



**ЛИДЕРЫ**  
КОРПОРАТИВНОЙ  
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

**ЛИДЕРЫ**  
**КОРПОРАТИВНОЙ**  
**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ**  
**2020**





Качество продуктов,  
Качество жизни

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

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

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

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

- **для общества –**

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

- **для планеты –**

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



**ЛИДЕРЫ**

КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

**ЛИДЕРЫ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ**

**2020**

**Всё о лидерах 2020: по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2020». — М.: Форум Доноров, 2020.**

Издание подготовлено по материалам проекта «Лидеры корпоративной благотворительности — 2020», который реализует Ассоциация грантодающих организаций «Форум Доноров». Партнерами проекта являются ИД «Коммерсантъ» и компания ЕУ в России.

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

Благодарим компании «НЕСТЛЕ РОССИЯ» и «Сахалин Энерджи» за поддержку церемонии «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2020 году и компанию «Эксон Нефтегаз Лимитед», оператора проекта «Сахалин-1», за помощь в издании настоящего сборника.

Автор-составитель: Александра Болдырева, Светлана Саркисова

Редактор: Ирина Соколова

Дизайн и верстка: Иван Петрович

Корректор: Светлана Левина

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

Светлана Саркисова, Ирина Соколова, Марина Шилина



Уже 13 лет мы предлагаем читателям познакомиться с успешными практиками компаний в сфере благотворительности и социальных инвестиций, программами, отобранными в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». За эти годы более 180 компаний стали участниками конкурса и более 20 организаций — партнерами проекта. Многого менялось. Бизнеса, который открыто говорит о своей социальной деятельности, становилось больше. Появилась ощутимая прослойка людей, которых можно уверенно назвать профессиональными менеджерами КСО. Корректировалось понимание того, зачем и как бизнесу вовлекаться в решение социальных вопросов.

Менялся и сам проект. Мы рады, что долгое время нашими друзьями и организаторами проекта были газета «Ведомости» и сеть аудиторско-консалтинговых фирм PwC, и благодарны коллегам за колоссальный вклад, который позволил сделать «Лидеров корпоративной благотворительности» одним из крупнейших событий КСО в России.

В этом во всех смыслах непростом году мы приняли важное решение о трансформации «Лидеров корпоративной благотворительности»: теперь итоговым продуктом исследования становится не знакомый всем рэнкинг (ТОП-10), а рейтинг, в котором компаниям будут присваиваться не места, а категории (A+, A, B+, B, C+, C). Новая методология и концепция исследования позволяет сфокусироваться на лучших практиках без борьбы за места. Мы уверены, что само участие в проекте возможно только при условии, что организация достигла определенного уровня зрелости, и надеемся, что именно так этот рейтинг будет восприниматься сообществом. Мы признательны за доверие нашим новым партнерам, которые поддерживали нас на этом пути: компания EY в России, партнер методологии рейтинга, и ИД «Коммерсантъ», медиа партнер проекта.

Партнерами конкурса программ на протяжении всех лет его существования являются Министерство экономического развития Российской Федерации и Российский союз промышленников и предпринимателей. Также в 2020 году свои номинации в рамках проекта объявили также Совет Евразийского женского форума при Совете Федерации ФС РФ, Фонд президентских грантов, ООН в России, Министерство культуры РФ, Агентство стратегических инициатив (АСИ), Фонд «СКОЛКОВО» и Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий.

Как и прежде проект состоит из двух частей: исследования корпоративной благотворительности и социальных инвестиций, результатом которого в 2020 году стал рейтинг, и конкурса социальных программ, который ежегодно поддерживают партнеры проекта. В этом году в проекте приняла участие 61 компания, осуществляющая свою деятельность на территории Российской Федерации. 37 из них — в

рейтинге. Три компании участвовали в рейтинге, не участвуя в конкурсе программ. На конкурс номинаций поступило рекордное количество заявок — 100.

Расходы на социальные и благотворительные проекты в 2019 году раскрыли 32 участника. Исходя из предоставленных данных, они потратили в 2019 году на благотворительность и социальную поддержку более 47 миллиардов рублей. Причём большая часть этих компаний увеличили свой вклад в 2019 году по сравнению с 2018.

Мы завершаем работу над сборником «Все о лидерах» в декабре 2020 года — года дистанта и неопределённости, вызванной эпидемией COVID-19. Скорее всего через некоторое время мы сможем спокойно анализировать последствия этого периода, говорить о выученных уроках и переоценивать опыт, но пока мы рефлекслируем «по живому» и понимаем, что фиксировать изменения, тенденции, успехи — это отдельная важная задача для сектора в целом и для Форума Доноров как ассоциации лидеров в частности. В сборнике опубликованы статьи, подготовленные нашими партнерами на основе анализа данных исследования «Лидеры корпоративной благотворительности — 2020».

# РАЗДЕЛ 1

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Юрий Благов**

**Анастасия Петрова-Савченко**

**Ануш Егиян**

*Центр корпоративной социальной ответственности им.  
ПрайсвотерхаусКуперс, Высшая школа менеджмента СПбГУ*

### СТРАТЕГИИ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Вопрос о развитии стратегий корпоративной благотворительности неразрывно связан с процессом трансформации корпоративных, бизнес- и функциональных стратегий ответственных предприятий, а также с изменением роли и места всей корпоративной социальной деятельности в этих стратегиях. Вовлечение компаний в достижение Целей Устойчивого Развития (ЦУР) ООН требует от них перестройки бизнес-моделей с учетом комплексного воздействия всех бизнес-процессов на систему взаимосвязанных экономических, социальных и экологических проблем. При этом корпоративная благотворительность объективно превращается в один из элементов корпоративных социальных инвестиций — «материальных, технологических, управленческих, финансовых и иных ресурсов компании, направляемых на достижение целей устойчивого развития, подразумевающих создание ценности для бизнеса и общества в целом»<sup>1</sup>. Характерно, что авторитетное международное издание в области благотворительности международных компаний Giving in Numbers за 2020 год выделило «кросс-организационную интеграцию корпоративной социальной ответственности и общественного назначения корпораций»<sup>2</sup> в качестве важнейшей современной тенденции.

Анализ данных, представленных компаниями — участниками конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности — 2020»<sup>3</sup>, а также данных, собранных за предыдущие годы существования этого проекта, позволяет сделать

<sup>1</sup> Доклад о социальных инвестициях в России — 2019: к трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития / Ю.Е.Благов, А.А.Петрова-Савченко; под общ. ред. Ю.Е.Благова. М.: Ассоциация Менеджеров, 2020, С. 60.

<sup>2</sup> Giving in Numbers: 2020 Edition. CEEP, 2020, P. 11.

<sup>3</sup> Актуальные данные 2019–2020 гг., представленные в настоящем исследовании, обозначены как данные за 2019 г.

некоторые обобщения и сформулировать гипотезы о текущем состоянии, роли, месте и тенденциях развития стратегий корпоративной благотворительности и соответствующих управленческих практик. В частности, проведен анализ причин и целеполагания благотворительной деятельности; документального закрепления соответствующих стратегий; особенностей формирования благотворительных бюджетов; направлений, форм и инструментов благотворительной деятельности, а также субъектов соответствующего функционального управления.

В 2020 г. в исследовании приняли участие 37 компаний, почти половина из которых (49%) ведут операционную деятельность на всей территории Российской Федерации, а 60% — осуществляют международные операции. При этом 43% компаний-респондентов реализуют благотворительные программы и проекты во всех федеральных округах. Компании-респонденты представляют 15 отраслей с наибольшим представительством черной и цветной металлургии (19% компаний), розничной торговли (16%), горнодобывающей промышленности и телекоммуникаций (по 11%). Таким образом, большой отраслевой разброс при относительно малой выборке не позволяет выявлять соответствующие отраслевые особенности. Кроме того, необходимо подчеркнуть, что вопросы анкет подразумевали не только объективную информацию как таковую, но и субъективную интерпретацию фактов, явлений и процессов компаниями-респондентами.

## Целеполагание корпоративной благотворительности

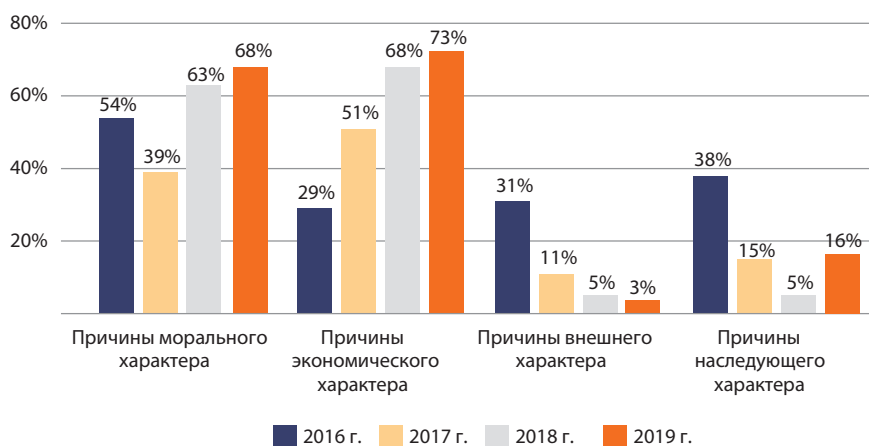
Проведенное исследование позволяет рассмотреть интерпретацию компаниями целеполагания благотворительной деятельности. При этом, с одной стороны, контент-анализ предоставленной информации дает возможность сформулировать общие предположения о причинах корпоративной благотворительности, с другой стороны, на основе ответов на конкретные вопросы можно выделить относительную популярность конкретных целей, а также направлений их реализации.

Сформулированные компаниями причины вовлечения в благотворительную деятельность традиционно для данного продолжающегося исследования разделены на четыре группы. Внутренние причины *морального* характера побуждают компании к участию в решении социальных и экологических проблем безотносительно к возможному бизнес-эффекту, а именно — к созданию социальной ценности как таковой. Внутренние причины *экономического* характера, наоборот, ориентируют компании на получение бизнес-эффектов от благотворительной деятельности, то есть на создание экономической ценности. Причины *внешнего* характера подразумевают сильные стимулирующие ожидания от внешних заинтересованных сторон, таких как государственные органы и НКО. Что касается причин *наследующего* характера, то они, как правило, подразумевают следование стратегиям благотворительной деятельности материнских компаний и холдингов либо традиционные «переходящие» обязательства по поддержке территорий присутствия. При всей

условности данной классификации она позволяет проследить целый ряд тенденций, проявившихся за период 2016–2019 гг. (рис. 1).

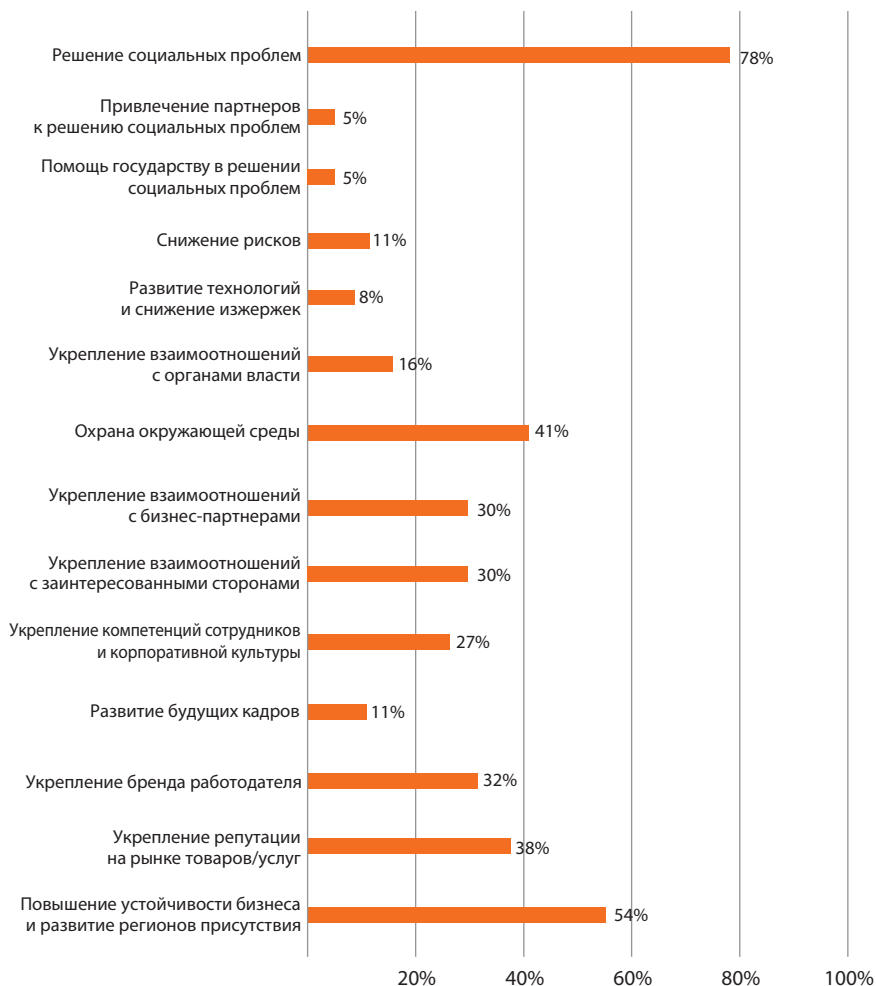
Во-первых, устойчиво возрастает роль причин морального (с 54% в 2016 г. до 68% в 2019 г.) и экономического (с 29% в 2016 г. до 73% в 2019 г.) характера. Во-вторых, существенно снижается роль причин наследующего (с 38% в 2016 г. до 16% в 2019 г.) и особенно внешнего (с 31% в 2016 г. до 3% в 2019 г.) характера. Подобную ситуацию можно объяснить возрастающей ориентацией компаний на реализацию собственных и партнерских долгосрочных благотворительных проектов, создающих ценность и для компаний, и для общества. При этом растущее вовлечение в глобальную повестку ЦУР ООН рассматривается и как общественно необходимое (моральное обоснование), и как необходимое для выживания и развития бизнеса конкретной компании в изменяющейся среде (экономическое обоснование).

Что касается конкретных целей корпоративной благотворительности (рис. 2), то в 2019 г. «экономическая» составляющая оказалась выражена относительно слабо. Так, на укрепление репутации на рынке товаров/услуг и укрепление бренда работодателя указали 38% и 32% компаний, на укрепление компетенций сотрудников и корпоративной культуры и развитие будущих кадров — 27% и 11% компаний соответственно.



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

Рис. 1. Причины вовлечения компаний в корпоративную благотворительность, 2016–2019



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

Рис. 2. Цели благотворительной деятельности компаний-респондентов, 2019

В качестве приоритетов, в свою очередь, были выделены: собственно решение социальных проблем (78% компаний-респондентов) — классическая цель благотворительной деятельности, соответствующая духу и букве одноименного федерального закона, а также повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия (54%) — комплексная цель социальных инвестиций, включающая в себя все составляющие устойчивого развития (экономической, социальной и

экологической) на микро- и макроуровнях. При этом характерно, что среди компаний, указавших на «устойчивость», 30% вообще не выделили решение социальных проблем, а 60% — охрану окружающей среды в качестве самостоятельных целей. Показательно, что к ним относятся такие заслуженные лидеры корпоративной благотворительности и корпоративной устойчивости, как компании «Сахалин Энерджи», АО СУЭК и ОК РУСАЛ, глубоко погруженные в социальную и экологическую проблематику. Стоит отметить, что и компании-респонденты в целом, и в особенности группа, выделившая «устойчивость» в качестве отдельной цели, серьезное внимание уделяют развитию партнерских отношений: укреплению взаимоотношений с заинтересованными сторонами в целом (30% и 35% компаний) и, в частности, с бизнес-партнерами (по 30%) и органами власти (16% и 25% соответственно). Учитывая, что сами по себе партнерства являются не столько конечной целью, сколько фактором повышения эффективности благотворительной деятельности и целью — условием устойчивого развития (ЦУР-17 «Партнерства в интересах устойчивого развития»), подобная ситуация вполне объяснима. В то же время существует большой потенциал для развития: так, лишь одна (!) компания — «Сахалин Энерджи» — в качестве целей корпоративной благотворительности указала повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия, а также укрепление всех трех указанных направлений партнерского взаимодействия.

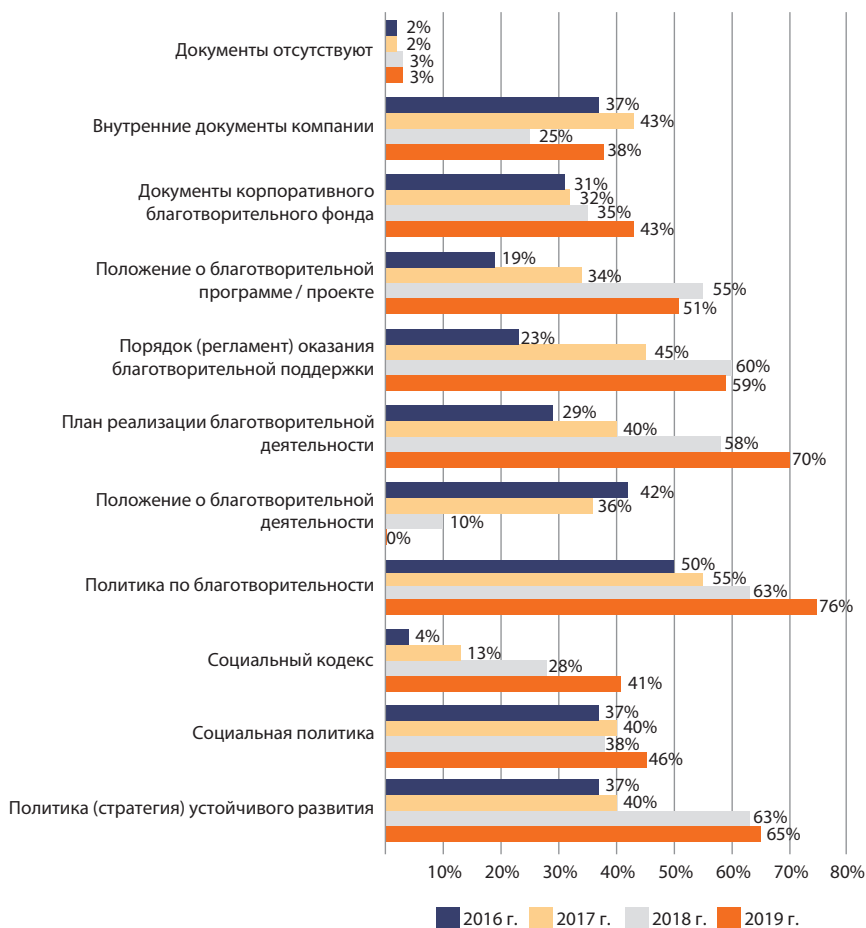
## Документальное закрепление стратегий корпоративной благотворительности

Подавляющее число компаний-респондентов закрепляют стратегии корпоративной благотворительности в соответствующих документах, при всем многообразии которых можно выявить определенные тенденции в частоте применения за период 2016–2019 гг. (рис. 3). С одной стороны, усиливается стремление компаний рассматривать развитие корпоративной благотворительности в рамках стратегии более высокого порядка. Так, из года в год (с 37% в 2016 г. и 40% в 2017 г. до 63% в 2018 г. и 65% в 2019 г.) возрастает доля компаний, рассматривающих корпоративную благотворительность в рамках общей политики (стратегии) устойчивого развития, соответствующей уровню корпоративной стратегии. Сюда же можно отнести рост значимости социальных кодексов (от 4% в 2016 г. до 41% в 2019 г.) и социальных политик (от 37% в 2016 г. до 46% в 2019 г.). В свою очередь, практически утратил самостоятельное значение такой документ, как общее положение о благотворительной деятельности (с 42% в 2016 г. до 0% в 2019 г.).

