в компании. Может быть организовано обучение следующих видов: семинары, тренинги, консультации, конференция, форум, коучинг, курсы повышения квалификации, обучение MBA/второе высшее образование;

2. внутреннее обучение (осуществляется в собственных учебных центрах компаний):

- корпоративное – формируется на основании стратегических потребностей ГК «Новард». Службой персонала Управляющей компании разрабатывается план корпоративного обучения, который в обязательном порядке включается в план каждой дочерней компании. Основные направления корпоративного обучения:

- адаптационные семинары и тренинги;
- решение стратегических задач;
- развитие управленческих навыков и лидерства;
- развитие корпоративных компетенций и повышение бизнес-эффективности;
- профильное обучение;

- внутрифирменное обучение – формируется на основании потребностей бизнеса и направлено на развитие профессиональных компетенций сотрудников.

При Прохоровской мануфактуре был создан целый культурно-образовательный комплекс. Здесь были начальные школы для неграмотных, школы с образованием на уровне современных 4-5 классов, курсы профессионального мастерства, где давались основы химии, механики. Кроме того, Прохоровы регулярно приглашали профессоров из высшего технического училища – у них были очень тесные связи с научной сферой. А когда на Западе появлялись технологические новинки, они нанимали владельцев этих технологий для обучения рабочих, не жалея на это финансовых средств.



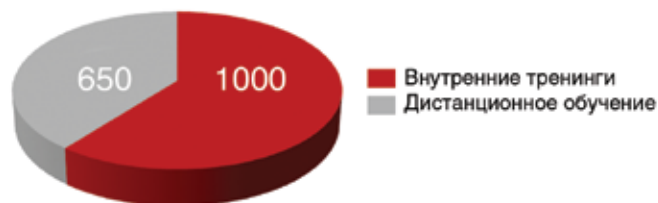
Саморазвитие – это процесс осознанного целенаправленного развития себя, который включает самостоятельное совершенствование своих знаний, умений, личностных и функциональных качеств, компетенции в целом, обеспечивающих эффективность профессиональной деятельности. Саморазвитие является непростой задачей, поскольку не все обладают качествами, которые необходимы для целенаправленной работы над собой и достаточными ресурсами для выбора нужной информации. На Интранет-портале размещаются обучающие материалы, организуется дистанционное обучение, в компании существует библиотека профессиональной литературы. Сотрудники могут выбрать из предлагаемого набора информации только то, что они считают для себя полезным и необходимым, что соответствует их потребностям и планам профессионального роста.

Внешнее обучение в ГК «Новард» в 2013 году



В 2013 году внешнее обучение в ГК «Новард» прошли более 377 сотрудников

Внутреннее обучение в ГК «Новард» в 2013 году



В 2013 году внутреннее обучение в ГК «Новард» прошли более 1650 сотрудников

Система мотивации



Система мотивации сотрудников Группы компаний «Новард» состоит из материальной и нематериальной частей. Своевременно и в полном объеме компании выполняют все обязательства, связанные с

вознаграждением работников. Сотрудники получают конкурентоспособную заработную плату. В холдинге стремятся увеличить процент сотрудников, охваченных системой оценки эффективности результатов деятельности, а также сотрудников, у которых есть мотивационные карты.

Для предпринимателей начала XIX века было практически невозможно найти профессиональных сотрудников – персонал приходилось создавать с нуля. Так, Тимофей Васильевич Прохоров, приняв от отца ситценабивную фабрику после войны 1812 года, обнаружил, что большинство ее рабочих неграмотны. Время же требовало совсем иного уровня подготовки. И в 1816 году Тимофей Прохоров открыл первую в России фабричную ремесленную школу, взяв все расходы по ее содержанию на себя. Десятки мальчиков учились в школе читать, писать, считать, получали производственные навыки. Она фактически положила начало профтехобразованию не только в России, но и в Европе.

К нематериальной части относится частичная компенсация расходов на питание, мобильную связь, добровольное медицинское страхование, а также скидки на корпоративную продукцию для всех сотрудников Группы компаний.

«Новард» ценит эффективность, результативность сотрудников, высокую производительность труда, и для развития этих качеств в холдинге действуют следующие социальные программы и программы нематериальной мотивации:

- награждение корпоративной премией «Создаем с любовью» и ценными призами лучших сотрудников года в нескольких номинациях;
- присвоение почетного статуса «ветерана «Новарда» и вручение памятных подарков сотрудникам, проработавшим в Группе 5, 10, 15, 20 и 25 лет;
- конкурсы «Лучшая команда», «Лучший сотрудник», «Лучший сектор», «Лучший филиал», «Лучший сотрудник розницы», «Лучший директор филиала», «Лучший директор сектора» в компаниях «ЭКНИКА», «Сити-XXI век», «Рутектор»;
- конкурсы для сотрудников, направленные на улучшение качества обслуживания клиентов в «Эконике» («Термометр сервиса», «Самый клиентоориентированный»);
- индивидуальные награды в рамках дней рождений дочерних компаний;

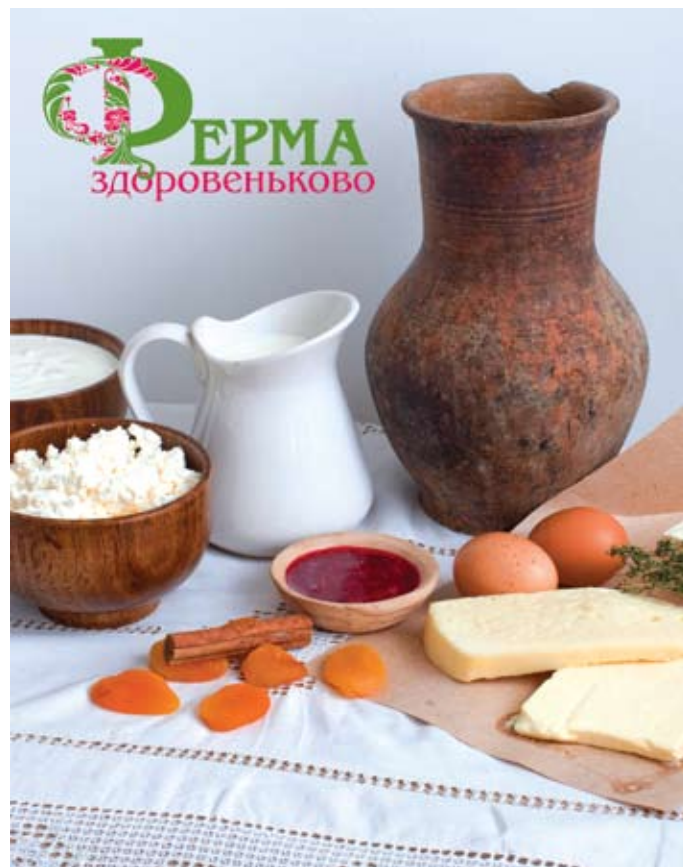
Московская Трехгорная мануфактура



- корпоративные мероприятия для сотрудников и членов их семей;
- подарки детям сотрудников на Новый год;
- дополнительные дни оплачиваемого отпуска в связи с рождением ребенка, вступлением в брак и другими семейными событиями;
- материальная помощь сотрудникам в связи с тяжелыми семейными ситуациями.

Делая ставку на продвижение ценностей семьи, Группа компаний «Новард» дает право на один день дополнительного оплачиваемого отпуска родителям первоклассников и право на сокращенный рабочий день родителям учащихся младшей школы 1 сентября, а также право на сокращенный рабочий день в день рождения детей до 16 лет.

Много внимания в «Новарде» уделяется здоровью сотрудников. Помимо ДМС и приглашения врача в офис, Группа компаний много лет проводит спортивные мероприятия, акции в поддержку здорового образа жизни. Дополнительные возможности для заботы о здоровье сотрудникам дает проект холдинга «Ферма «Здоровеньково», основная задача которого – организация поставки фермерских продуктов прямо на рабочие места. «Новард» предоставляет работникам уникальную возможность приобретать экологически чистые продукты, выращенные на приусадебных фермерских участках в небольших объемах.



Корпоративные мероприятия

Корпоративная культура ГК «Новард» опирается на ценности холдинга, а более всего – на продвижение российских духовных ценностей. Поэтому Группа компаний стремится объединить сотрудников не только на базе рабочих интересов, но и посредством добрых дел. Каждый день рождения компании стремятся проводить командообразующие мероприятия с социальным акцентом.

Сотрудники ГК «Новард» принимают активное участие в благотворительных и волонтерских программах и акциях, которые организует компания. Продви-

гая такие проекты в первую очередь внутри холдинга, «Новард» поддерживает принципы человеколюбия, доброты и нравственности. Более подробно об этой стороне жизни Группы компаний можно узнать из раздела «Социальная и благотворительная деятельность» Отчета.