С другой стороны, компании-респонденты, продолжая развивать стратегии корпоративной благотворительности как функциональные, обращают большее внимание на документы, детально регламентирующие реализацию как благотворительной деятельности в целом, так и отдельных благотворительных программ. Так, за 2016–2019 гг. популярность политики по благотворительности возросла с 50% до 76%, плана реализации благотворительной деятельности с 29% до 70%, порядка (регламента) оказания благотворительной поддержки с 23% до 59%, поло-



жения о благотворительной программе/проекте с 19% до 51%. Значительная доля компаний-респондентов (от 25% до 43% в рамках отмеченного временного периода) ссылаются на закрытые «внутренние документы компании». Представляется, что в этих документах содержатся положения, увязывающие корпоративную благотворительность с корпоративной и бизнес- стратегиями компаний, а также с соответствующими показателями эффективности.



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 3. Документальное закрепление стратегий корпоративной благотворительности, 2016–2019

Показательно, что в 2019 г. 62% компаний использовали не менее пяти документов разных уровней, «каскадирующих» вопросы корпоративной благотворительности на все уровни стратегического управления. При этом 8% компаний использовали не менее восьми документов, причем у всех из них «вершину пирамиды» венчала политика (стратегия) в области устойчивого развития.

## Принципы формирования бюджетов благотворительной деятельности

Благотворительные бюджеты компаний-респондентов значительно варьируются, причем минимальный размер превышает 6,5 млн руб. При этом 51% участников указали, что за последние годы объем бюджета увеличивался, что объясняется:

- расширением географического присутствия компании;
- появлением новых и развитием уже существующих благотворительных программ;
- реализацией отдельных «фокусных» проектов, приуроченных к конкретным датам и/или событиям;
- снижением курса национальной валюты;
- повышением системности и долгосрочности корпоративной благотворительности как элемента корпоративной социальной деятельности.

В то же время 32% компаний-респондентов сообщили, что их благотворительные бюджеты не менялись в течение последних лет, а 11% (4 компании) указали на его снижение. В качестве причин снижения были выделены оптимизация расходов, а также смещение фокуса с корпоративной благотворительности на корпоративную социальную ответственность в целом.

Бюджеты корпоративной благотворительности как таковые формируются на основе трех основных принципов, определяемых сущностью стратегии корпоративной благотворительности и, в свою очередь, задающих пределы их развития (рис. 4).

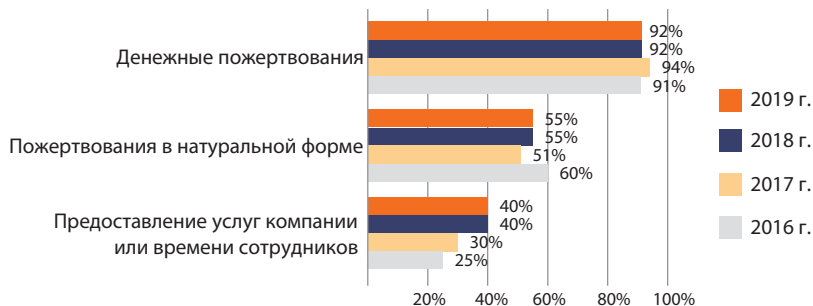
В качестве основного принципа формирования благотворительного бюджета компании в большинстве своем используют фиксацию определенной суммы на год (81% участников); дополнительно около половины компаний-респондентов реагируют на запросы, поступающие в течение периода, выделяя ресурсы сверх запланированного уровня. Изменение бюджета на следующий отчетный период может зависеть от показателей прибыльности (на учет этого фактора, в частности, указали Coca-Cola в России, ООО «Амвэй»), от эффективности расходования средств предыдущего периода (ПАО «МТС»), от объема поступивших запросов (ПАО «Банк ВТБ»). Одной из причин выделения дополнительных ресурсов могут являться различные кризисные ситуации (экономические кризисы, стихийные бедствия и пр.), важность реакции на которые отметили ОК РУСАЛ, ПАО «РусГидро», СИБУР, АО СУЭК, «Сахалин Энерджи», Phillip Morris International.

Доминирующей формой расходов на корпоративную благотворительность являются денежные пожертвования, реализуемые 92% компаний-респондентов (рис. 5). Чуть более половины компаний (55%) реализуют пожертвования в натуральной



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 4. Принципы формирования благотворительных бюджетов, 2019



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 5. Формы расходов на корпоративную благотворительность, 2016–2019

форме. Распространенность этого типа пожертвований явно связана с отраслевой принадлежностью компаний, то есть зависит от востребованности товаров или услуг широким кругом физических лиц. Соответственно, компании-респонденты, не осуществляющие пожертвования в натуральной форме, принадлежат, в частности, к горнодобывающей промышленности, черной и цветной металлургии, химической и нефтехимической промышленности.

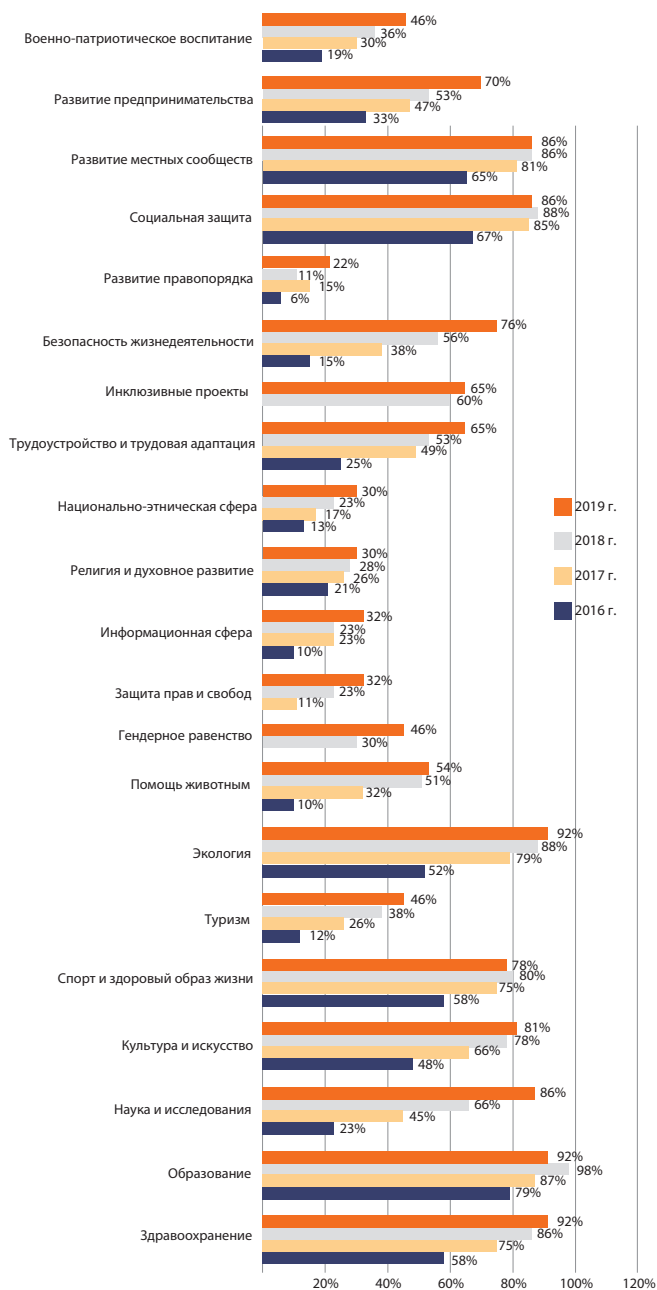
Услуги компании или время сотрудников предоставляют 40% респондентов. Важно отметить, что в данном случае подразумевается выделение части рабо-

чего времени сотрудников под задачи благотворительных программ, а не их участие в последних в свободное от работы (личное) время, что позволяет отнести соответствующую деятельность к расходам организации. В целом, несмотря на относительное разнообразие выборки настоящего лонгитюдного исследования, респонденты демонстрируют стабильный набор предпочтений форм благотворительных расходов в течение последних лет.

## Направления корпоративной благотворительности

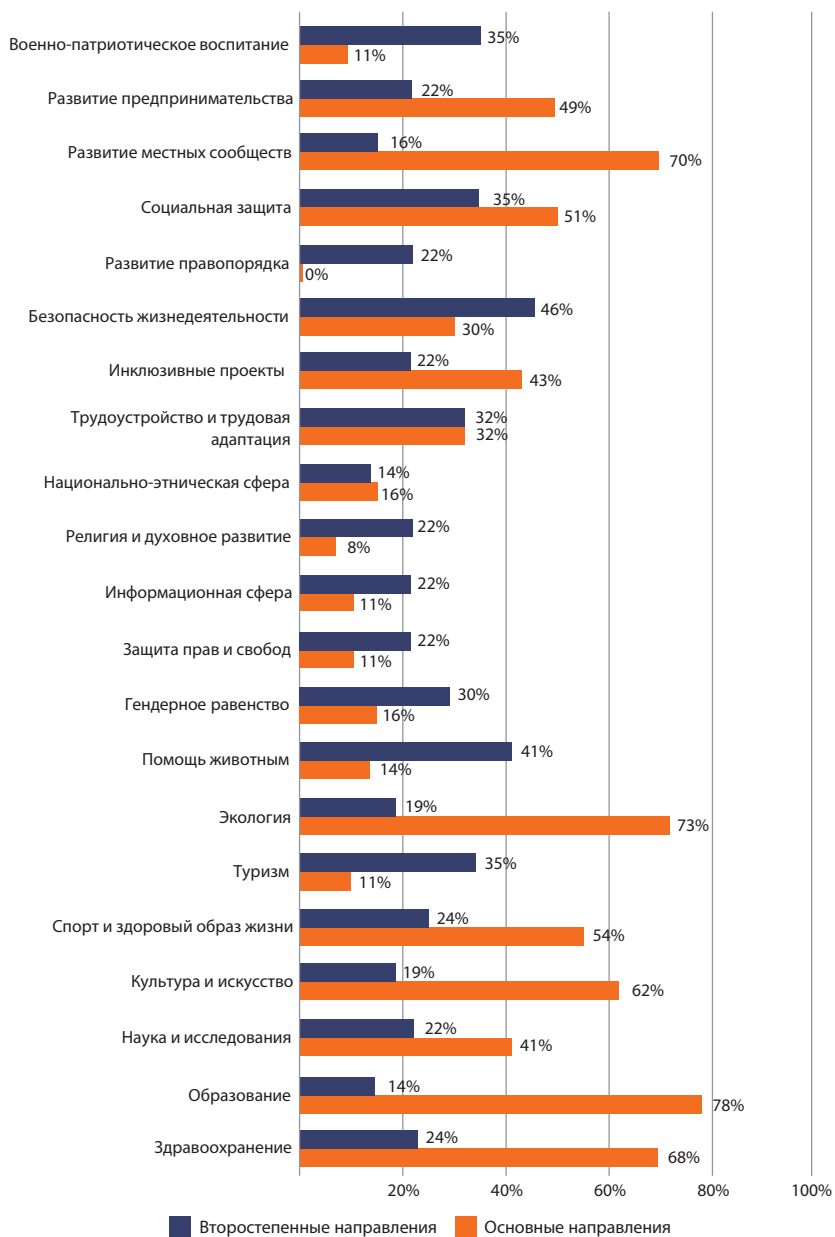
Более глубокий анализ стратегии корпоративной благотворительности невозможен без выявления текущего состояния и тенденций распределения благотворительной деятельности компаний-респондентов по направлениям. В 2016–2019 гг. это распределение претерпело определенные изменения (рис. 6). С одной стороны, сохраняется и даже усиливается популярность нескольких направлений: поддержки здравоохранения, образования и экологии (с 58%, 79% и 25% компаний в 2016 г. соответственно до 92% в 2019 г. по всем трем группам), социальной защиты и развития местных сообществ (с 67% и 65% в 2016 г. соответственно до 86% в 2019 г. по обеим группам). Более того, анализ разделения направлений на «основные» и «второстепенные» (рис. 7) наглядно демонстрирует, что именно по указанным популярным направлениям существуют наибольшие предпочтения (68–78%) и наиболее значительные «разрывы» между двумя показателями (44–64%). Как и в предыдущие годы, своеобразным исключением стала поддержка социальной защиты (51% основного выбора против 35% второстепенного). Показательно, что акцент именно на эти направления соответствует глобальному тренду. Согласно данным издания *Giving in Numbers*, наиболее популярными направлениями благотворительной деятельности ведущих международных компаний в 2019 г. традиционно стали «здравоохранение и социальное обеспечение», «социально-экономическое развитие местных сообществ», «начальное, среднее и высшее образование». Направление «экология» в благотворительном портфеле международных компаний занимает гораздо более скромное место, поскольку соответствующие программы и проекты, как правило, относятся к основным бизнес-процессам.

С другой стороны, можно констатировать определенное «выравнивание» — относительное возрастание интереса компаний к ранее не настолько популярным направлениям благотворительной деятельности. Так, если в 2016 г. одна треть рассматриваемых направлений были выбраны менее чем 20% компаний, а минимальное значение составило 6% (развитие правопорядка), то в 2019 г. минимальное значение, пришедшее на то же направление, составило 22%. Таким образом, можно констатировать существенное повышение разнообразия направлений корпоративной благотворительности отдельных компаний. При этом стоит отметить рост вовлеченности компаний в относительно новые для них направления — инклюзивные проекты (65%) и поддержку гендерного равенства (46%).



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

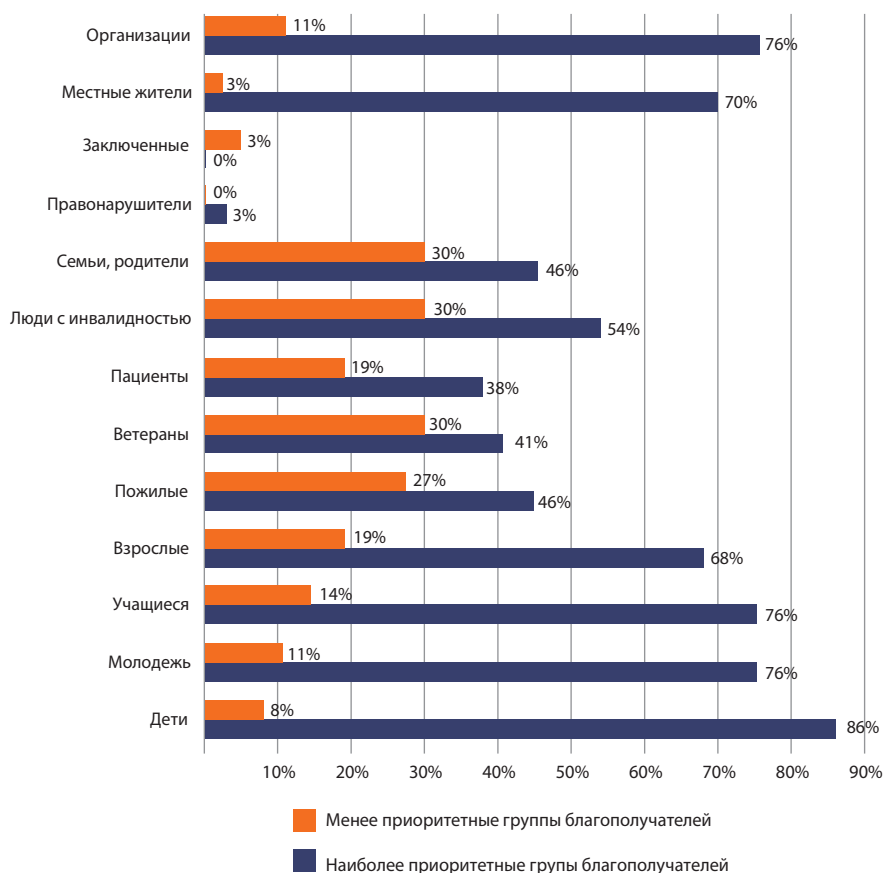
Рис. 6. Направления корпоративной благотворительности, 2016–2019



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 7. Основные и второстепенные направления корпоративной благотворительности, 2019

Представленные компаниями данные по идентификации и приоритизации групп благополучателей, персонифицирующих соответствующие социальные проблемы, позволяют конкретизировать выбор соответствующих направлений (рис. 8). К самым приоритетным благополучателям с наибольшими «разрывами» между показателями основного и второстепенного направлений относятся дети (86% компаний-респондентов), учащиеся и молодежь (по 76%), ассоциируемые, прежде всего, с поддержкой образования; а также местные жители (70%), взрослые люди (68%) и люди с инвалидностью (54%), обычно связываемые с поддержкой развития местных сообществ, социальной защитой и здравоохранением. Важно отметить, что 76% компаний относят организации к наиболее приоритетным группам благополучателей, тем самым демонстрируя свою заинтересованность в развитии партнерских отношений с профильными НКО.