«Новард» стремится сделать все, чтобы сотрудники общались не только на работе, но и за ее пределами, и активно вовлекает в этот процесс их семьи. Ежегодно 1 сентября стартует, а 1 июня завершается конкурс для детей сотрудников «Пятерочка». Весь учебный год ребята стараются получить как можно больше отличных оценок и получают в награду не только ценные подарки, но и яркий праздник, который холдинг каждый раз проводит в новом месте – в предыдущие годы это были Московский планетарий, «Лата Трэк» в Крылатском и другие интересные объекты. Еще одной традицией стали «Рождественские катания», проводимые в период зимних праздников совместно с жителями миниполисов «Сити-XXI век», на которые также можно прийти всей семьей. С удовольствием сотрудники и их близкие принимают участие в мероприятиях, пропагандирующих здоровый образ жизни – конкурсе рисунков «Мама, папа, я – спортивная семья», акции «Брось курить», благодаря которой в 2013 году от никотиновой зависимости освободились 18 человек, и других.



В корпоративной культуре «Новарда» особое внимание уделяется поддержке и продвижению православных традиций. Группа компаний несколько раз в год организует паломнические поездки к православным святыням для сотрудников и членов их семей. Крещенские купания каждый год организует компания «Рутектор». А к Пасхе все сотрудники получают к праздничному столу освященные куличи.



Уже несколько лет Группа компаний поддерживает Музей предпринимателей, меценатов и благотворителей. У сотрудников и членов их семей есть возможность посещать специальные экскурсии и прослушивать курсы лекций, знакомиться с лучшими отечественными практиками и традициями предпринимательства и меценатства.

«Новард» предоставляет широкие возможности и для творческой самореализации. В Группе компаний есть театральная студия, где все желающие могут проявить свой актерский потенциал. Своими собственными силами труппа поставила комедию «За двумя зайцами» по пьесе украинского драматурга Михаила Старицкого на одной из лучших сцен Москвы – в театре им. Вахтангова. Премьеры спектаклей студия уже несколько лет подряд представляет на корпоративных праздниках, посвященных 23 февраля и 8 марта.

Дети сотрудников тоже занимаются в театральной студии «Новарда». На сцене ведущих московских театров она представляет свои собственные спектакли. Юные артисты уже принимали участие в таких постановках, как «Снежная королева» в филиале Малого театра, «Золушка» в театре на Малой Бронной, «Кошкин дом» в театре «Эрмитаж».

Интересно, что проект детской театральной студии вышел за рамки внутренней корпоративной культуры: для клиентов «Новарда», жителей миниполисов Строгинский и «Радужный» были организованы студии детского театра «Жар-птица». Это еще одна форма волонтерства: ребята готовят спектакли, а затем выезжают с ними в детские дома.



Ответственная социальная и благотворительная деятельность

В своей социальной и благотворительной деятельности ГК «Новард» руководствуется прежде всего российскими духовными ценностями. Это значит, что холдинг поддерживает исторические и основополагающие для нашей страны принципы человеколюбия, доброты и нравственности и последовательно продвигает их во всех своих социальных и благотворительных проектах. Что касается регулирующих документов, работа в этом направлении сейчас ведется: в ближайшее время в Группе будет завершена разработка Политики по социальной и благотворительной деятельности.



ГК «Новард» стремится к ответственному партнерству с обществом потому, что получение прибыли не является для холдинга единственной и главной целью. Корпорация считает самым важным для себя создание истинных ценностей для общества, содействие духовному возрождению страны, преемственности морально-этических традиций предпринимателей дореволюционной России. Политикой Группы компаний «Новард» является социальное инвестирование, направленное на решение определенных задач, приоритетными из которых являются:

- возрождение и продвижение духовно-нравственных ценностей в обществе;
- поддержка социально незащищенных слоев населения;
- сохранение культурного наследия;

- оказание помощи пострадавшим в масштабных бедствиях и чрезвычайных ситуациях;

- перспектива развития разовой помощи в полноценные программы, направленные на решение не локальных, а комплексных проблем.

Холдинг анализирует потребности территорий присутствия объектов компании и строит свою деятельность на основе этой информации. Так, компания «Сити-XXI век» в рамках социально-архитектурной концепции Миниполис® на добровольной основе создает на территории своих жилых комплексов необходимую инфраструктуру, спортивные объекты, зоны отдыха, находит свои оригинальные решения для формирования соседского сообщества, выстраивая уникальную «семейную» модель взаимоотношений бизнеса и населения.

Большое значение в социальной и благотворительной деятельности ГК «Новард» имеет участие в жизни социально уязвимых групп населения – детей-сирот, пожилых, людей с ограниченными возможностями. Это является частью осознанной позиции ГК «Новард» в отношении возрождения духовных ценностей, меценатства и благотворительности, к реализации которой корпорация старается привлечь своих сотрудников, партнеров и клиентов. По этим же причинам холдинг оказывает помощь в строительстве, восстановлении и содержании храмов и монастырей Русской Православной Церкви.