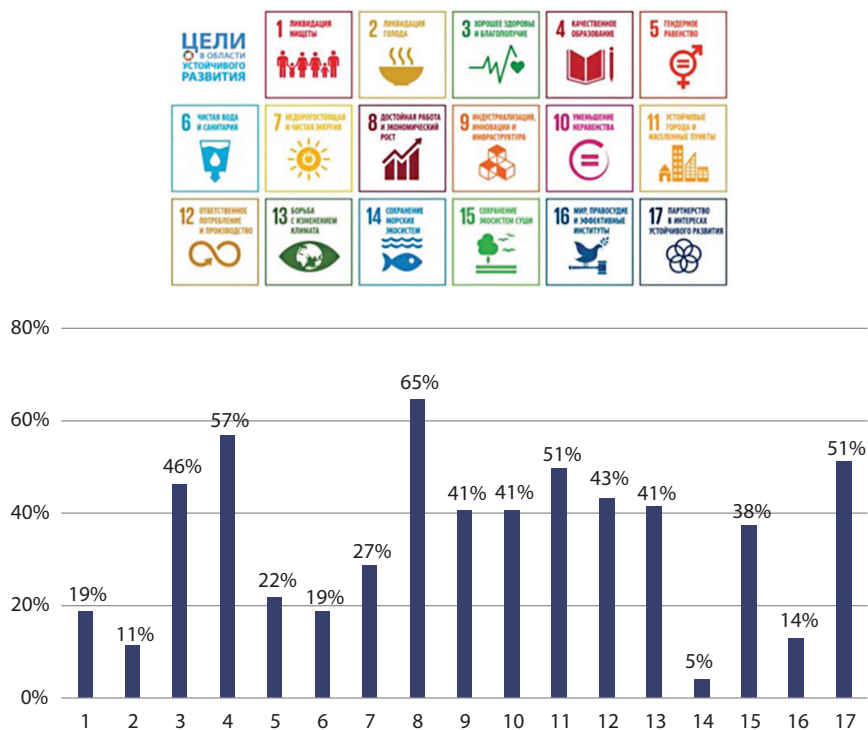


\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 8. Благополучатели корпоративной благотворительности, 2019



Интересно, что 81% компаний сообщили о соотношении направлений благотворительной деятельности с ЦУР ООН (рис. 9). Полученные данные не позволяют судить, насколько эта глобальная повестка повлияла на изменения в приоритетах конкретных компаний. Можно, однако, предположить, что повышение разнообразия направлений обусловлено ориентацией компаний на соответствующие ЦУР, в частности — ЦУР-3 «Хорошее здоровье и благополучие» и ЦУР-10 «Уменьшение неравенства», а также ЦУР-5 «Гендерное равенство», ЦУР-16 «Мир, правосудие, эффективные институты». В целом же соотношение с ЦУР показывает, что основные направления корпоративной благотворительности компаний выбраны не случайно, соответствуют актуальным национальной и глобальной повесткам. Соответственно, большинство компаний соотносят свою благотворительную деятельность с ЦУР-8 «Достойная работа и экономический рост» (65% компаний); ЦУР-4 «Качественное образование» (57%), ЦУР-11 «Устойчивые города и населенные пункты» и ЦУР-17 «Партнерство в интересах устойчивого развития» (по 51%), ЦУР-3 «Хорошее здоровье и благополучие» (46%).



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 9. Соотнесение благотворительных программ с ЦУР ООН, 2019

## Формы и инструменты реализации корпоративной благотворительности

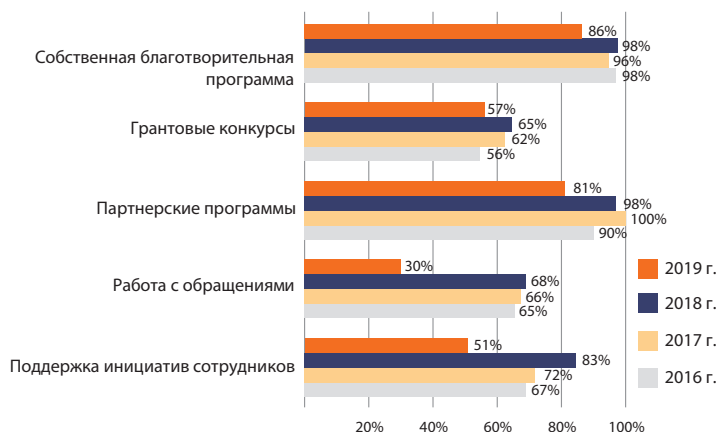
В качестве приоритетных форм реализации корпоративной благотворительности компании стабильно предпочитают собственные и партнерские благотворительные программы (86% и 81% соответственно) (рис. 10). В 65% случаев собственные благотворительные программы реализуются компаниями самостоятельно, внешних операторов привлекают 22% компаний-респондентов. Около половины партнерских программ осуществляются в кооперации с федеральными НКО (Российский Красный Крест, ПСО «ЛизаАлерт», Фонд программ «Наше будущее», БО «Детские деревни SOS» и многие другие) и органами государственной власти (51% и 48% соответственно); 41% компаний привлекают региональные НКО; 38% — объединяются с другими представителями бизнеса.

Что касается грантовых конкурсов, в 27% случаев они организуются компаниями самостоятельно, 19% респондентов использует корпоративный фонд, а 22% — внешнего оператора. Интересен факт резкого снижения интереса к работе с обращениями (с 68% в 2018 г. до 30% в 2019 г.), что может свидетельствовать о повышении сравнительной значимости системных долгосрочных благотворительных программ, в той или иной мере увязанных с корпоративной стратегией. Можно также отметить значительное уменьшение количества респондентов, отметивших поддержку инициатив сотрудников (с 83% в 2018 г. до 51% в 2019 г.). В качестве причины можно предположить постепенное содержательное насыщение набора благотворительных проектов и соответствующее снижение количества предлагаемых сотрудниками нереализованных инициатив, которые укладывались бы в выбранную благотворительную стратегию.

Выбор приоритетных инструментов корпоративной благотворительности остается неизменным на протяжении последних лет (рис. 11). Компании традиционно развивают корпоративное волонтерство (89% респондентов). Волонтерские программы включают участие в донорских мероприятиях; благотворительных ярмарках и аукционах; экологических инициативах по высадке деревьев, уборке мусора и т.п.; поисковой деятельности; реабилитации и спортивных мероприятиях; организации праздников; обустройству территорий; помощи малоимущим и людям с ограниченными возможностями и многое другое. При этом некоторые компании создают специальные волонтерские комитеты для систематизации деятельности и организованного вовлечения сотрудников. Интересно, что наблюдается скорее обратная корреляция между численностью сотрудников и количеством волонтеров в организациях. В компаниях-респондентах задействовано от 0 (в трех случаях) до 52<sup>000</sup>+ волонтеров, при этом их наибольший процент от общей численности сотрудников (вплоть до 55%) присутствует в компаниях, где работает до 23 тыс. человек. В свою очередь, в компаниях с численностью сотрудников от 100 тыс. человек процент волонтеров составляет от 0,01 до 7%. Можно предположить, что чем меньше сотрудников работает в организации, тем большее влияние на их вовлечение в волонтерские программы оказывает личное участие руководства и пример коллег. Соответственно, в более крупной организации с большим количеством подразделений требуется более систематизированный, рути-

низированный подход к организации волонтерской деятельности с предусмотренной возможностью адаптации к социальным вызовам на местах.

Стоит отметить, что 81% компаний-респондентов собирают пожертвования сотрудников, в том числе стимулируя их увеличением суммы пожертвований со стороны организации, кратной внесенной ее работниками.



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 10. Формы реализации корпоративной благотворительности, 2016–2019



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 11. Инструменты корпоративной благотворительности, 2016–2019

К услугам *pro bono*, реализуемым 59% участников, относятся консультации (юридические, стратегические, финансовые и др.), образовательная деятельность (тренинги, семинары, мастер-классы), менторство и помощь в социальной адаптации (для молодежи, людей с ограниченными возможностями, начинающих предпринимателей).

Возможности социально ориентированного маркетинга используют 38% компаний. Можно предположить, что потенциал таких маркетинговых кампаний зависит от отраслевой принадлежности аналогично востребованности бесплатных товаров и услуг в качестве благотворительной помощи. Социально ориентированные маркетинговые кампании, как правило, являются эффективными на B2C рынках товаров, хорошо знакомых конечным потребителям.

#### Управление корпоративной благотворительностью

В качестве субъектов управления корпоративной благотворительностью выступают конкретные подразделения и сотрудники, занимающие соответствующие должности. Данные настоящего исследования демонстрируют постепенную профессионализацию управления корпоративной благотворительностью, которая в том числе выражается в уходе от спонтанного, случайного распределения ролей и обязанностей, а также от возложения их на плечи сотрудников, отвечающих за иные функции (рис. 12).

По состоянию на 2019 г. можно говорить о значительной доле компаний, организующих специальные подразделения (70%) и/или целенаправленно нанимающих специалистов (19%), для которых планирование, организация и оценка благотво-



\*Компании-респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 12. Субъекты реализации корпоративной благотворительности, 2019

рительных проектов представляют собой основные рабочие обязанности. Тем не менее сохраняется роль департамента по связям с общественностью, на участие которого в управлении благотворительностью указали четверть респондентов. Это свидетельствует о достаточно популярной репутационной ориентации благотворительных программ.

Что касается критериев отбора благотворительных проектов, доминирующими факторами являются: соответствие основным благотворительным программам/направлениям (54% респондентов), актуальность и социальная значимость проблемы (43%) и долгосрочность (35%) (рис. 13).



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

*Рис. 13. Критерии отбора благотворительных проектов*

Данный выбор подтверждает предположение о распространённости стратегической ориентации корпоративной благотворительности, подразумевающей системность, эффективность и долгосрочность в противовес спонтанной эмоциональной реакции на запросы заинтересованных сторон. Тем не менее на увязку с корпоративной стратегией указали лишь 14% компаний, а на необходимость учета оценки рисков и качественных/количественных эффектов обращают внимание только 16% и 22% респондентов соответственно. Представляется, что соотнесение благотворительной и корпоративной стратегий, а также усиление «бизнес»-подхода к благотворительности являются зонами роста для большинства компаний. Показательно, что возможность сотрудничества с различными заинтересованными сторонами, как правило, не является для респондентов значимым фактором при принятии решения о реализации или отклонении проекта. При этом, характеризуя свои благотворительные программы, компании, наоборот, постулируют крайнюю важность кооперации.

## Заключение

Проведенное исследование позволяет прийти к выводу, что основные тенденции развития стратегий корпоративной благотворительности ведущих российских компаний, проявившиеся во второй половине текущего десятилетия, приводят к определенным качественным сдвигам. Ведомые взаимосвязанными стимулами морального и экономического характера, компании все больше ориентируются на комплексное целеполагание благотворительной деятельности как ориентированной на решение социальных проблем при повышении устойчивости бизнеса и развитии регионов присутствия. Иными словами, компании в возрастающей степени осознают и интерпретируют корпоративную благотворительность как социальные инвестиции. Документальное закрепление стратегий корпоративной благотворительности как функциональных стратегий все более четко подчиняется задаче встраивания в стратегии более высокого корпоративного уровня, прежде всего — корпоративные стратегии устойчивого развития. При этом повышение эффективности такого соподчинения требует от компаний дополнительных усилий, в частности связанных с совершенствованием критериев отбора благотворительных проектов. При сохранении популярности таких направлений корпоративной благотворительности, как поддержка образования, здравоохранения, экологии, социальной защиты и развитие местных сообществ, компании расширяют «палитру» своих проектов и программ, ориентируясь в том числе на ЦУР ООН. Управление корпоративной благотворительностью как социальными инвестициями становится все более профессиональным, осуществляемым менеджерами специализированных функциональных подразделений. Возрастает интерес компаний к развитию партнерств, но потенциал такого развития далеко не исчерпан. Более того, использование этого потенциала представляется важнейшей задачей, решение которой может существенно повысить эффективность не только стратегий корпоративной благотворительности и КСО, но и корпоративной и бизнес-стратегий российских компаний.

## Оценка социальных инвестиций и благотворительной деятельности бизнеса

Оценка — это, по сути, обратная сторона планирования. На этапе планирования разработчики программ и проектов определяют, какие действия нужно предпринять и какие результаты должны быть достигнуты, чтобы реализовать стратегическое видение, принятое руководством компании. А на этапе оценки смотрят, в какой степени были реализованы запланированные действия и достигнуты целевые значения результатов. Кроме того, на этапе оценки может проводиться и более глубокий анализ опыта, полученного в процессе реализации проекта или программы, чтобы сделать из него выводы на будущее. Результаты, полученные в ходе оценки, используют для определения стратегии и тактики работы в следующем управленческом цикле.

Оценка отвечает на информационные потребности руководства компании, а эти потребности зависят в том числе от того, как компания понимает, зачем она занимается благотворительной деятельностью: чтобы поддержать реализацию каких-то мероприятий, например, оплачивать лечение и отдых детям-сиротам; чтобы способствовать каким-то конкретным изменениям в жизни участников программ, например, повысить уровень их компетенций в какой-то сфере; чтобы улучшить жизнь людей в каком-то населенном пункте. Если горизонт планирования благотворительной деятельности ограничен мероприятиями, то для оценки этой деятельности будет достаточно получить отчеты о проведении запланированных мероприятий или направить сотрудников компании на эти мероприятия. Если же компания хочет, чтобы поддерживаемые социальные проекты приводили к изменениям в жизни людей в тех сообществах, где они живут, то ей потребуется собирать информацию об этих изменениях, и процесс оценки становится более трудоемким.

Модель благотворительной деятельности как инструмента социальных изменений появилась сначала на Западе. И там же сформировались подходы к оценке таких программ. Стандартом стала внешняя независимая оценка, которую проводят специалисты, не участвовавшие в разработке и реализации оцениваемых проектов и программ и обладающие специальными навыками сбора и анализа данных. Один из основных принципов такой оценки — сопоставление данных, полученных из нескольких источников информации и несколькими методами, чтобы обеспечить максимальную надежность и достоверность получаемой информации. На Западе проведение такой оценки уже стало отдельной профессией, например, есть университетские программы, посредством которых можно получить соответствующее образование или ученую степень по оценке социальных проектов.



Если говорить о практике оценки благотворительных программ бизнеса в России, то, судя по заявкам, поданным в этом году на конкурс Форума доноров «Лидеры корпоративной благотворительности», «западная» модель оценки социальных проектов используется в первую очередь в иностранных компаниях. Например, компания «Сахалин Энерджи» проводит независимую внешнюю оценку проектов социальных инвестиций один раз в два года. Причем оценивают как отдельные краткосрочные проекты, которые были профинансированы компанией, так и стратегические партнерские программы, а также процессы и подходы в сфере реализации программ социальных инвестиций.

Похожий подход использует компания «Амвэй». Например, в 2019 году компания провела оценку программы «Мама-предприниматель». Методика оценки включала интервью с представителями федеральных соорганизаторов программы и онлайн опросы, в которых участвовали 206 выпускниц программы 2018 года (в том числе 30 победительниц) и 34 региональных партнера программы.

В результате оценки были определены направления дальнейшего развития программы «Мама-предприниматель». Например, оценка показала, что нужно улучшить образовательный блок программы, важно организовать сопровождение выпускниц: проводить для них консультации, поддерживать сетевое общение и поддерживать их стартапы, а также нужно обеспечить дифференцированный подход к участницам с разным уровнем подготовки. На основании результатов оценки «Амвэй» уже разработал и реализовал несколько пилотных проектов в рамках программы «Мама-предприниматель», чтобы протестировать новые направления работы.

А в 2018 году компания провела оценку влияния программ и проектов своего Благотворительного фонда, реализованных в 2013–2017 гг. Исполнителем оценки был Фонд поддержки и развития филантропии «КАФ». Оценка проанализировала влияние деятельности Благотворительного фонда компании «Амвэй» на различные группы стейкхолдеров, роль фонда в формировании имиджа компании и во взаимодействии компании с властью, СМИ и местным сообществом, а также востребованность основных направлений работы фонда и возможные перспективы их развития.

По результатам оценки компания получила ряд рекомендаций, которые использовала для совершенствования работы своего Благотворительного фонда. Например, одной из рекомендаций было разработать мероприятия, которые были бы интересны независимым предпринимателям (распространителям продукции) «Амвэй». Во исполнение данной рекомендации Благотворительный фонд, например, начал заниматься систематическим вовлечением независимых предпринимателей «Амвэй» в программу «Мама-предприниматель».

При этом «западные» подходы к оценке программ и проектов начинают использовать и российские компании. (Здесь стоит отметить, что, так как в России термин «оценка» чаще означает вынесение суждения о программе по степени достижения целевых показателей, оценку со сбором и анализом дополнительных данных

российские компании называют исследованием, хотя и видят ее как часть системы оценки.) Например, СИБУР ежегодно проводит комплексные исследования (оценку) эффективности своей благотворительной программы «Формула хороших дел», чтобы, в том числе, проанализировать результативность, устойчивость и коммуникационную эффективность проектов, получивших грантовую поддержку. Методика оценки, пример которой компания привела в своей заявке на конкурс, включала анализ проектной документации, сайтов организаций-победителей и аккаунтов в социальных сетях, анкетирование, интервью и фокус-группы с сотрудниками региональных предприятий, представителями местных властей, победителями и участниками грантового конкурса, а также благополучателями проектов.

СИБУР проводил эту оценку внутренними силами: всю работу выполнили специалисты программы «Формула хороших дел». Результаты оценки использовали, в том числе, для совершенствования процедур проведения конкурса и взаимодействия с партнерами и грантополучателями, для определения приоритетов программы на 2020 год.

Внешнюю оценку эффективности своих социальных инвестиций проводит Сибирская Угольная Энергетическая Компания (СУЭК). Методика оценки включает фокус-группы с представителями местных и региональных властей и некоммерческих организаций, опросы экспертов и участников мероприятий, а также обсуждение результатов программ на публичных мероприятиях с участием заинтересованных сторон.