В Группе компаний «Новард», как и во многих других компаниях, все начиналось с интуитивной благотворительности, инициированной акционерами, – с единения под девизом добрых дел, акций помощи детям-сиротам и другим социально незащищенным категориям. Постепенно социальная деятельность стала более структурированной и систематизированной. Сегодня в холдинге выделена отдельная организационная единица, которая координирует всю работу по взаимодействию с местными сообществами, социально уязвимыми группами населения, меценатства и благотворительности. Эта деятельность имеет стратегический приоритет для «Новарда» и открывает широкие возможности в следующих областях:

- продвижение российских духовных ценностей во внешней и внутренней среде;
- активное участие в жизни страны;
- вовлечение сотрудников в дела милосердия;
- позитивное позиционирование холдинга в обществе.

В то же время холдинг стремится своевременно выявлять и нивелировать основные риски социальной и благотворительной деятельности, связанные, в первую очередь, с добросовестностью благополучателей и эффективностью использования переданных им средств.



Один из самых ярких примеров социальной деятельности русских предпринимателей – исправительный приют для малолетних преступников, который был открыт в Москве в 1864 году и взят на попечение представителями известного рода Рукавишниковых. Сюда помещали подростков, осужденных за уголовные преступления, для отбывания срока. Однако приют совершенно не был похож на тюрьму. Здесь дети не только обучались русскому языку, арифметике, географии, истории, рисованию, черчению, но и трудились в сапожной, переплетной, портяжной, столярной и брошюровочной мастерских. Обязательны были и часы отдыха, во время которых для воспитанников организовывались подвижные игры, прогулки, экскурсии. В приюте старались создать для детей атмосферу человечности и доброжелательности. Н.В. Рукавишников считал, что «приют имеет целью исправлять малолетних преступников, приучать их сознавать полезным честный труд, сделать хорошими гражданами». После отбывания срока в приюте детей определяли на работу, и самое важное, что 95 из 100 подростков никогда больше не попадали под суд. Успешная работа приюта получила широкое признание не только в России, но и за рубежом. Знаменитый английский проповедник, декан Вестминстерского аббатства А. Стенлей, находясь в Москве, несколько раз побывал в заведении и, увидев Н.В. Рукавишникову, приехав домой, на первой же встрече со своими прихожанами сказал: «Я могу умереть спокойно, я видел святого».



Направления внешней социальной деятельности

Продвижение повестки ответственного бизнеса в обществе

Руководство Группы компаний «Новард» убеждено, что социально ответственный бизнес способен сыграть важную роль в духовном возрождении России, поэтому холдинг активно продвигает повестку ответственного бизнеса во внешней среде. Для этого развивается сотрудничество с различными организациями, которые занимаются вопросами поддержки и развития предпринимательства в стране.

Так, многолетние партнерские отношения связывают корпорацию с Общероссийской общественной организацией «ОПОРА РОССИИ», членом Президиума которой является президент «Новарда» А.А. Илиопуло. Вместе с коллегами он участвует в решении острых актуальных проблем, с которыми сталкиваются российские предприниматели, а также является одним из инициаторов проекта «ОПОРА-Созидание», содействующего развитию социально ответственного предпринимательства, распространению лучших практик и моделей корпоративной благотворительной и социально направленной деятельности, восстановлению традиций благотворительности и меценатства российского предпринимательства.

Много лет Группа компаний сотрудничает с независимой общественной организацией «Ассоциация менеджеров России», представляющей интересы российского профессионального делового сообщества. Президент А.А. Илиопуло входит в ее Совет директоров.

Сегодня отечественная концепция социальной ответственности бизнеса в России находится в стадии формирования. Лишь немногочисленная категория предпринимателей последовательно занимается внедрением принципов ответственного бизнеса по собственному моральному убеждению, стремясь создавать что-то действительно ценное для общества. Поэтому важно вовлекать в диалог по этой проблеме как можно больше представителей делового сообщества и предоставлять возможность собственникам и топ-менеджерам обмениваться опытом. Вот почему холдинг регулярно поддерживает самые значимые конференции, конкурсы и форумы, посвященные теме социальной ответственности бизнеса. В 2013 году спикеры корпорации приняли участие в следующих мероприятиях:

- финал конкурса «Бизнес-Успех» (ОПОРА РОССИИ);
- конференция «Социальная ответственность в системе корпоративного управления» (журнал «Бизнес и общество»);
- практическая сессия «Социальное предпринимательство», Всероссийское совещание ОПОРЫ РОССИИ;
- конференция «Корпоративная социальная ответственность 2013» (The Moscow times);
- круглый стол «Духовно-нравственные ценности ведения предпринимательской деятельности: традиции и современность» (Опора-Созидание);
- III Международный форум «Социально-

ответственный бизнес – основа устойчивого экономического развития: опыт и перспективы взаимодействия успешных корпораций и бизнес-школ» (фонд «Наше будущее»);

- форум «Корпоративное волонтерство: бизнес и общество» (Ассоциация менеджеров России);
- Форум PEOPLE INVESTOR-2013 (Ассоциация менеджеров России) и других.