Программы социальных инвестиций СУЭК направлены на повышение качества жизни людей в регионах присутствия компании, развитие предпринимательской и социальной инициативы местных сообществ. Для оценки достижения этих результатов компания раз в два-три года проводит социологические исследования. В их ходе собирают данные о том, с какими социальными проблемами люди сталкиваются, насколько они информированы о социальной политике и социальных программах компании и как они оценивают эти программы.

В 2019 году РУСАЛ при финансовой поддержке Фонда президентских грантов провел комплексные исследования социальной сферы в городах Братск, Тайшет и Шелехов Иркутской области. Исследования включали анализ благотворительных программ РУСАЛ и поддержанных проектов за предшествующие пять лет, а также анализ местных проблем и потребностей. Эта оценка выявила, например, наиболее востребованные решения местных задач социального развития. По результатам оценки РУСАЛ был дан ряд рекомендаций, например, относительно выстраивания совместной работы с городскими сообществами, малым бизнесом, органами власти и местного самоуправления.

Относительно новый тренд в оценке благотворительной деятельности связан с тем, что компании начинают ориентироваться не только на собственные цели, но и на Глобальные цели (Цели в области устойчивого развития) или национальные цели развития России. Соответственно, у руководства компаний возникает потребность в оценке вклада благотворительной деятельности или социальных инвестиций в

достижение этих целей. Например, Соса-Cola приняла на себя ряд обязательств в области устойчивого развития, которые были разработаны на основе глобального исследования динамики соответствующих показателей за предыдущие годы для всех рынков. А СИБУР в рамках оценки программы «Формула хороших дел» проанализировал, как характер и тематика поддержанных проектов грантополучателей соотносится с национальными проектами и национальными целями развития.

В целом, судя по материалам, представленным участниками конкурса Форума Доноров «Лидеры корпоративной благотворительности», нужно отметить, что использование компаниями оценки в рамках своей благотворительной деятельности соразмерно тому, как эта деятельность осуществляется. Компании, которые поддерживают небольшие грантовые проекты, срок реализации которых не превышает месяца, а бюджет — ста тысяч рублей, ограничиваются экспертной оценкой поданных проектных заявок и контролем реализации планов работы и достижения целевых значений индикаторов результатов профинансированными проектами. Общая оценка эффективности благотворительной программы компании делается силами сотрудников путем анализа отчетов по всем проектам. И такой подход оправдан, потому что небольшие проекты не приводят к изменениям, например, на уровне сообществ, которые можно измерить, поэтому нет особого смысла проводить такие исследования. Компании, которые поддерживают более масштабные проекты, которые могут иметь заметный социальный эффект, с большей вероятностью проводят также оценку, которая включает дополнительный сбор данных с использованием комплекса разных методов, чтобы выявить долгосрочное воздействие на людей, местные организации и местное сообщество в целом.

**Ольга Вохмянина**, руководитель направления по связям с общественностью, куратор исследований Форума Доноров

## Бизнес начинает и выигрывает

Очевидно, что ни одна из компаний, претендующих на звание лидера корпоративной благотворительности, не могла остаться в стороне от пандемии и ее социальных и экономических последствий. Номинация Министерства экономического развития Российской Федерации «Лучший проект по преодолению последствий коронавирусной инфекции в Российской Федерации» стала самой популярной в конкурсе и исследовании Форума Доноров. Более половины компаний (59%) выделили дополнительные бюджеты на внешние социальные программы и еще 16% перераспределили бюджет с других направлений — суммарно почти 14 млрд руб. было направлено на поддержку благополучателей и наиболее заметно пострадавших сфер — здравоохранения и образования. На фоне своих зарубежных коллег российский бизнес выглядит более щедрым: по данным исследования «Giving in Number-2020» (GIN-2020), во всем мире в среднем 45% компаний увеличили бюджеты и 37% переориентировали имеющиеся средства.

Но в ситуации неопределенности выигрывает не тот, кто тратит больше ресурсов, а тот, кто знает, где необходима помощь. И долгое время запрос российского бизнеса на единую систему оперативного информирования о нуждающихся не был удовлетворен. При этом в Великобритании аналогичная цифровая система уже позволила объединить более 800 компаний и фондов, в ЮАР она стала началом первого в истории страны анализа всех бенефициаров и доноров. Запущенная ОНФ и Ассоциацией волонтерских центров акция #МыВМЕСТЕ частично сняла напряжение, но многие региональные организации действовали традиционным способом. В результате большое количество просьб о поддержке в регионах дублировали друг друга, рассылались от НКО и местной власти «всемерно» сразу нескольким компаниям, снижая эффективность работы. Между тем в тех регионах, где в период карантина был налажен оперативный диалог власти, бизнеса и НКО (Свердловская, Челябинская область, ХМАО и др.), теперь можно ожидать ускоренного развития социальной среды.

### Адресная помощь оттеснила долгосрочные программы

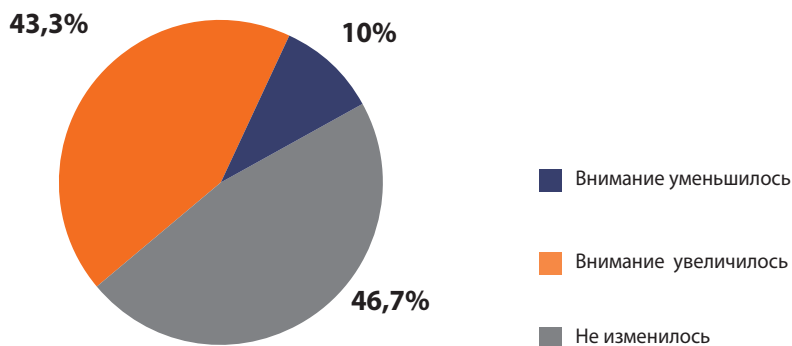
Как же реагировал бизнес на этот вызов? Уже к 20 марта более трети доноров (компании, частные и корпоративные фонды) заявили о пересмотре своих благотворительных бюджетов. Меры внутренней поддержки в большинстве случаев касались перевода на удаленную работу либо обеспечения физической и ментальной безопасности работников (санитарные меры, психологические и медицинские консультации для сотрудников, обновление корпоративных образовательных и досуговых программ и мероприятий онлайн, диалоги с топ-менеджментом компаний и др.), а также разовые выплаты сотрудникам.

При этом действовать бизнесу пришлось буквально в «регламентном вакууме»: лишь в каждой пятой компании до пандемии существовали документы, регулирующие работу в условиях нестабильности. На сегодняшний день 43% либо уже разработали подобные документы, либо задумываются об этом.

В отношении внешних благополучателей компании чаще всего:

- оказывают поддержку медучреждениям (обеспечение оборудованием, питанием для медперсонала, софинансирование исследований и открытия COVID-отделений) (En+, Ренова, Джонсон & Джонсон, Coca-Cola HBC Россия);
- поддерживают образовательные учреждения (оборудованием, доступом к собственным решениям/программам, ресурсам, образовательным платформам и консультациями по переходу в онлайн-режим) (Северсталь, ФосАгро, IBM);
- перепрофилируют собственные производственные мощности для производства антисептической продукции и средств индивидуальной защиты (СИБУР, Unilever);
- вводят новые грантовые программы по поддержке НКО и гибко согласовывают изменения в текущих проектах (ОМК, РУСАЛ, Сахалин Энерджи);
- организуют совместные фандрайзинговые кампании (Сбербанк, JTI, Синара, Росбанк, Amway и др.).

Глобальный вызов, требующий немедленных действий, не мог не отразиться на ведении продуманных долгосрочных программ. Как отмечают специалисты, карантин стал испытанием для плановой деятельности в области КСО/благотворительности/социальных инвестиций: в каждой десятой организации внимание уменьшилось, а на первый план вышли адресная помощь в борьбе с коронавирусом и обеспечение финансовой стабильности компании.



*Как изменилось отношение руководства и партнеров к КСО-деятельности компании в период коронавируса?*

## **Малый бизнес поддержат корпорации**

Очевидно, что приоритеты социально ответственных компаний будут меняться и дальше. Влиять будут как минимум три фактора: ограниченность ресурсов, растущий профессионализм самих специалистов по КСО и ожидания значимых стейкхолдеров.

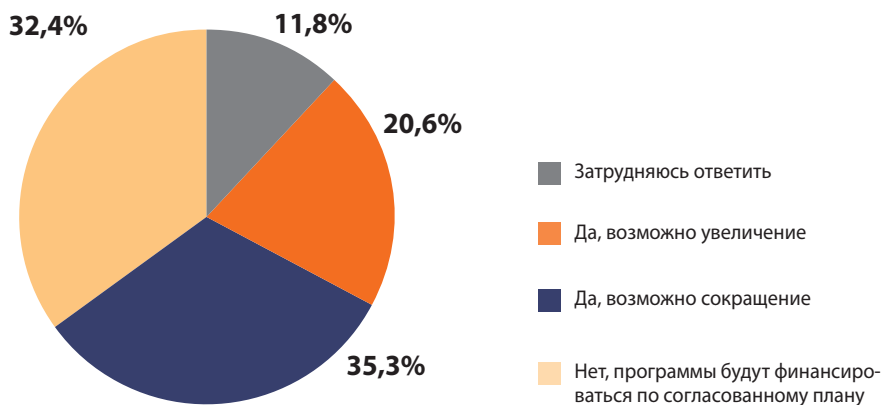
Компании, которые учитывают интересы всех заинтересованных сторон, демонстрируют почти на 30% более высокие финансовые показатели. В результате можно предположить, что вырастет запрос на исследование, на оценку результативности и социального воздействия собственных и партнерских проектов, оценку влияния социальных программ на восприятие компании. Повышенное внимание будет уделяться проектам с созданием отложенной ценности и стимулирующим социально-экономическую устойчивость регионов: поддержка социального предпринимательства, малого и среднего бизнеса, развитие лидеров местных сообществ и др. Так, «Северсталь» в Вологодской области уже запустила проект по увеличению доли закупок крупных предприятий у локальных производителей, а Google.org выдала первый в России грант Фонду «Инносоциум» на менторскую программу «Бизнес-наставники» для предприятий малого и среднего бизнеса.

Экологические программы становятся для компаний все более значимыми уже несколько лет подряд (в этом году они впервые вошли в ТОП-3 наряду с образовательными и медицинскими), в контексте работы с местными сообществами сохранится и этот вектор в качестве приоритетного.

При этом первые волны коронавируса породили целый ряд новых проблем: ухудшение самочувствия и работоспособности переболевших, сокращение программ помощи людям с редкими заболеваниями, неравенство образовательных возможностей в связи с переходом на дистанционное обучение, риски кибербезопасности, безработица и падение доходов населения, колоссальный объем медицинского мусора. Действовать в пределах существующих ограничений и добиваться успеха можно лишь в тесном диалоге.

## **Социальный бюджет будет**

Что ждет российский сектор благотворительности и социальных инвестиций? Несмотря на то, что в июне треть компаний и корпоративных фондов заявляла о возможности сокращения социального бюджета, можно ожидать, что объемы поддержки в целом сохранятся. У 80% участников исследования «Лидеры корпоративной благотворительности» бюджет на социальные и благотворительные проекты обычно формируется из фиксированной суммы на год, о возможном сокращении заявили лишь 5%. На глобальном уровне ситуация чуть более однозначная: по данным GIN-2020, 65% компаний во всем мире прогнозируют, что их бюджет социальных инвестиций на следующий год будет стабильным.



*Рассматривается ли в вашей организации изменения бюджета социальных/благотворительных программ в связи с текущим экономическим и эпидемиологическим положением*

Продолжающегося развития социального партнерства между корпоративным, государственным и общественным секторами, впрочем, ожидать точно стоит. На это указывают и достигнутый уровень коммуникации и сотрудничества между ними, и долгожданные налоговые льготы для бизнеса, и включение России в глобальную работу по достижению (и отчетности на этом пути) Целей Устойчивого Развития.

Возможно, корпоративной благотворительности и социальным инвестициям суждено стать той отправной точкой, с которой удастся начать доверительный диалог и соотносить взаимные интересы и ожидания власти и бизнеса в новых условиях.

**Шилина Марина Григорьевна**, доктор филологических наук, профессор РЭУ имени Г.В. Плеханова, директор образовательных и научных программ Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник»

## **Информационное сопровождение корпоративных благотворительных проектов и социальных инвестиций**

Исследование экспертами Форума Доноров динамики развития корпоративных программ социальных инвестиций и благотворительности в России, в том числе в контексте ЦУР ООН, за «пятилетку» 2014–2018 гг. зафиксировало формирование стратегического подхода корпораций к этой деятельности. Социальные инвестиции становятся управленческим стандартом.

Информационная поддержка социальных инвестиций и благотворительности к 2019 году стала закономерно востребованной: специальное PR-сопровождение программ планировали 70% компаний-респондентов, практически каждая пятая компания (23%) интегрировала информацию о благотворительности в общую PR-стратегию.

Несмотря на позитивную динамику развития деятельности в России, оценка эффективности этих усилий в инфосфере проводилась далеко не всеми корпорациями (63%). Большинство параметров оценки носило количественный характер (например, количество упоминаний в СМИ, цитируемость и т.д.), что в итоге затрудняло оценку качественных результатов воздействия программ на имидж, репутацию, бизнес.

Подобная ситуация вполне закономерна и объясняется особенностями российской транзитивной экономики, низкой институализацией и маркетинговым характером отечественного PR и, конечно, определенной новизной проблематики социальных инвестиций для компаний (впрочем, исторически благотворительная деятельность в России имеет давние и богатые традиции, хотя и не становилась объектом специального продвижения).

Каковы параметры информационного сопровождения программ социальных инвестиций и корпоративной благотворительности в России, в том числе в контексте ЦУР ООН, в 2019 году?

Подавляющее большинство компаний (95%) активно занимаются продвижением программ социальных инвестиций, в частности реализуют программы социальных инвестиций, ЦУР и благотворительности в соответствии с PR-программой (65%) и в рамках общей стратегии продвижения (27%).

Отметим, что компании не имеют возможности заниматься продвижением своих социальных программ исключительно по объективным причинам, например юридическим (в частности, корпорация Джи.Т.И Россия не ведет PR-сопровождение своих программ социальных инвестиций, поскольку ФЗ накладывает ограничения на коммуникации производителей табачных изделий).



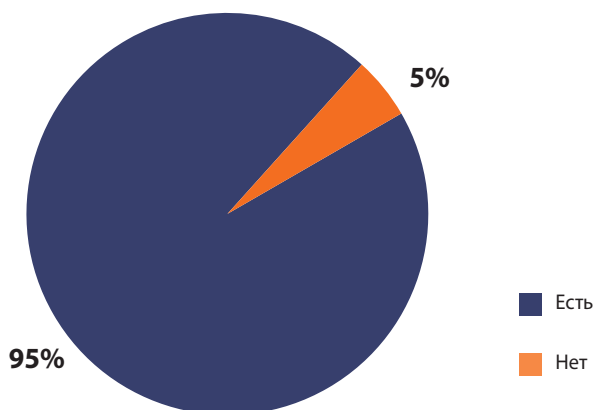


*\*PR-сопровождение ведется ситуативно, программа продвижения не разрабатывается*

*\*Нет в связи с ограничениями, накладываемыми Федеральным законом от 23 февраля 2013 года № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». PR-сопровождение благотворительных проектов расценивается как реклама табачных изделий, стимулирование их продажи и спонсорство.*

*\*Отражение социальных инвестиций и благотворительности в СМИ входит в число корпоративных КПЭ в сфере стратегического PR и КСО: повышение прозрачности, рост упоминаемости социальной деятельности и трансляции ее результатов общественности. В рамках деятельности фонда во взаимодействии с пресс-службой АФК «Система» реализуется комплексная стратегия продвижения ключевых программ, проектов и их результатов в СМИ и социальных медиа, разрабатываются PR-планы по каждому проекту.*

#### PR-сопровождение корпоративных социальных инвестиций/благотворительной деятельности / программ



#### PR-продвижение программ социальных инвестиций / благотворительности

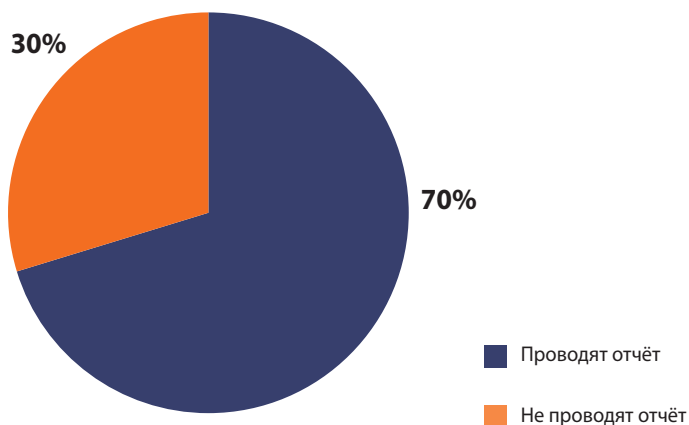
Развитие параметров корпоративных социальных инвестиций и благотворительности в контексте устойчивого развития фиксируют социальные кодексы и иные нормативные документы, роль которых возрастает: с 4% в 2016 г. до 28% в 2018 г. В 2019 году комплексные отчеты, включающие информацию по экономическим, экологическим и социальным аспектам, и отчеты в области устойчивого развития, по социальным коммуникациям подготовили 70% компаний. Отчеты по социальным инвестициям, также как отчеты в области благотворительности, есть практически у трети компаний (30%).

Подавляющее большинство компаний (92%) предоставляют отчеты по международным стандартам, лишь три из имеющих отчетность — в свободной форме (8%). Наиболее распространенным стандартом отчетности является GRI (19 компаний из 23), а также UNGC (6 компаний) и AA 1000 (5 компаний); два и более форматов отчетности используют четверть компаний (25%).

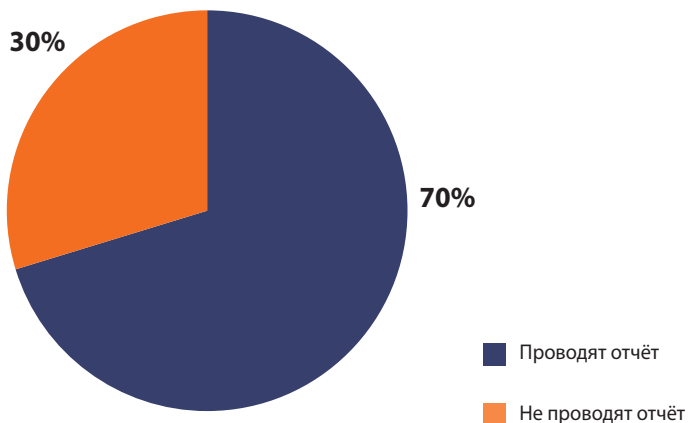
Корпорации начинают шире и разнообразнее фиксировать свою деятельность в сфере социальных инвестиций. Так, компания СВЕЗА-Лес предлагает отчеты-презентации, ПАО АФК «Система» — видеоролики.

Все отчеты за 2019 год, выполненные по международным стандартам, доступны в интернете (отметим, что в 2018 году только 60% компаний-респондентов предоставляли полный или частичный доступ к соответствующим документам).

Информационная активность корпораций по продвижению социальных инвестиций достигает предельного насыщения. Если в 2018 году внешний и внутренний корпоративные сайты (95% компаний) и социальные сети (78%) использовались



*Наличие корпоративной отчетности в сфере социальных инвестиций/благотворительности*



*Корпоративная отчетность в сфере устойчивого развития*

как основные каналы распространения информации достаточно широко, то в 2019 году эти ресурсы используют уже практически все компании.

Медийная активность растет весьма интенсивно, причем по всем каналам. Традиционно основные каналы внутреннего и внешнего продвижения программ социальных инвестиций — интернет, пресса, ТВ и радио — являются базовыми для большинства компаний (71%).

Несмотря на то, что в минувшие годы эксперты предсказывали снижение активности корпораций в прессе, количество публикаций в СМИ растет (97%). Выходят еженедельные (43%) и ежемесячные (27%) материалы, ежедневное информирование ведут 11% корпораций.

Например, количество публикаций в 2019 году о социальной и благотворительной деятельности компании СУЭК превысило 2 000 (при этом в 2020 году более 2 000 публикаций в СМИ вышло только по деятельности компании по противодействию коронавирусной инфекции).

Собственные печатные материалы создают 65% корпораций-респондентов. В равной мере (16%) востребованы обновления о социальных инвестициях, которые публикуются каждую неделю и квартал.

Телевидение используют 89% корпораций (против 68% в 2018 г.). Для выходов в телеэфир наиболее популярен ежеквартальный показатель (27%), чуть ниже еженедельные и ежемесячные объемы передач и репортажей (22%).

Растет число радиоэфиров: их используют 78% корпораций (в 2017–2018 гг. цифра не поднималась выше 50%). Востребованы ежеквартальные и ежемесячные передачи (27% корпораций).

Практически все корпорации используют корпоративные внутренние, внешние и иные сайты, информация на которых обновляется чаще всего раз в неделю, также как информация в социальных сетях (92% компаний-респондентов).

Существенным направлением является работа с внутрикорпоративными аудиториями. В первую очередь, используется интернет-инструментарий, развиваются и обновляются внутрикорпоративные сайты, которые используют 97% корпораций (еженедельно 62%, ежеквартально/ежемесячно 14%, ежедневно 8%).

Рассылки по электронной почте для сотрудников делает 92% корпораций, чаще всего в еженедельном режиме (51%) или ежемесячно/ежеквартально (16%).

Востребована внутрикорпоративная пресса (81%), в первую очередь ежеквартальные и ежемесячные издания (24%), еженедельники (19%).

Собрания работников для обсуждения проектов и проблем в сфере социальных инвестиций становятся трендом: их проводят 81% корпораций, на регулярной основе (ежеквартально 46%, еженедельно 14%, ежемесячно 11%).

Разнообразная информация в офисе стала инструментом продвижения социальных проектов, ее используют 89% компаний-респондентов, обновляя ежеквартально (32%) и еженедельно/ежемесячно (24%). Чтобы стать ближе к аудитории, корпорации начинают использовать такие визуальные носители, как видеопанели и инфоэкраны в офисе.

В 2019 году почти треть корпораций (30%) использует для продвижения более точную фокусировку для работы с целевыми аудиториями стейкхолдеров по каналам коммуникации, создавая на основе стандартных технологических решений новые контентные форматы, в первую очередь цифровые. Например, компании запускают специальные сайты, посвященные корпоративной социальной деятельности как таковой (ВТБ-Россия, СИБУР Холдинг), сайты программы соинвестиций, проекта, корпоративного фонда.

Peer-to-peer взаимодействию способствуют корпоративные социальные сети, индивидуальные e-mail рассылки. Мобилизация коммуникации представлена смс-рассылками.

Ресурсом продвижения проектов корпоративной благотворительности и социальных инвестиций являются различные форматы оффлайн-взаимодействия представителей компании со стейкхолдерами — их применяют 46% корпораций. Лидируют такие технологии и инструменты, как личные встречи, презентации и переговоры (97%), которые в основном проводятся еженедельно (35%) и ежемесячно (32%).

Для продвижения проектов корпоративной благотворительности и социальных инвестиций в последние годы более 80% респондентов стабильно используют участие компании в различных мероприятиях: профильных выставках, конференциях, число которых увеличивается.

Каковы параметры эффективности достижения целей корпорации по продвижению программ социального инвестирования?

Измерения эффективности коммуникации проводят почти 70% корпораций, из них 90% постоянно, одноразово и/или ситуативно — 10%.

При этом почти треть компаний (30%) не оценивала результаты своей работы по продвижению проектов корпоративной благотворительности и социальных инвестиций.

Регулярные замеры большинство компаний проводит ежемесячно и ежегодно, наиболее часто оцениваются итоги результатов мероприятий.

В 2018 году большинство показателей и инструментов измерения эффективности продвижения были количественными: уровень информированности внешних и внутренних заинтересованных сторон о благотворительной деятельности, количество упоминаний в СМИ и цитируемость материалов компании, посещаемость соответствующих страниц корпоративного сайта и т.д. Реже велась оценка качественных параметров: влияние благотворительности на формирование репутации и взаимоотношения с властью, изучение ключевых коммуникационных образов компании и т.д.

В 2019 году инструментарий количественных исследований расширяется.

В первую очередь, анализируется медийное присутствие. Так, чаще всего используются такие показатели, как количество упоминаний о компании/проекте и количество публикаций. Остальные метрики (например, тип и уровень СМИ, уровень тональность (нейтральная, позитивная, негативная), коммуникативная роль (главная, второстепенная, эпизодическая), упоминание в заголовках, уровень и тип цитирования, Media Outreach, коэффициент и качество медиаприсутствия, количество экспертов, упоминания в СМИ по проблематике и т.д.) применяются в единичных случаях.

Для оценки эффективности работы в интернете, например корпоративного сайта, наиболее популярная метрика посещаемости (также запросы, прирост подписчиков), не часто изучается поведение пользователей, информированность ЦА. Количественно оценивают работу в соцмедиа — по охвату аудитории, перепечаткам/перепостам.

Наиболее востребованы у корпораций такие ресурсы и инструменты, как Медialogия, Интегрум, Яндекс.Метрика, Google Analytics, СМ Индекс, информационные системы по работе с базами данных СМИ; маркетинговый инструментарий (в частности NPS, Magram Marketing Research); мониторинг СМИ и соцсетей, собственные количественные исследования компаний.

Расширяется спектр качественных параметров исследований. Обозначим основные: уровень и динамика информированности стейкхолдеров о программах корпоративной благотворительности и социальных инвестициях, изменение общественного мнения о компании, влияние и PR-эффективность программ благотворительности, уровень доверия стейкхолдеров. Появляются точно сфокусированные измерения социальной активности внутри группы (АФК «Система»).

Репутационные исследования медиаполя компании осваивают, при этом репутационный показатель CORA, который позволяет определить узнаваемость бренда в свете социальных инвестиций и благотворительной деятельности, применяют только одна корпорация (Coca Cola).

Инструментарий качественных исследований — это экспертные интервью с представителями власти, СМИ, фокус-группы, соцопросы, отзывы ЦА, база расчета КПЭ PR.

Корпорации проводят больше исследований аудиторий как вовлеченных стейкхолдеров, так и широкой общественности. Например, корпорация Амвей работает с клиентами и обществом, проводя раз в два года аудит узнаваемости компании в контексте социальных инвестиций и благотворительной деятельности, их влияния на репутацию бренда. Внутренний мониторинг реализации проектов социальных инвестиций компании РУСАЛ позволяет оценить критерии информационной открытости по проекту, наличие информационных материалов, осведомленность и т.д. По результатам опроса стейкхолдеров компания определяет направление гранта, его объем.

Исследование 2019 года выявило, что дефицит PR сказывается на эффективности корпоративных проектов. СИБУР Холдинг для оценки образа компании проводит социальный и репутационный аудит, оценивает вовлеченность и социальное настроение сотрудников, проводит опрос лидеров мнений.

Отражение работы в сфере социальных инвестиций и благотворительности в СМИ некоторые компании, например АФК «Система», включают в число корпоративных КПЭ в сфере стратегий PR и КСО (повышение прозрачности, рост упоминаемости социальной деятельности и трансляция ее результатов общественности и т.д.).

В целом, оценивая корпоративные PR-стратегии 2019 года по информационному сопровождению программ социальных инвестиций, в том числе в контексте ЦУР ООН, стоит отметить, что лишь немногие из опрошенных компаний-респондентов декларируют комплексный подход к продвижению, определяя в качестве целей развитие в этом контексте корпоративного имиджа, уровня репутации, доверия к компании, узнаваемость бренда как социально ответственного.

Тем не менее растущая и расширяющаяся активность PR-сопровождения программ социальных инвестиций позволяет зафиксировать, что выявленные ранее коммуникативные диссонансы между стратегическим характером социального инвестирования и информационным сопровождением таких программ начинают сглаживаться, преодолеваются.



## РАЗДЕЛ 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

### МЕТОДОЛОГИЯ РЕЙТИНГА

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

#### **Оценка и формирование рейтинга происходит следующим образом:**

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

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

#### **Категории рейтинга:**

##### **• А+ Лидеры.**

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

##### **• А Лучшая практика.**

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

##### **• В+ Передовая практика.**

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

##### **• В Хорошая практика.**

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

##### **• С+ Развивающаяся практика.**

Результаты по разделам «Управление и процессы...» и «Оценка и совершенствование...» анкеты больше 50% максимально возможных баллов.

##### **• С Формирующаяся практика.**

Все остальные.

Методология рейтинга представлена в 2020-м году компанией ЕУ в России, разработанная на базе первичной методологии «Лидеры корпоративной благотворительности» сети аудиторско-консалтинговых фирм РwC совместно с Форумом Доноров.

# ИТОГИ

## СПИСОК УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «ЛИДЕРЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ — 2020»

АБСОЛЮТ	Мерседес-Бенц	Сегежа групп
Амвэй	Мануфэкчуринг Рус	Сервье
АШАН	МЕТАЛЛОИНВЕСТ	Сибирская Угольная
Аппатит (ФОСАГРО)	МТС	Энергетическая Компания
АФК «Система»	Нестле Россия	СИБУР Холдинг
БИОКАД	НЛМК	Ситибанк
ВТБ	Нордголд Менеджмент	Теле 2
ВымпелКом (бренд Билайн)	Норильский никель	Трубная металлургическая компания
Газпром нефть	Объединенная металлургическая компания	Умничка
ГлаксоСмитКляйн Трейдинг	Пигмент	Уральская горно-металлургическая компания
Детский Мир	Пирелли Тайр Россия	Филип Моррис Интернэшнл
Дж.Т.И. Россия	Проктер энд Гэмбл	Хендэ Мотор СНГ
Джонсон и Джонсон / Янссен	Пятёрочка	Эксон Нефтегаз Лимитед
ЕвразХолдинг	РОСБАНК	Соса-Cola в России
ИКЕА	Ростелеком	LG ELECTRONICS
ИКС 5	РусГидро	Mail.ru Group
Каспийский трубопроводный консорциум –Р	РУСАЛ	Nord Stream 2 AG
Леруа Мерлен Восток	Русская медная компания	L'Oréal
М.Видео	Самсунг Электроникс Рус Компани	Polymetal International
МегаФон	Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.	Wintershall Dea
Медси	СВЕЗА-Лес	
	Северсталь	



### РЕЙТИНГ А+

Металлоинвест

Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.

### РЕЙТИНГ А

Амвэй

Газпром нефть

Объединенная металлургическая компания

Сибирская Угольная Энергетическая Компания

СИБУР

АФК «Система»

Северсталь

Ростелеком

РУСАЛ

РусГидро

Эксон Нефтегаз Лимитед, оператор проекта «Сахалин-1»

Соса-Cola в России

## НОМИНАЦИИ

### «Лучшая программа (проект) по преодолению последствий коронавирусной инфекции в Российской Федерации»

Партнер номинации: Министерство экономического развития Российской Федерации

Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России	Северсталь	АО «Объединенная металлургическая компания»	ООО «АМВЗЙ»
2	1	1	3
Поддержка регионов РФ в борьбе с коронавирусной инфекцией	Программа поддержки населения в регионах присутствия в связи с пандемией COVID-19	OMK STOP Covid	Программа «С любовью к детям»

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

Партнер номинации: Российский союз промышленников и предпринимателей

Газпром нефть	АО «СУЭК»	ОК РУСАЛ	ПАО «АФК «Система»
2	2	1	3
Программа социальных инвестиций «Родные города»	ВМЕСТЕ ПРОТИВ COVID-19	Программа комплексного социально-экономического развития территорий присутствия компании РУСАЛ «Территория РУСАЛа»	Социокультурный фестиваль «Система Fest», Костромская область

### «Лучшая программа, способствующая обеспечению гендерного равенства»

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

Polymetal International	ООО «АМВЗЙ»	L'Oréal
2	1	3
Ассоциация «Женщины в добывающей отрасли России»	программа «Мама-предприниматель»	Программа национальных стипендий L'Oréal - UNESCO «Для женщин в науке»

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

Партнер номинации: Фонд президентских грантов

Компания «Газпром нефть»	ПАО «ГМК «Норильский никель»	Инвестиционная Группа АБСОЛЮТ
2	1	3
Грантовый конкурс «Родные города»	Конкурс социальных проектов Благотворительной программы «Мир новых возможностей»	Грантовый конкурс благотворительного фонда «Абсолют-Помощь» 2020 года

Диплом «Перспективный дебют в номинации»:  
Segezha Group, Nordgold

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

Партнер номинации: ООН в России

ООО «Джонсон и Джонсон» / «Янссен»	АО «ГлаксоСмитКляйн Трейдинг»	«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»
2	1	3
«Трамплин» - проект наставничества для подростков с ВИЧ, находящихся в трудной жизненной ситуации	Программа поддержки проектов сообщества людей, живущих с ВИЧ в России.	Комплексная программа компании «Сахалин Энерджи» по охране здоровья персонала и населения и ее вклад в реализацию ЦУР

## «Лучшая программа (проект), использующая информационные технологии для достижения Целей Устойчивого Развития»

Партнер номинации: Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий (АПКИТ)

ПАО «ВымпелКом» (бренд Билайн)	ПАО «АФК «Система» Проект «Одиссея»	ООО «Самсунг Электроникс Рус Компани»
1	1	2
«Beeline AI — Поиск людей» — искусственный интеллект на основе нейросети для сортировки фото, полученных с беспилотных летательных аппаратов в местах поиска пропавших людей волонтерами поисково-спасательного отряда «Лиза Алерт»	первая исследовательская инициатива в России, направленная на разработку технологий эффективного поиска и спасения людей, пропавших в природной среде	Поддержка Федерального инновационного образовательного Проекта госпитальных школ России «УчимЗнаем»

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

Партнер номинации: Министерство культуры Российской Федерации:

МТС	СИБУР	
2	1	3
«Культурный код МТС»	«Инновационные форматы культурных проектов в регионах присутствия СИБУРа»	«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»
		«Сохранение, развитие и популяризация языкового наследия коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области»

Специальный диплом: Акционерное общество «Каспийский Трубопроводный Консорциум — Р» (АО КТК-Р) за проект «КТК — талантливым детям».