В течение 2014 года Группа компаний «Новард» совместно с КПМГ и фондом «Единое общество» при поддержке ОПОРЫ РОССИИ планирует осуществить масштабный проект по исследованию ценностных основ социальной деятельности российских предпринимателей. Это исследование позволит выявить те факторы, которые являются основными для развития социальной деятельности бизнеса в современной России, а также определить роль и влияние современных теорий КСО и устойчивого развития на социальную деятельность российского бизнеса. Результаты исследования, безусловно, представляют интерес для всего делового сообщества и будут ему представлены, а затем опубликованы.

В целях продвижения российских духовных ценностей ГК «Новард» с 2011 года оказывает спонсорскую помощь в выпуске православных средств массовой информации - журнала «Славянка» и портала «Православие и мир». Также ежегодно холдинг оформляет корпоративную подписку на журналы «Славянка» и «Фома» с детским приложением «Настя и Никита» для распространения среди сотрудников и благополучателей.

Кроме того, «Новард» принимает участие в осуществлении электронного проекта женского консервативного журнала «Матроны.ру».

Медицину в дореволюционной Москве называли «купеческой». Действительно, целых три больших медицинских городка были построены благодаря капиталовложениям московских предпринимателей. Один, около Новодевичьего монастыря, на Девичьем поле, включал 13 клиник, выстроенных Морозовыми, Хлудовыми и Шелапутиными. Второй крупный медицинский комплекс был возведен на средства Бахрушиных, Боевых и Алексеевых в Сокольниках. Третий – недалеко от Калужской заставы: 1-я и 2-я Градские больницы, Медведниковская больница и детская Морозовская. Эти клиники стали центрами медицинской науки.

Морозовская больница в Москве



Волонтерское движение

С 2009 года в ГК «Новард» действует волонтерское движение, присоединиться к которому может любой желающий. Каждому участнику движение дает возможность реализовать творческий потенциал, обрести единомышленников и почувствовать себя частью большой дружной команды. Но главное – волонтеры принимают участие в общих благих делах, которые приносят неоценимую пользу подопечным.

Множество социальных проектов ГК «Новард» направлено на детей, потому что именно от молодого поколения зависит будущее нашей страны. В холдинге считают, что главным акцентом в работе с детьми должно стать создание возможностей для их развития, социализации, получения образования, профессии – это залог их благополучия во взрослой жизни. И именно волонтеры при непосредственной поддержке компании принимают активное участие в этой деятельности.

Одним из самых значимых стал проект волонтерского движения под названием «Шаг в будущее», стартовавший в 2012 году в Желыбинской школе-интернате Тульской области. В его рамках Группа компаний «Новард» организовала обучение воспитанников по программе «Парикмахерское мастерство», а также обустроила для этого помещение со специализированным оборудованием. В мае 2013 года дипломы получили первые 6 выпускников. Сейчас ведется обучение нового набора ребят.

На духовное развитие детей направлен проект «Дорога к храму», который реализуется в холдинге с 2012 года. Его главной задачей стало воспитание ребят из Желыбинской школы-интерната в духе православных традиций. Волонтеры организуют для детей поездки в



храм, таинство крещения, встречи со священниками в стенах интерната.

Волонтеры также устраивают для своих подопечных из детских домов развивающие конкурсы, познавательные мероприятия. Например, весь 2013 год ребята с помощью старших друзей из «Новарда» отправлялись в виртуальное путешествие по разным странам, изучали их историю, традиции, праздники, чтобы продемонстрировать полученные знания в самых разных конкурсах. Главным призом должно было стать уже реальное путешествие в Санкт-Петербург. Дети узнали много нового, научились командной работе, а победители получили незабываемые впечатления от поездки в северную столицу, в которой их тоже сопровождали волонтеры Группы компаний.

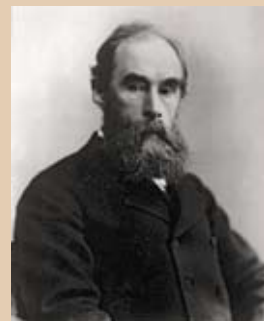
Кроме собственных проектов, волонтерское движение принимает самое активное участие в разных социальных программах и благотворительных акциях холдинга.