## «Лучшая программа (проект) в сфере поддержки образования»

Партнер номинации: Агентство стратегических инициатив (АСИ)

ПАО «МегаФон»	АО «СУЭК»	ПАО «ГМК «Норильский никель»
2	1	3
Федеральный социальный проект «Справочно-игровой сервис «SkillCity»	Школа цифровых технологий СУЭК	Образовательный проект для педагогов, школьников и их родителей «Перемена»

## «Лучшая программа в сфере экологии»

Партнер номинации: Фонд «СКОЛКОВО»

АО «СУЭК»

1

Инновации для чистого неба

Nord Stream 2 AG

2

Ответственная реализация компанией Nord Stream 2 AG инфраструктурного проекта «Северный поток — 2» на чувствительной территории заказника «Кургальский»: инновационное техническое решение для минимизации воздействия, природовосстановительные мероприятия и комплексная программа для сохранения биоразнообразия

Группа «М.Видео-Эльдорадо»

2

«Правильная утилизация» — проект по ответственному сбору и переработке бытовой техники и электроники

АО «Апатит»

3

Установка стационарного поста непрерывного автоматического контроля атмосферного воздуха

Банк ВТБ (ПАО)

3

Городской общественный велопрокат «Велобайк»

## ЧЛЕНЫ ЖЮРИ И ЭКСПЕРТЫ



**Аблаев Антон**

Руководитель направления «Технологии для нефтегазового сектора» фонда СКОЛКОВО



**Герасимова Светлана**

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



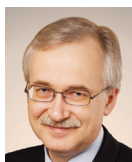
**Архипов Александр**

Исполнительный директор, Ассоциация выпускников СПбГУ



**Григорьева Галина**

Независимый эксперт



**Благов Юрий**

Директор Центра КСО им. ПрайсвотерхаусКуперс, ВШМ СПбГУ



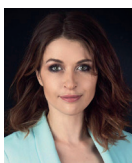
**Горелик Александр**

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



**Болдырева Александра**

Исполнительный директор Форума Доноров



**Гуськова Мария**

Генеральный директор ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»



**Вашукова Марина**

Исполнительный директор Национальной сети Глобального договора ООН



**Евlampиева Татьяна**

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



**Войцехович Константин**

Региональный советник ЮНЭЙДС по вопросам взаимодействия с органами власти



**Ефимова Юлия**

Ведущий специалист ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»



**Зайцева Наталья**

Руководитель Центра устойчивого развития бизнеса Московской школы управления СКОЛКОВО



**Леонова Татьяна**

Независимый эксперт



**Иванова Екатерина**

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



**Перцовский Олег**

Операционный директор кластера энергоэффективных технологий, фонд СКОЛКОВО



**Имаева Гузелия**

Генеральный директор Аналитического центра НАФИ



**Полетаев Владимир**

Ведущий специалист ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»



**Копылова Галина**

Советник Управления корпоративной ответственности, устойчивого развития и социального предпринимательства РСПП



**Пономарёв Сергей**

Соучредитель Galileo: International Impact Investing Centre



**Кошелева Наталья**

Специалист по оценке, компания «Процесс Консалтинг», международный консультант в области мониторинга и оценки программ



**Радченко Татьяна**

Заместитель руководителя, Аналитический центр при Правительстве РФ



**Кузнецов Владимир**

Директор Информационного Центра ООН в России



**Салдана Виней П.**

Региональный Директор ЮНЭЙДС по Восточной Европе и Центральной Азии



### **Саркисова Светлана**

Руководитель проектов  
Форума Доноров



### **Ханьжина Юлия**

Заместитель директора направления  
«Молодые профессионалы», Агентство  
стратегических инициатив (АСИ)



### **Скибин Антон**

Руководитель направления  
«Энергетика и транспорт», фонд  
СКОЛКОВО



### **Ходько Антон**

Директор проектов  
Дирекции по развитию корпоративной  
культуры, СБЕР



### **Соболев Игорь**

Советник Генерального директора  
Фонда президентских грантов



### **Чернышкова Елена**

Президент, Благотворительный фонд  
«Умная среда»



### **Михаил Тыкучинский**

Директор по развитию и индустриальным  
партнерам кластера энергоэффективных  
технологий, фонд СКОЛКОВО



### **Чукалин Илья**

Генеральный директор Фонда  
президентских грантов



### **Феоктистова Елена**

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



### **Шилина Марина**

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



### **Феоктистова Олеся**

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



### **Щербаткина Мария**

Ответственный секретарь  
Совета Евразийского женского форума  
при СФ Федерального Собрания РФ



## О ПОБЕДИТЕЛЯХ РЕЙТИНГА

По мнению экспертов, две компании получили высший рейтинг — А+. Это ООО УК «МЕТАЛЛОИНВЕСТ» и «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» Обе эти компании неоднократно входили в ТОП-10 «Лидеров корпоративной благотворительности» прошлых годов, представляли на конкурс программы корпоративной филантропии, которые высоко оценивались экспертами и становились победителями и лауреатами специальных номинаций. В 2020-м году последовательность и системность в социальной политике, приверженность высоким стандартам социальной ответственности бизнеса, взаимодействию с заинтересованными сторонами, а также применение инновационных подходов к улучшению социального климата в регионах присутствия были высоко оценены экспертами, что позволило этим компаниям получить наивысший возможный рейтинг — А+. Примечательны цифры вклада в социальную сферу в 2019 м году компаний:

**ООО УК «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»** — 5 900 000 000 рублей,

**«Сахалин Энерджи»** — 90 000 000 рублей.



**ООО УК «МЕТАЛЛОИНВЕСТ»**

### **Подход к благотворительной деятельности и социальным инвестициям**

Стратегия развития компании Металлоинвест — это укрепление позиций одного из ведущих производителей железорудной продукции с высокой добавленной стоимостью в мире, основанных на принципах устойчивого развития и ответственного отношения к окружающей среде. Металлоинвест стремится:

- обеспечить высокое качество продукции,
- обеспечить экологическую безопасность производства,
- соблюдать правовые и этические вопросы социально-трудовых отношений,
- внести вклад в здоровье и благополучие своих сотрудников,
- внести вклад в социально-экономическое развитие территорий присутствия.
- Компания осознает свою ответственность перед всеми заинтересованными сторонами, налаживает с ними партнерские отношения, основанные на уважении прав человека, соблюдении законодательства и других значимых норм и правил.

Долгосрочная стратегия Металлоинвеста строится в соответствии с Целями устойчивого развития ООН и ориентирована на последовательное увеличение вклада Компании в достижение этих целей за счет применения ответственных подходов к управлению бизнесом, в том числе путем реализации внешних социальных программ, благотворительных проектов для работников Компании и местного населения.

Деятельность Компании по управлению устойчивым развитием включает в себя ряд основных направлений:

- Охрана окружающей среды
- Охрана труда и промышленная безопасность
- Управление и развитие персонала
- Социальная политика
- Развитие местных сообществ
- Взаимодействие с заинтересованными сторонами
- Цепочка поставок
- Права человека
- Корпоративная этика

В 2019 году Металлоинвест продолжил внедрение практики устойчивого развития во все бизнес-процессы. Большим шагом стала разработка и внедрение ряда корпоративных документов — Политики устойчивого развития и Политики по правам человека, был обновлен Кодекс корпоративной этики, запущена масштабная Экологическая программа. В Компании действует Политика корпоративной социальной ответственности и благотворительности, разработанная в 2015 году, которая определяет единые принципы и подходы Компании в области социальных инвестиций и благотворительности.

Компания определила для себя следующие основные принципы и подходы при осуществлении благотворительной деятельности:

- Связь со стратегией развития Компании: деятельность Компании в области социальных инвестиций и благотворительности содействует реализации бизнес-стратегии и направлена на повышение эффективности и долгосрочной устойчивости бизнеса.
- Последовательность и долгосрочность: социальные инвестиции, благотворительные программы и проекты Компании осуществляются на системной и долгосрочной основе с вовлечением заинтересованных сторон.
- Региональный подход: социальные программы и проекты реализуются преимущественно в регионах присутствия Компании и содействуют устойчивому развитию регионов.
- Инновации и эффективность: Компания стремится внедрять современные социальные технологии и решения, проводит регулярный анализ лучших практик, проводит оценку действующих программ.
- Прозрачность и партнерство: компания регулярно взаимодействует со своими заинтересованными сторонами, учитывает их интересы и ожидания в процессе принятия решений.

Являясь частью бизнес стратегии и стратегии устойчивого развития, деятельность в области КСО Компании связана с общими целями Компании. Ключевые задачи — снижение социальных и кадровых рисков, в частности содействует:

- реализации стратегии устойчивого развития,
- формированию HR бренда компании,
- формированию и укреплению репутации устойчивой и социально ответственной компании,
- развитию системы нематериальной мотивации работников,
- повышению качества жизни людей в регионах присутствия, что способствует привлечению высококвалифицированных кадров,
- снижению дополнительной нагрузки на бизнес за счет механизмов социального партнерства,
- формированию партнерских отношений с заинтересованными сторонами.

### **Управление и процессы организации благотворительной деятельности и социальных инвестиций**

Управление устойчивым развитием осуществляется как на уровне ООО УК «Металлоинвест», так и на уровне предприятий. На уровне Управляющей компании общее руководство деятельностью в области устойчивого развитияMetalloinvest осуществляет Директор по социальной политике и корпоративным коммуникациям. Кроме того, управление вопросами устойчивого развития осуществляется структурными подразделениями Управляющей компании по соответствующим функциональным направлениям. В частности, Департамент социальной политики несет ответственность за методическую и координирующую функцию по развитию практики устойчивого развития, а также обеспечивает реализацию задач по взаимодействию с территориями присутствия и развитию социальной поддержки работников Компании.

Благотворительные проекты и программы, направленные на развитие социальной инфраструктуры городов и областей присутствия Компании, реализуются в рамках Соглашений о социально-экономическом партнерстве с регионами присутствия. Решения о финансировании принимаются на основании диалогов с заинтересованными сторонами, анализе ключевых городских проблем, трендов в области пространственного развития и бенчмаркинга лучших мировых и российских практик. Отбор проектов осуществляет специально созданный Координационный совет. Постоянные члены Координационного совета — руководство компании, представители Правительства областей и администраций городов присутствия. При необходимости на заседание Координационного совета приглашаются иные участники для обсуждения отдельных вопросов.

В Компании разработана матрица рисков-контролей, которая является эффективным инструментом мониторинга с целью подтверждения, что перечисление выполнено в соответствии с целевым назначением.

## **Взаимодействие с заинтересованными сторонами**

Компания привлекает ключевых стейкхолдеров к планированию, разработке и реализации стратегии устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности, внешних социальных программ. В ходе реализации создаются площадки (в формате координационных и экспертных советов, конкурсных комиссий, регулярных семинаров и круглых столов) для обсуждения и сбора обратной связи с участием представителей городских администраций, образовательных учреждений, НКО, экспертного сообщества, сотрудников, активных жителей и других. В процессе диалога вырабатывается совместный план действий по достижению целей каждой конкретной программы, а также закрепляется ответственность каждой из сторон, создаются коллегиальные органы, призванные отслеживать ход реализации программы и оперативно решать возникающие сложности.

## **Оценка и совершенствование благотворительной деятельности и социальных инвестиций**

Оценка деятельности в области КСО базируется на регулярном сборе и анализе информации, предоставлении отчетов о результатах, эффективности использования ресурсов. Во всех корпоративных социальных программах предусмотрены ключевые показатели эффективности (КПЭ), которые устанавливаются ежегодно. В конце каждого года реализации программ сотрудниками Компании проводится оценка достижения запланированных результатов. Также проводятся мероприятия с участием заинтересованных сторон, на которых обсуждаются достигнутые результаты и планы по развитию программ на следующий период. По результатам данных обсуждений уточняются цели и задачи программ, устанавливаются новые КПЭ. Данные изменения вносятся в программы реализации и паспорта программ.

Компания выделяет следующие этапы процесса мониторинга и оценки:

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

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

Этап подведения итогов: проводится анализ результатов программы, оценивается социальный результат для благополучателей, влияние результатов программы на деятельность компании, изучается отношение к программам заинтересованных сторон, анализируется отношение к программам СМИ, руководителей и сотрудников компании. Для каждой корпоративной социальной программы оценивается ее результативность (степень достижения запланированных результатов / соотношение реально достигнутых и запланированных результатов). Данный критерий

применяется для оценки эффективности программ на этапе завершения. Критерий рассчитывается как отношение реально достигнутых и запланированных результатов программ.

Оценка социальных программ в Компании осуществляется как самостоятельно, так и с привлечением внешних консультантов, обладающих опытом оценки социально-ориентированных программ и, в частности, корпоративных социальных программ с целью принятия стратегических решений относительно развития и совершенствования программы.



## «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»

### **Подход к благотворительной деятельности и социальным инвестициям**

Миссия компании заключена в следующем: «Компания «Сахалин Энерджи» стремится быть ведущим производителем энергоресурсов на мировом рынке. Мы строим свою деятельность на основе эффективного, надежного и безопасного производства, ответственного отношения к социальным и экологическим проблемам».

С момента создания и начала деятельности «Сахалин Энерджи» претворяет в жизнь корпоративную политику устойчивого развития, внедряя соответствующие принципы в стратегию хозяйственной деятельности, планы и процессы компании. Политика устойчивого развития является стратегическим корпоративным документом, утвержденным Комитетом исполнительных директоров в 2003 г. (в последнюю редакцию документа в 2016 г. включено обязательство компании в отношении Целей в области устойчивого развития ООН), который декларирует принципы, направления и обязательства компании в области устойчивого развития.

«Сахалин Энерджи» приняла на себя следующие обязательства об устойчивом развитии (УР):

- включать принципы устойчивого развития во все нормативные документы и стандарты компании;
- обеспечивать непрерывное соблюдение обязательств в сфере ОТЭСБ и в социальной сфере, а также следование нормативным документам и стандартам, закрепленным в соответствующих системах управления и в Плане действий в сфере охраны труда, здоровья, окружающей среды и социальной деятельности;

- обеспечивать полное информирование заинтересованных сторон и взаимодействовать с ними в вопросах устойчивого развития и организации обратной связи;
- непрерывно разрабатывать и реализовывать программы социальных инвестиций и устойчивого развития, согласующиеся со стратегией компании, применять четкие меры контроля;
- развивать стратегические партнерские отношения с заинтересованными сторонами для максимально эффективной реализации общественно значимых программ;
- вести нефинансовую отчетность в соответствии со стандартами и принципами Глобальной инициативы по отчетности в области устойчивого развития (GRI);
- соблюдать и популяризировать принципы Глобального договора ООН (ГД ООН);
- участвовать в программе Global Compact LEAD в рамках Глобального договора ООН, демонстрируя стремление к лидерству в области устойчивого развития.

Основная цель программы социальных инвестиций «Сахалин Энерджи» — содействие устойчивому развитию Сахалина путем реализации проектов, которые:

- разработаны на основе консультаций с общественностью и соответствуют выявленным потребностям сообществ, затронутых деятельностью компании;
- относятся к вопросам, влияющим на репутацию компании;
- могут не иметь непосредственного отношения к деятельности компании, однако способствуют экономическому, экологическому и социальному развитию Сахалина;
- способствуют устойчивому социально-экономическому и экологическому развитию Сахалина, а также демонстрируют заинтересованным сторонам выполнение обязательств «Сахалин Энерджи» в области устойчивого развития.

Социальные программы «Сахалин Энерджи», реализуемые в местных сообществах, направлены на решение общественно значимых задач на основе совместных вложений ресурсов и выгодны для всех заинтересованных сторон. В соответствии с Политикой по правам человека компания первоочередное значение придает вопросам, связанным с уязвимыми группами: дети, коренные народы, пожилые люди и ветераны войны, люди с ограниченными возможностями и т.д.

Компания применяет структурированный, системный подход к управлению вопросами КСО и опирается на целый ряд корпоративных документов, в которых сформулированы принципы и подходы компании в области КСО, включая социальные инвестиции компании. Под социальными инвестициями компании понимаются целевые долгосрочные, как правило, партнерские программы, на-

правленные на решение одной или нескольких важных общественных проблем, выбранных компанией в качестве приоритетных, и подтвержденных как приоритетные внешними заинтересованными сторонами. Основной акцент деятельности компании в области социальных инвестиций направлен на реализацию стратегических долгосрочных программ с активным участием внешних заинтересованных сторон, с привлечением ресурсов компании, т.е. цельная стратегия поддержки по приоритетным направлениям, определенным на основе консультаций с внешними и внутренними стейкхолдерами, а не разрозненные ответы на случайные обращения.

Для обеспечения устойчивости программ и достижения максимального эффекта от их реализации часть программ строится на принципах долгосрочного партнерства, т.е. вовлечения в процесс принятия решений по программе и участия в ее реализации представителей заинтересованных сторон. Управление социальными инвестициями осуществляется по той же схеме, что и управление другими важнейшими вопросами ведения бизнеса — при помощи систем и процессов, которые устанавливают приоритеты и детально описывают планы реализации программ, процессы принятия решений, процедуры управления программами социальных инвестиций. Стратегия социальных инвестиций — это часть стандарта управления вопросами социальной деятельности. Таким образом, подход компании в вопросах развития региона присутствия — это целенаправленная политика участия в жизни общества, которая включает не только поддержку проектов и программ, направленных на развитие территории присутствия компании (средства для финансирования этой деятельности выделяются акционерами). Это также участие сотрудников компании в корпоративных социальных программах, развитие благотворительности и волонтерства в регионе, а также активное вовлечение компании в обсуждение жизненно важных вопросов на территории присутствия.

### **Управление и процессы организации благотворительной деятельности и социальных инвестиций**

Управление социальными инвестициями реализуется в рамках систем и процессов, определяющих приоритеты, детально описывающих планы реализации программ, процедуры принятия решений, процедуры управления программами социальных инвестиций.

Стремясь к долгосрочным социальным изменениям в регионе, компания реализует проекты в рамках ключевых направлений, которые определены в ходе консультаций с общественностью. Это:

- охрана окружающей среды и биоразнообразия;
- безопасность;
- образование;
- культура и искусство;
- охрана здоровья;
- содействие развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области.

Выбор приоритетных направлений определяется следующим:

- разработаны на основе консультаций с общественностью и соответствуют выявленным потребностям сообществ, затронутых деятельностью компании;
- относятся к вопросам, влияющим на репутацию компании;
- могут не иметь непосредственного отношения к деятельности компании, однако способствуют экономическому, экологическому и социальному развитию Сахалина;
- способствуют устойчивому социально-экономическому и экологическому развитию Сахалина, а также демонстрируют заинтересованным сторонам выполнение обязательств «Сахалин Энерджи» в области устойчивого развития.

В основе многих программ — конкурсное распределение средств. Это позволяет выбрать наиболее интересные и эффективные способы решения общественно значимых вопросов. Конкурсный отбор проектов, который включает четкие критерии и прозрачные и понятные процедуры оценки заявок дают всем участникам конкурса равные условия.

### **Взаимодействие с заинтересованными сторонами**

Выбирая направления стратегического развития, Компания стремится активно взаимодействовать со всеми заинтересованными сторонами и учитывать мнение каждой из них. Компания привлекает ключевых стейкхолдеров к планированию, разработке и реализации стратегии устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности, внешних социальных программ. В ходе реализации создаются площадки (в формате координационных и экспертных советов, конкурсных комиссий, регулярных семинаров и круглых столов) для обсуждения и сбора обратной связи с участием представителей городских администраций, образовательных учреждений, НКО, экспертного сообщества, сотрудников, активных жителей и других стейкхолдеров. В процессе диалога вырабатывается совместный план действий по достижению целей каждой конкретной программы, а также закрепляется ответственность каждой из сторон, создаются коллегиальные органы, призванные отслеживать ход реализации программы и оперативно решать возникающие сложности.

### **Оценка и совершенствование благотворительной деятельности и социальных инвестиций**

Во всех корпоративных социальных программах предусмотрены ключевые показатели эффективности (КПЭ), которые устанавливаются ежегодно. В конце каждого года реализации программ сотрудниками Компании проводится оценка достижения запланированных результатов. Также проводятся мероприятия с участием заинтересованных сторон, на которых обсуждаются достигнутые результаты и планы по развитию программ на следующий период. По результатам данных обсуждений уточняются цели и задачи программ, устанавливаются новые КПЭ. Данные изменения вносятся в программы реализации и паспорта программ.



Компания выделяет следующие этапы процесса мониторинга и оценки:

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

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

Этап подведения итогов: проводится анализ результатов программы, оценивается социальный результат для благополучателей, влияние результатов программы на деятельность компании, изучается отношение к программам заинтересованных сторон, анализируется отношение к программам СМИ, руководителей и сотрудников компании. Для каждой корпоративной социальной программы оценивается ее результативность (степень достижения запланированных результатов/соотношение реально достигнутых и запланированных результатов). Данный критерий применяется для оценки эффективности программ на этапе завершения. Критерий рассчитывается как отношение реально достигнутых и запланированных результатов программ.

Оценка социальных программ в Компании осуществляется как самостоятельно, так и с привлечением внешних консультантов, обладающих опытом оценки социально-ориентированных программ и, в частности, корпоративных социальных программ с целью принятия стратегических решений относительно развития и совершенствования программы.



Ежегодно компания **«Эксон Нефтегаз Лимитед»**

от имени международного консорциума «Сахалин-1» осуществляет ряд благотворительных программ.

В первую очередь поддерживаются инициативы, способствующие социально-экономическому развитию Сахалинской области и Хабаровского края - в этих регионах ведет свою деятельность проект «Сахалин-1».

Актуальные направления для социальных проектов определены в ходе многолетней работы с региональными правительствами, учреждениями социальной направленности и с некоммерческими организациями - это образование, здравоохранение, культура, спорт, сохранение культуры коренных этносов.

С 1998 года по настоящее время компания «Эксон Нефтегаз Лимитед» самостоятельно и от имени консорциума «Сахалин-1» направила на благотворительные программы более 1 500 млн рублей (свыше 37 млн долларов США), поддержав 1 600 проектов.

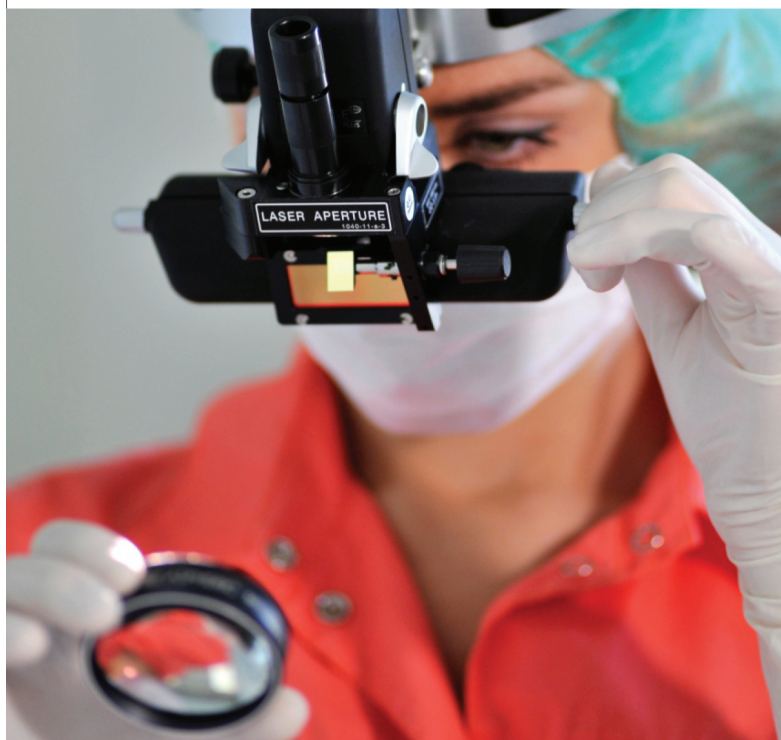




В 2020 году свыше 18 млн рублей выделено на поддержку и оснащение медицинских учреждений Сахалинской области. Средства направлены на приобретение нового оборудования и улучшение качества оказания медицинской помощи, в том числе по реагированию на **COVID-19**.

- Новое оборудование и материалы помогают врачам эффективнее лечить пациентов, в том числе тех, кто находится в группе риска и кому требуется срочная помощь,  
- сказала Шелли Бир, президент компании «Эксон Нефтегаз Лимитед».

В состав международного консорциума «Сахалин-1» входят оператор проекта  
- компания «Эксон Нефтегаз Лимитед»,  
японский консорциум «СОДЕКО», ПАО «НК «Роснефть»,  
индийская государственная нефтяная компания «ОНГК Видеш Лимитед».



## РАЗДЕЛ 3

# КОНКУРС БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

### ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

К участию в конкурсе допускались программы, соответствующие критериям прозрачности, имеющие четкую и последовательную стратегию, реализованные в течение не менее 3-х месяцев (за исключением номинации 1).



Министерство  
экономического  
развития РФ

### Номинация

«Лучшая программа (проект) по преодолению последствий  
коронавирусной инфекции в Российской Федерации»

### Партнер номинации:

**Министерство экономического развития  
Российской Федерации**

---

Евлампиева Татьяна

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

Очень часто период испытаний — это еще и период возможностей.

В этом мы смогли убедиться, наблюдая потрясающий отклик самых разных участников на вызовы, которые принесла с собой эпидемия новой коронавирусной инфекции.

Заметную роль в этом процессе сыграли коммерческие компании, которые начали направлять свои ресурсы и знания на помощь как пострадавшим людям, так на поддержку организаторам помощи.

Этот самоотверженный поступок нам очень хотелось зафиксировать, сделать достоянием общества и поблагодарить.

Именно так возникла специальная номинация в рамках конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности», и судя по тому, что на нее поступило максимальное количество заявок, мы приняли верное решение.

Выбрать победителей оказалось непросто, так как героями можно назвать всех. Мы благодарны всем неравнодушным людям и компаниям, внесшим свой вклад в помощь сообществам, пострадавшим от COVID-19.

Одним из основных критериев выбора победителей была нацеленность на преодоление ситуации с распространением коронавируса, реализация новых программ, направленных на решение возникающих проблем, возможно, выходящих за пределы деятельности компании.

Победителями номинации Минэкономразвития России стали следующие компании.

Первое место поделили АО «Объединенная металлургическая компания» и ПАО «Северсталь».

Обе компании:

- работали с разными группами населения (субъекты МСП; незащищенные слои населения, в том числе те, кто потерял работу; врачи; волонтеры);
- направили большой объем средств на закупку оборудования и СИЗов.

АО «Объединенная металлургическая компания» — помощь МСП, в том числе переориентация деятельности в сложившейся ситуации, обучение волонтеров (от своей компании), организация психологической помощи онлайн.

ПАО «Северсталь» — предоставление продуктовых карточек семьям, где родители потеряли работу, помощь МСП при переходе на удаленную работу.

На втором месте «Филип Моррис Интернэшнл» в России». Помимо помощи медицинским учреждениям и выделения средств на борьбу с коронавирусной инфекцией, компанией была проделана работа по предоставлению помощи по запросам, в том числе выделение планшетов для учителей, доставка продуктов питания незащищенным слоям населения.

На третьем месте — ООО «Амвэй». Их проект «С любовью к детям» направлен на профилактику вторичного и «привычного» сиротства. Расширение психологической поддержки этой группе населения, на наш взгляд, имело важный социальный эффект в связи с направленностью именно на проблемную группу в ситуации изоляции.



### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Социальная поддержка.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** март 2020 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://omk.ru/values/program/omk-partnerstvo/>;

<https://omk.ru/values/start/>;

<https://www.omk-uchastie.ru/>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Целевая аудитория (благополучатели):

- жители городов (поселков), где присутствует ОМК (маломобильные граждане, 65+, пожилые люди в домах престарелых, психоневрологических интернатах, многодетные семьи, семьи в тяжелой жизненной ситуации, малоимущие, родители детей 16+);
- малый бизнес, пострадавший во время пандемии;
- безработные;
- бездомные;
- семьи, где растет ребенок с ОВЗ;
- некоммерческие организации и объединения;

#### Стейкхолдеры программы

Основной целью деятельности компании ОМК в период пандемии стала минимизация ущерба от последствий коронавирусной инфекции. Компания привлекла местный бизнес, власть в лице администраций городов и общество (НКО, гражданских активистов, волонтеров, ОНФ, депутатов) в регионах присутствия к борьбе с COVID-19. Оказалось, что ранее сформированные компанией местные сообщества в период пандемии помогли оперативно наладить помощь пострадавшим жителям.

#### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

г. Чусовой, Пермский край;

г. Альметьевск, Республика Татарстан;

г.о.г. Выкса, Нижегородская область;

г. Москва;

пос. Новосинеглазово, Челябинская область.

г. Белгород.

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

**Цель** — минимизация распространения коронавирусной инфекции в городах и организация оперативной гуманитарной, экономической, психологической помощи населению в городах присутствия ОМК.

### Задачи

- координационная,
- медико-эпидемиологическая,
- социально-гуманитарная,
- экономическая,
- психологическая помощь.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

### Команда

– Направление по корпоративной социальной ответственности АО «ОМК» (три человека, Москва): общее управление и координирование конкурса, согласование пресс-релизов и изменений в проектах, продвижение проектов.

– Функциональные подразделения на заводах (восемь человек, Выкса, Чусовой, Альметьевск, пос. Новосинеглазово): региональное координирование и управление программой, продвижение проектов.

– Сотрудники Благотворительного фонда «ОМК-Участие» (г. Москва, г.о.г. Выкса и г. Чусовой).

### Партнеры

– Профильные региональные министерства и ведомства, некоммерческие организации (ресурсные центры для СОНКО г. Челябинска, Перми, г. Нижнего Новгорода, Республики Татарстан).

– Руководители дирекций по персоналу, отдела по связям с общественностью предприятия, профсоюзные организации ОМК.

– Администрации городов присутствия ОМК, городские депутаты, волонтеры и активисты;

– «Общероссийский народный фронт» (федеральный, региональные и местные отделения), Нижегородская служба добровольцев.

– Выксунская Епархия

– Местные НКО и социальные предприниматели.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

### Гуманитарная помощь

Закуплено и передано 6 000 продуктовых наборов для 12 000 благополучателей в г.о.г. Выкса, 1,6 тонн продуктов передано жителям в г. Чусовой.

### Финансовая поддержка

– Собрано 1 млн. рублей частных пожертвований (деньги были направлены на гуманитарную помощь пострадавшим от эпидемии коронавируса).

– 150 миллионов рублей компания выделила на поддержку жителей регионов, в которых расположены предприятия ОМК.

#### **Медицинское оснащение местных больниц**

– Закуплено 55 аппаратов ИВЛ, 1,2 миллиона единиц средств индивидуальной защиты.

– 1,2 млн рублей выделено на ремонт поликлиники в пос. Новосинеглазово.

– 11,4 млн руб. на покупку ИВЛ и дооснащение больниц средствами защиты (масками, перчатками) –БЗЭМ.

#### **Поддержка «третьего сектора» и развитие волонтерства**

– Поддержано 47 волонтерских инициатив, 41 от НКО и муниципальных учреждений.

– Софинансирование проектов добровольцев и НКО в размере 17,3 млн руб. («Фонд президентских грантов» — 16,8 млн руб., «Почет» — 100 000 руб., «Общероссийский народный фронт» — 437 000 рублей).

#### **Поддержка «малого бизнеса» и профилактика безработицы**

Поддержано социально-предпринимательских проектов — 40.

Прошло обучение — 190.

Планируется создать рабочих мест — 97.

Социальные предприниматели привлекли 4,5 млн рублей на развитие проектов в виде местных субсидий.

#### **Психологическая поддержка «ГУЛ»**

Проведено более 100 трансляций, в которых приняло участие 120 знаменитостей, 1 млн просмотров.

#### **Социальные результаты**

Добровольческие проекты в период пандемии охватили жителей из отдаленных поселков, подопечных ПНИ, домов престарелых.

В период пандемии социальные предприниматели оперативно встроились в актуальную повестку и переориентировали свой бизнес под нужды региона и всей страны. Кроме того, социальные предприниматели запустили авторские обучающие онлайн-курсы на время режима самоизоляции.

Многие социальные предприниматели сохранили формат проведения занятий онлайн даже после выхода из режима самоизоляции, так как дистанционное обучение показало свою эффективность.

#### **Социальный эффект**

- содействие сохранению социальной стабильности в период пандемии;
- повышение волонтерской активности сотрудников и их готовности продолжать участвовать в благотворительных и волонтерских программах компании;
- выстраивание устойчивого партнерства с некоммерческими организациями, социальными предпринимателями, городскими активистами, создание межсекторного взаимодействия.



**НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:**

- оказание материальной помощи сотрудникам компании;
- оказание адресной и релевантной помощи населению регионов присутствия;
- помощь медицинскому сообществу и медучреждениям в оснащении необходимым оборудованием и средствами индивидуальной защиты;
- поддержка продуктами питания семей с детьми, лишившихся дохода в период пандемии;
- поддержка волонтеров, активизация волонтерского движения для помощи пострадавшим от пандемии;
- содействие непрерывному образованию детей в условиях удаленного обучения;
- оказание круглосуточной психологической помощи населению, консультации по медицинским вопросам;
- расширение партнерства с местными поставщиками и потребителями;
- онлайн обучение и консультации малого и среднего бизнеса по переводу сотрудников на удаленный режим и организации эффективной работы в условиях удаленной работы, по оформлению льгот и государственных пособий пострадавшим в период пандемии.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** март 2020 г. — н.в.**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://www.severstal.com/rus/sustainable-development/social/covid19>**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ****Основная группа благополучателей**

Сотрудники компании, медицинские организации, некоммерческие организации, местные жители, волонтеры, малые и средние предприятия в регионах присутствия.

**Сателлитные группы благополучателей**

Семьи сотрудников компании.

**Стейкхолдеры программы**

Региональные и местные органы власти, некоммерческие организации, представители малого и среднего бизнеса, местные жители, деловые партнеры.

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Регионы присутствия компаний «Северсталь» и «Севергрупп» (в их числе — Москва, Санкт-Петербург, Республика Карелия, Республика Коми, Белгородская обл., Волгоградская обл., Вологодская обл., Мурманская обл., Орловская обл., Амурская обл., Якутия, Бурятия и другие регионы РФ, а также Казахстан, Гвинея и Буркина-Фасо).

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

### Цели

- обеспечить непрерывную устойчивую производственную деятельность предприятий компании;
- оказать поддержку экономической устойчивости бизнес-партнеров, малого и среднего бизнеса в регионах присутствия компании;
- снизить риск распространения коронавируса, сохранить физическое и психическое здоровье местного населения;
- оказать содействие в обеспечении доступности школьного on-line образования и организации работы в удаленном режиме для широких масс населения РФ;
- предотвратить повышение уровня безработицы, снижение уровня жизни населения.

### Задачи

- оказать помощь населению в условиях потери работы;
- оказать поддержку учителям, родителям и детям для обеспечения непрерывности и качества образовательного процесса;
- оказать помощь населению и медицинскому сообществу для предотвращения тяжелых социально-экономических последствий в регионах присутствия компании.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

### Команда

Представители «Северсталь» и компаний «Севергрупп», в том числе: сеть гипермаркетов «Лента», «Nordgold», «Свеза», сеть клиник «Скандинавия», IT-холдинг TalentTech, Благотворительный фонд «Дорога к дому» компании «Северсталь».

### Партнеры

Местные и региональные органы власти, организаторы акции #Мывместе, сеть магазинов «Пятерочка», компания «Фосагро» и другие бизнес-структуры, волонтерские штабы и волонтеры, общественные и некоммерческие организации.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Общая сумма помощи составила более двух млрд рублей.

В Череповце 950 семей (около трех тысяч человек) получили сертификаты на приобретение продовольственных товаров из расчета шесть тысяч рублей на каждого члена семьи. В Воркуте такая поддержка была оказана 96 семьям, в Костомукше сертификаты получили 209 семей, в Оленегорске — 95. 137 семей Яковлевского городского округа получили помощь от компании на общую сумму три миллиона рублей.

«Северсталь» передала медикам, работающим с пациентами с новой коронавирусной инфекцией, в регионах присутствия средства индивидуальной защиты на сумму более 130 млн рублей.

Так, в Череповце с начала введения карантинных мер компания передала 35 тыс. медицинских костюмов, в том числе 15 тыс. улучшенных, 40 тыс. респираторов различной степени защиты. Медикам Оленегорской ЦГБ передано 1,1 тыс. защитных костюмов и 1,5 тыс. респираторов. Стоимость технической модернизации инфекционного отделения Оленегорской ЦГБ аппаратами ИВЛ составила около 12,4 млн руб. Межрайонной больницы № 1 в Костомукше компания передала 2,6 тыс. респираторов, тысячу защитных костюмов. В Воркуте медикам передано 10 тыс. респираторов и 2,2 тыс. медицинских костюмов.

«Северсталь» поддержала систему здравоохранения Белгородской области (находится Яковлевский ГОК), направив на ее нужды четыре миллиона рублей, а также передала местным больницам 3,5 тыс. респираторов.

Волонтерские штабы Московской области получили помощь в размере пяти миллионов рублей на поддержку одиноких пожилых людей и семей в трудной жизненной ситуации.

Пять миллионов пользователей бесплатных образовательных школьных программ Фоксфорд. Благодаря реализуемым программам по поддержке процесса обучения в удаленном формате школьники смогли полноценно включиться в дистанционный учебный процесс.

Предпринятые меры позволили сохранить работоспособность системообразующих предприятий Северстали и Севергрупп, играющих серьезную роль в экономике страны, сократить масштабы распространения вируса, оказать эффективную медицинскую помощь заболевшим, избежать сокращения количества субъектов малого и среднего бизнеса в регионах, а благодаря помощи местному населению — снизить тревожность и избежать социального напряжения в связи с потерей работы и отсутствием средств к существованию.