Образовательно-воспитательные проекты

Помимо волонтерских, в ГК «Новард» существует еще ряд инициатив, посвященных образованию и воспитанию юного поколения. Некоторые из них реализуются совместно с благотворительными фондами. Например, в рамках проекта «Как родные» с 2000 года холдинг и Благотворительный фонд «Время добра» помогают в организации творческих кружков для детей-инвалидов, содействуя, таким образом, их социализации, а также в проведении праздников Рождества и Пасхи, устраивают паломнические поездки. Подобное сотрудничество уже много лет поддерживается Благотворительным фондом «Церковь и культура»: при финансовом участии Группы компаний ежегодно проводятся три детских праздника – Рождество, Пасха, Покров, а билеты на них бесплатно распространяются среди московских благочиний.

Группа компаний «Новард» оказывает поддержку православным детским учреждениям. В 2012-2013 годах холдинг помог открыть старшую группу в детском саду «Василек» в Рязани, выделив финансовые средства на ремонт помещения и оборудование; принял

Трудно переоценить вклад дореволюционных предпринимателей в российскую культуру. Самая известная история – это, бесспорно, создание Третьяковской галереи, названной по имени ее основателя, московского купца и промышленника Павла Михайловича Третьякова. Сегодня она принадлежит к числу крупнейших музеев мира. Но были и другие примеры. Так, коллекция Галереи Западноевропейского искусства XIX-XX веков ГМИИ им. Пушкина – одна из самых интересных в музее – была собрана за 12-15 лет представителями двух крупнейших фамилий московских промышленников и меценатов – Морозовым и Щукиным.



П.М. Третьяков

участие в решении проблемы косметического ремонта и транспортного обеспечения детского сада св. Анны Кашинской в Твери. В 2012 году Группа ежемесячно направляла средства на оплату учителей Свято-Димитровской школы (проект службы «Милосердие»), а в 2013-2014 годах – оказывала финансовую поддержку учителям церковно-приходской школы №1 Алексеевского женского монастыря в Москве.

Самым масштабным на сегодняшний день проектом в этой сфере стало создание Духовно-социального центра им. митрополита Платона (Левшина) при Николо-Перервинском монастыре. При непосредственном участии ГК «Новард» удалось не только восстановить приют, который появился при монастыре еще в начале XX века, но и организовать в стенах обновленного здания православную гимназию. Здание приюта было разрушено годами ненадлежащего использования, а затем серьезным пожаром, и требовало полной реконструкции. Проект стартовал в 2000 году, а его инвестирование осуществлялось на средства компании «Сити-XXI век», самого Николо-Перервинского монастыря, Правительства Москвы и через специально учрежденный ГК «Новард» Благотворительный фонд «Неопалимая Купина». Восстановление центра завершилось в 2013 году, и теперь здесь работают православная классическая гимназия, готовая принять 250 учеников, и социально-реабилитационный центр для детей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, рассчитанный на 54 воспитанника. Главной особенностью Центра станет совместное обучение обычных ребят и детей с ограниченными возможностями, которое планируется организовать в ближайшее время. Это поможет решать вопросы социализации детей-инвалидов, позволит развивать толерантность по отношению к маломобильным категориям населения.

Опека людей старшего поколения

Заботу о пожилых людях можно назвать своеобразным индикатором нравственного здоровья семьи, нации, страны. Наряду с поддержкой детей это направление занимает важное место в социальной деятельности ГК «Новард».

Холдинг несколько лет поддерживает Фонд Героев Советского Союза и ветеранов ВОВ «Звезда», помогая решать проблемы транспортного обеспечения, приобретения медицинского оборудования, организации праздничных мероприятий ко Дню Победы.

Управляющая и дочерние компании регулярно проводят благотворительные мероприятия для пожилых. Например, в 2010-2011 годах состоялась акция «Им нужна наша забота!» по сбору необходимых вещей для одиноких тяжелобольных пожилых людей в 1-ой Градской больнице, в больнице св. Алексея, подопечных Православной службы «Милосердие».

Среди подопечных Группы компаний – жители богаделен Екатерининского женского монастыря (Тверь) и Алексеевского женского монастыря (Москва), Свято-Спиридоньевской богадельни службы «Ми-



Внимание холдинга направлено также на внешние детские и молодежные культурно-образовательные проекты. Так, с 2010 по 2013 годы компания «Новард Эстейт» поддерживает конкурс «Вифлеемская звезда», который проходит в рамках ежегодного Международного московского рождественского конкурса-фестиваля детского изобразительного творчества. Мероприятие проводится при содействии Правительства Москвы в целях духовно-нравственного воспитания детей, подростков и молодежи, развития их интересов к историческому и культурному наследию славянских и православных народов. Призы от «Новард Эстейт» вручаются и победителям фестиваля «Мне через сердце виден Мир», на котором ребята с ограниченными физическими возможностями демонстрируют свои таланты в области музыки, вокала, хореографии, изобразительного и декоративно-прикладного искусства.

Перечислено денег от ГК «Новард» в рамках акции «Благотворительность вместо сувениров»
 2012 г. – 346 000 р.
 (Управляющая компания, «ЭКОНИКА»)
 2013 г. – 445 000р.
 (Управляющая компания, «ЭКОНИКА»)
 2014г. – 500 000 р.
 (Управляющая компания, «Новард Эстейт Менеджмент Лимитед», «Сити-XXI век»)

лосердие» (Москва). «Новард» помогает в содержании этих учреждений, выделяя средства на ремонт и оборудование помещений, оплату работы медперсонала, покупку медикаментов и средств первой необходимости. Начиная с 2012 года холдинг проводит акцию «Благотворительность вместо сувениров»: в ее рамках средства, запланированные в бюджете на корпоративные подарки партнерам к Новому году, 23 февраля, 8 марта «Новард» направляет в качестве благотворительной помощи Свято-Спиридоньевской богадельне. Этому примеру последовали также некоторые компании-партнеры, что еще раз подчеркивает социальную значимость и эффективность акции.

Поддержка социально незащищенных категорий населения

В проектах, рассчитанных на незащищенные слои населения, принимают активное участие сотрудники ГК «Новард». С 2012 года успешно проходит акция «Собираем деток в школу», во время которой все желающие могут купить вещи, необходимые школьникам, и внести свой вклад в подготовку ребят из многодетных, малообеспеченных семей, детей с ограниченными возможностями к новому учебному году. А в 2013 году эта акция вышла за пределы холдинга: к ней присоединились жители Строгинского муниципалитета компании «Сити-XXI век».

Не меньшей популярностью пользуется акция «Стань Дедом Морозом», которая проводится вот уже пять лет. Дети из подшефных организаций пишут письма со своими желаниями, а затем эти послания отправляются в офисы компаний «Новарда», где их с удовольствием разбирают сотрудники. За время существования акции ребятам Тельченской школы-интерната, подопечным детям Благотворительного фонда «Время добра», воспитанникам Желыбинской школы-интерната удалось подарить не только множество необходимых им вещей, но и частичку душевного тепла.

Пятый год проходит в ГК «Новард» День донора, ко-

торый организует компания «Сити-XXI век». Ставшая уже традиционной акция по сбору крови проводится для детей Московского областного онкологического центра. В ней постоянно принимает участие большое количество сотрудников корпорации. Собранная кровь направляется тяжелобольным детям, которые не имеют шансов на спасение без донорской помощи.

В 2013 году в ГК «Новард» появился новый проект – оказание помощи Кризисному центру «Дом для мамы» для беременных женщин, попавших в сложную жизненную ситуацию. Компания ежемесячно финансирует содержание одной комнаты для мамы с младенцем. Подопечным центра не только предоставляют крышу над головой, но также обеспечивают полноценную медицинскую, юридическую и психологическую помощь.

Кроме того, Группа компаний «Новард» проводит благотворительные акции в пользу подопечных Экспериментального комплексного центра социальной защиты населения в ЮВАО г. Москвы, Социального приюта для детей и подростков «Марьино», детского социального центра в Печатниках и других подобных учреждений.

Проявление активной гражданской позиции

ГК «Новард» ощущает себя неотъемлемой частью страны, поэтому не обходит стороной события, которые в ней происходят, не остается равнодушной, если кому-то нужна экстренная помощь. В этом, по мнению Группы компаний, в первую очередь и состоит гражданская активность: подставить плечо, когда в этом остро нуждаются. В разные периоды жизни страны сотрудники холдинга принимали деятельное участие в поддержке пострадавших от различных стихийных бедствий и несчастий:

- 2010 - сбор средств для деревни Свеженькая Шацкого района Рязанской области, полностью выгоревшей во время лесных пожаров
- 2011 - акция «Подари тепло»: во время сильных морозов сотрудники жертвовали теплые вещи, продукты, термосы, верхнюю одежду и передавали все это через службу «Милосердие» бездомным
- 2012 – сбор средств для оказания помощи пострадавшим от наводнения в Краснодарском крае
- 2012 – помощь многодетной семье погорельцев в Ленинском районе Московской области
- 2013 - акция «В затопленный Дальний Восток с любовью» по сбору средств для пострадавших от наводнения

Сотрудники «Новарда» также имеют возможность выступить за те или иные законодательные инициативы в области предпринимательства, образования, налоговой политики и принять участие в сборе подписей за них на Интранет-портале Группы компаний.

Повлияли деловые люди XIX-XX вв. и на развитие театрального искусства. Малый театр обязан своим зданием купцу Василию Васильевичу Варгину. Москва в первой половине XIX века испытывала необходимость в театральных помещениях, и городские власти предложили предпринимателю договор об аренде его дома. Купец не только легко на это согласился, но еще и взял на себя расходы по переделке помещения под театр. А спустя пять лет, в 1829 году, Варгин продал это здание городу – фактически, с ущербом для себя, за очень небольшую сумму. Московский художественный театр был создан в 1897 году по инициативе знаменитого русского актера, режиссера и промышленника, потомка династии Алексеевых, Константина Сергеевича Станиславского и педагога и драматурга Владимира Немировича-Данченко, а среди его пайщиков был Савва Тимофеевич Морозов и другие меценаты. А Московский театр оперетты ведет свою историю от частной оперы Саввы Мамонтова, на сцене которого состоялся столичный дебют Федора Шаляпина.



Московский художественный театр

Поддержка историко-культурного наследия

Группа компаний сотрудничает с Музеем предпринимателей, благотворителей и меценатов, который хранит в своих стенах историю «золотого века» российского предпринимательства (конец XIX-начало XX вв.), сведения и факты о знаменитых династиях деловых людей, а также их меценатской и благотворительной деятельности. Музей создан в 1992 году усилиями историков-энтузиастов. «Новард» оказывает финансовую помощь в оплате аренды помещения музея. Для корпорации это партнерство имеет большое значение: ведь в ее миссии зафиксирована преемственность российских традиций предпринимательства и меценатства. Между тем, о них мало кто знает, а Музей играет в этом смысле уникальную просветительскую роль и располагает интересной информацией, которая вполне может пригодиться на практике современным бизнесменам.



Группа компаний также помогла создать собственную музейную экспозицию Алексеевскому женскому монастырю. А в 2012 году «Новард» внес свой вклад в народный сбор средств на возведение в Москве памятника российскому реформатору Петру Столыпину.

Помощь Православной церкви в России и за рубежом

Стремясь к возрождению российских духовных ценностей, Группа компаний «Новард» на постоянной основе оказывает поддержку Православной церкви в России и за рубежом. Холдинг участвует в финансировании различных планов (строительных, издательских, планов по содержанию объектов и т.п.) Православной церкви в России, Греции, Украине. Вот лишь несколько примеров такой помощи:

- с 2012 года ежемесячное выделение средств на реставрационные работы храму вмч. Георгия Победоносца в Лучниках (Москва);
- с 2013 года оплата поездок семинаристов на Афон для прохождения практики (патриаршее подворье храмов Николо-Перервинского монастыря в Москве);

Если в Петербурге почти все культурные и образовательные учреждения были основаны царской династией Романовых, то в Москве и других городах России эту миссию часто брали на себя именно предприниматели и меценаты. Множество школ было создано на частные средства. Так, Музей предпринимателей, меценатов и благотворителей в Москве располагается в здании XIX века, принадлежавшем купцу Ивану Григорьевичу Простякову, кавалеру пяти российских орденов за благотворительную деятельность. Московская городская дума не имела средств для создания достаточной сети начальных школ, поэтому дети в этом районе оставались совершенно необученными. Простяков на свои средства открыл начальную школу и полностью финансировал ее работу. Николай Александрович Алексеев, предприниматель и московский голова с 1885 по 1893 г., тоже содержал городскую начальную школу и вел ее финансовые дела.



- 2014 год - оплата написания иконы греческих новомучеников для храма в Бутово в рамках российско-греческого проекта «От Рождества до Воскресения»;
- пожертвование Мадагаскарской епархии.

В 2014 году в преддверии Пасхального праздника холдинг организовал акцию «От избытка сердца», в рамках которой сотрудники передали подарки прихожанам единственного в городе Тернополь (Украина) собора Русской Православной Церкви.

Расходы на благотворительность ГК «Новард»

2011 год - \$ 1 095 253,03
 2012 год - \$ 1 049 280,72
 2013 год - \$ 1 054 282,85

Контакты для обратной связи:

Мария Захарова,
 Директор по связям с общественностью и ответственности бизнеса ГК «Новард»
 E-mail: zaharova@novard.ru
 Тел.: +7 (495) 684-41-27 (доб. 41-66)



Марина Лебедева,
 менеджер по связям с общественностью Управляющей компании ГК «Новард»
 E-mail: lebedeva-m@novard.ru
 Тел.: +7 (495) 684-37-78 (доб. 41-64)



Группа компаний «Новард»

127055, Москва,
Институтский переулок, дом 16.
Тел.: (495) 781-79-90 (многоканальный)
Факс: (495) 684-38-28
E-mail: inf@novard.ru

www.novard.ru