## II место

Поддержка регионов РФ в борьбе с коронавирусной инфекцией

Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Помощь в борьбе с чрезвычайными ситуациями

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** март 2020 г. — н.в.

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

НКО, областные министерства здравоохранения, учебные заведения, волонтерские штабы.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

География нашей помощи все время расширяется, на сегодняшний день она состоит из нескольких субъектах РФ, а именно:

- Ленинградская область,
- Московской область,
- Воронежская область,
- Свердловская область,
- Челябинская область,
- Краснодарский край,
- Пермский край,
- Санкт-Петербург,
- Москва,
- Ростов-на-Дону.

### ЦЕЛИ

Одно из стратегических направлений политики компании в области благотворительности — готовность к помощи в чрезвычайных ситуациях.

### ПАРТНЕРЫ

Нашими партнерами со стороны НКО по реализации помощи в борьбе с COVID-19 были такие организации, как фонд «Инносоциум», «Добрый город Петербург», Всероссийское общественное движение «Волонтеры медицины», Ассоциация социально ориентированных некоммерческих организаций Свердловской области.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ФМИ на глобальном и местном уровнях сократила количество бюрократических шагов для оказания материальной и нематериальной помощи, а также сама закупала и передавала в больницы предметы СИЗ, инфузоматы, антисептики и другие материалы по запросу от локальных минздравов:

- 8500 медицинских респираторов для врачей;
- 1500 планшетов для дистанционного обучения;
- 26500 антисептиков для волонтеров и медперсонала;
- 120 инфузоматов для больниц;
- поддержка 2500 волонтеров и соцработников.



### III место

Программа «С любовью к детям»  
ООО «АМВЭЙ»

## НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Программа направлена на профилактику вторичного сиротства, снижение числа возвратов детей в интернатные учреждения, гармонизацию детско-родительских отношений в семьях, обучение сопровождающих специалистов НКО и государственных органов.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** с 2013 г. по н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** [https://amwayforfuture.ru/heart\\_children/](https://amwayforfuture.ru/heart_children/)

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

### Основная группа благополучателей

Благополучателями программы являются приемные (замещающие) семьи; дети и подростки из приемных (замещающих) семей; дети и подростки, воспитывающиеся в интернатных учреждениях.

### Сателлитные группы благополучателей

Сотрудники государственных учреждений, сопровождающие приемные (замещающие) семьи.

### Стейкхолдеры программы

#### Внешние

Органы государственной власти: представители Министерства труда и социальной защиты РФ, региональные министерства и департаменты труда и социальной защиты РФ, органы опеки и попечительства.

Общественные организации: некоммерческие организации, в том числе государственные учреждения, работающие в сфере профилактики вторичного сиротства в России и Казахстане.

#### *Внутренние*

Дистрибьюторы (Независимые предприниматели) Amway

Сотрудники компании Amway.

### **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

Россия и Казахстан

### **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

#### **Цель**

Цель программы «С любовью к детям» — способствовать профилактике вторичного и «привычного» сиротства, снижению числа возвратов детей из приемных семей в детские учреждения, гармонизации детско-родительских отношений в приемных семьях, повышению квалификации специалистов различных государственных институтов и некоммерческих организаций, работающих в сфере проблемного детства, и поддерживать профессиональное развитие служб сопровождения приемных семей.

#### **Задачи**

- снизить число возвратов детей из замещающих семей в интернатные учреждения;
- оказать необходимую психологическую поддержку приемным семьям;
- повысить уровень подготовки специалистов государственных учреждений и некоммерческих организаций, работающих в сфере профилактики сиротства и сопровождения приемных семей.

### **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

#### **Команда**

В команду программы входят три сотрудника. Стратегическое развитие программы также обсуждается с членами Попечительского Совета корпоративного фонда компании Amway «В ответе за будущее».

#### **Партнеры**

- Благотворительный фонд содействия семейному устройству «Найди семью» (г. Москва);
- Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Институт развития семейного устройства» (г. Москва);
- Автономная некоммерческая организация социально-культурных услуг «Упсала-Цирк» (г. Санкт-Петербург);

- Общественный Фонд «Добровольное общество «Милосердие» (г. Алматы, Казахстан).

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В 2019 году бюджет программы «С любовью к детям» составил 14 337 000 рублей. В связи с проблемами, обострившимися в период коронавирусной инфекции, компанией Amway были выделены дополнительные средства, в том числе за счет фандрайзинговых мероприятий корпоративного благотворительного Фонда, в размере 4 643 730 рублей и 1 млн казахских тенге.

Социальные результаты:

- Были организованы две дополнительные группы Школы Приемных Родителей Института Развития Семейного Устройства для 40 потенциальных приемных родителей в дистанционном формате.
- 21 приемный ребенок продолжит обучение в Упсала-цирке в учебном году 2020–2021.
- Более 130 приемных семей получили помощь Федеральной Дистанционной Службы Поддержки Приемных Семей.

В период развития эпидемии коронавирусной инфекции оказалось очень важным дополнительно поддерживать нашу целевую аудиторию благополучателей Программы «С любовью к детям». Те условия, в которых оказались семьи, привели к ухудшению атмосферы в семьях, возникновению конфликтов. Наша программа направлена на предотвращение вторичного сиротства, то есть возврата приемных детей в интернатные учреждения. В ситуации самоизоляции многие приемные родители обращались к психологам Службы (ФДСППС) с проблемой, что они не в состоянии самостоятельно справляться со сложным поведением ребенка. Количество обращений возросло в несколько раз, и именно мобилизация ресурсов и расширение штата специалистов помогли получить помощь всем, кому она была необходима, и не допустить возврата детей в детские дома.

Также важно было поддержать открытие дополнительных групп Школы приемных родителей. Детские дома были закрыты на карантин, семейное устройство остановилось. Кандидаты в приемные родители также не могли очно посещать ИПР, а это означало, что дети еще дольше не найдут свою семью. Мы также изыскали дополнительные ресурсы и привлекли внимание к этой проблеме в СМИ. Это позволило запустить дополнительные группы в новом формате, к тому же за счет онлайн формы к группам присоединились потенциальные родители не только из Москвы и области, но и из других регионов.



## Номинация

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

**Партнер номинации:  
Российский союз промышленников  
и предпринимателей**

---

### ЕЛЕНА ФЕОКТИСТОВА

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

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) 12 лет выступает партнером Проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». Номинация, учреждаемая РСПП, направлена на выявление лучших практик по устойчивому развитию территорий присутствия, раскрывающих связь программ с общей стратегией бизнеса компании и системный подход к организации социальной деятельности.

Социальные программы во внешнем сообществе реализуются бизнесом и при его поддержке в целях повышения качества жизни людей, улучшения социальной среды и делового климата в территориях присутствия компаний.

Для компаний-лидеров становится характерным, что корпоративная благотворительность все в большей степени приобретает системный характер, растет качество управления социальными инвестициями, которые все в большей степени ориентированы на устойчивый результат. Вклад бизнеса в решение социальных проблем традиционно является значительным, а в сложных современных условиях растущих рисков роль бизнеса повышается, усиливается значение его влияния на качественные преобразования социальной среды, включая новые вызовы.

Позитивная оценка деятельности компании во внешнем сообществе в значительной мере определяется направленностью движения к целям устойчивого развития и соответствием задачам нацпроектов России. Принципы устойчивого развития лежат в основе стратегии компаний-лидеров, которые ориентированы на сбалансированность всех трех компонентов устойчивого развития — экономического, социального и экологического — и с учетом этого организуют свою социальную деятельность в контексте общей стратегии. С точки зрения данных позиций рассматривались заявки участников конкурса в номинации.

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



Из представленных программ признана лучшей и стала победителем номинации программа комплексного социально-экономического развития территорий присутствия компании «Территория РУСАЛа» компании РУСАЛ.

За прошедшее десятилетие программа от точечных проектов ремонта и строительства объектов социальной инфраструктуры перешла к проектам развития городской среды с учетом задач компании и существующих стратегий социально-экономического развития городов присутствия. Важным направлением программы стала активизация жителей и привлечение инициативных групп к участию в грантовых конкурсах, а также расширение партнерского межсекторного взаимодействия с властью, бизнесом и городскими сообществами.

Лауреатами признаны: программа социальных инвестиций «Родные города» компании «Газпром нефть», «ВМЕСТЕ ПРОТИВ COVID-19» компании «СУЭК» и социокультурный фестиваль «Система Fest», Костромская область, компании АФК «Система».

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



**РУСАЛ**

## **I место**

Программа комплексного социально-экономического развития территорий присутствия компании РУСАЛ «Территория РУСАЛа»

ОК РУСАЛ

### **НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:**

- повышение качества жизни населения и устойчивое развитие территорий присутствия компании РУСАЛ;
- участие в создании комфортной городской среды путем поддержки строительства и реконструкции объектов социальной инфраструктуры и современных общественных и рекреационных пространств.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2017–2026 гг.

**САЙТ ПРОЕКТА:** [https://fcsp.ru/program/rusal\\_territory/](https://fcsp.ru/program/rusal_territory/)

### **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ**

#### **Основная группа благополучателей**

Основными благополучателями программы выступают жители 17 муниципальных образований восьми регионов России (3,3 млн человек).

## **Сателлитные группы благополучателей**

Также планирующиеся в рамках программы изменения адресованы широкому кругу локальных стейкхолдеров из государственного сектора, деловых кругов и гражданского общества, которые наряду с населением являются целевыми аудиториями социально-экономического развития территорий.

## **Стейкхолдеры программы**

Администрации муниципальных образований, региональные органы власти (правительства, министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства), сообщества и объединения архитекторов и градостроителей, крупные бизнес-компании, малый и средний бизнес в территориях присутствия РУСАЛа, эксперты и организации, специализирующиеся в сфере строительства, благоустройства, проектирования, территориального развития, учреждения социальной сферы, СМИ и другие.

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

- Республика Хакасия — г. Саяногорск;
- Иркутская область — гг. Братск, Тайшет, Шелехов, Шелеховский район;
- Красноярский край — гг. Красноярск, Ачинск, Шарыповский район, п.Таежный Богучанского района;
- Кемеровская область — г. Новокузнецк, пгт Белогорск Тисульского района;
- Свердловская область — гг. Североуральск, Каменск-Уральский, Краснотурьинск;
- Волгоградская область — г. Волгоград;
- Мурманская область — г. Кандалакша;
- Ленинградская область — г. Бокситогорск.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

**Цель:** Создание благоприятной социальной среды для производственной деятельности компании через внедрение устойчивых моделей социальных инвестиций в комплексное социально-экономическое развитие территорий с широким участием заинтересованных сторон, тем самым обеспечение вклада в достижение 11 Цели устойчивого развития: обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и устойчивости городов и населенных пунктов.

## **Задачи**

- обеспечить индивидуальный подход к определению приоритетов социальной политики и социальных инвестиций компании на основании комплексных исследований социальной сферы, учитывающих специфику территорий и особенности предприятий компании;
- внедрить локальные программы реализации социальной политики для каждой территории, обеспечивающие значимые позитивные социаль-

но-экономические преобразования, направленные на повышение качества жизни и развитие местных сообществ в территориях присутствия компании;

- обеспечить системную комплексную оценку результатов реализации социальной политики компании в территориях присутствия и механизмы принятия решений, основывающихся на данных об эффективности социальных инвестиций.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Бюджет социальных инвестиций в программу составил:

за 2017 год — 796 977 578 руб.;

за 2018 год — 986 469 396 руб.;

за 2019 год — 2 008 839 222 руб.

В 2018–2019 гг. был реализован I этап программы в пяти территориях Кемеровской области, Свердловской области, Иркутской области и Красноярском крае. При поддержке гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества проведены исследования социальной сферы в городах Новокузнецк, Ачинск, Белогорск, Краснотурьинск, Каменск-Уральский, Братск, Тайшет, Шелехов, которые включали анкетирование более 6000 жителей, 35 фокус-групп и встречи с ключевыми заинтересованными сторонами (представители власти, профильные комитеты, сотрудники компании, пенсионеры, работающие жители, молодые мамы, школьники, студенты и др.). Исследование включало анализ открытых источников, запрашиваемой информации от стейкхолдеров, посещение значимых для городов учреждений социальной сферы. В 2019 году проводилось обсуждение и согласование стратегий социальной политики с ключевыми стейкхолдерами и определялся план мероприятий и значимые проекты для поддержки на среднесрочную перспективу в данных территориях.

В 2018–2019 гг. по итогам проведения социальных исследований РУСАЛ поддержал реализацию более 70 проектов создания, ремонта, оснащения социально значимых объектов в городах присутствия на сумму свыше 600 млн рублей.

В ноябре 2019 года стартовал обновленный конкурс «Территория РУСАЛа», приуроченный к 20-летию компании и 10-летию социальной программы «Территория РУСАЛа» в 2020 году.

Конкурс ориентирован на поддержку масштабных проектов городского значения. Предельный объем финансирования одного проекта в рамках конкурса значительно возрос и составил 50 млн рублей. В конкурсе учтена возможность интеграции в Приоритетный проект «Создание комфортной городской среды» как на уровне регионов, так и путем поддержки участия муниципалитетов во все-российских конкурсах Минстроя РФ, что позволяет привлечь дополнительное софинансирование администрациям городов — участников программы.

География конкурса включает 11 городов и поселков: г. Волгоград, г. Братск, г. Шелехов, г. Тайшет, г. Ачинск, п. Таежный Богучанского р-на, г. Кандалакша, г. Саяногорск, г. Североуральск, г. Каменск-Уральский, г. Краснотурьинск.

На конкурс было заявлено 26 проектов, общая запрашиваемая сумма составила 963 млн рублей, общая сумма софинансирования — 642 млн рублей. В онлайн-голосовании приняло участие 19°407 жителей городов. По итогам конкурса на заседании Комитета по социальной политике ОК РУСАЛ было принято решение поддержать в рамках программы «Территория РУСАЛа» 11 проектов на сумму 423,2 млн рублей.

В рамках реализации социальной программы «Школа городских изменений» в 2019 году были проведены 119 очных мероприятий с участием 3128 человек, для реализации программы было привлечено 79 экспертов из Санкт-Петербурга, Москвы, Тюмени, Новосибирска, Екатеринбурга, Барнаула, 66 партнеров. Бюджет программы составил 3,88 млн руб., в т.ч. 3,44 млн руб. вклад компании и 436 тыс. руб. — софинансирование партнеров, услуги на условиях пробопо и другие ресурсы.

В 2019 году копания провела оценку эффективности проектов программы, поддержанных в 2016–2018 гг. Оценка показала, что более 90% проектов полностью или в большей степени сохраняют свою актуальность для организаций-заявителей, достигают запланированных результатов и востребованы благополучателями. Это позволило сделать вывод, что применяемые механизмы отбора и реализации проектов позволяют обеспечить их эффективную реализацию.



## II место

Программа социальных инвестиций «Родные города»

Газпром нефть

### НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ:

1. Спорт: продвижение массового и общедоступного спорта.
2. Культура и искусство: создание новых творческих площадок и возможностей для самовыражения.
3. Наука и образование: поддержка одаренных школьников, студентов и ученых.
4. Преобразование городской среды: строительство инфраструктуры и сотрудничество с локальными урбанистами.
5. Формирование креативных индустрий: поддержка молодых предпринимателей, занятых в новой экономике и городском развитии.
6. Поддержка коренных малочисленных народов Севера: сохранение культуры и традиций жителей российского Заполярья.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2012 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** [rodnyegoroda.ru](http://rodnyegoroda.ru)

## **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ**

### **Основная группа благополучателей:**

Ядром программы и основной группой благополучателей выступают региональные власти, местные активисты и неравнодушные сотрудники Компании.

### **Сателлитные группы благополучателей:**

Жители регионов деятельности всех возрастных групп.

### **Стейкхолдеры программы:**

- топ-менеджмент, инвесторы и акционеры компании «Газпром нефть»;
- сотрудники Компании;
- партнеры;
- благополучатели;
- органы государственной власти и местного самоуправления;
- местные сообщества;
- НКО;
- СМИ;
- профессиональное сообщество в сфере КСО, благотворительности, социальных инвестиций.

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

География программы охватывает 36 городов и населенных пунктов, в которых «Газпром нефть» ведет свою деятельность.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цель**

Ключевая цель программы — качественные системные преобразования социальной среды, поддержка и развитие инновационных решений в сфере социально-экономического развития территорий, повышение качества жизни в регионах деятельности Компании, вовлечение в процесс преобразований власти, бизнес-сообщества, некоммерческих организаций и местного населения.

### **Задачи**

Задачи программы:

- развитие базовой социальной инфраструктуры в регионах деятельности;
- комплексное улучшение городской среды и создание условий для комфортной жизни людей;
- поддержка инициатив местных сообществ;
- создание условий для развития образования, культуры и спорта;
- развитие креативных индустрий;
- популяризация науки в молодежной среде;
- сохранение уникальной культуры и традиционного быта народов Севера;
- интеграция народов Севера в современный экономический ландшафт.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

5 сотрудников компании

### **Партнеры**

1. Органы государственной власти и местного самоуправления;
2. НКО, государственные и муниципальные организации;
3. Экспертное сообщество, включая партнеров по реализации ключевых проектов программы «Родные города».

Среди партнеров по реализации ключевых проектов программы «Родные города»:

- образовательный центр «Сириус» (г. Сочи);
  - исследовательская лаборатория им. П.Л. Чебышева и факультет математики и компьютерных наук Санкт-Петербургского государственного университета;
  - Фонд поддержки творческих индустрий «Креативные практики»;
  - Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка»;
  - Центр социальной абилитации, обучения и творчества для взрослых людей с аутизмом «Антон тут рядом»;
  - известные режиссеры Эмир Кустурица и Сергей Соловьев;
  - российский чемпион ММА Александр Шлеменко и его школа единоборств «Шторм».
4. Жители регионов;

Комплексное развитие территорий, которое Компания видит своей главной задачей, невозможно без вовлечения в реализацию инициатив заинтересованных жителей регионов деятельности «Газпром нефти». Они участвуют в опросах общественного мнения, давая обратную связь по итогам реализации отдельных проектов и программы в целом.

#### **5. Сотрудники Компании;**

Сотрудники Компании активно участвуют в волонтерском движении (реализуют проекты, поддержанные на конкурсе волонтерских проектов, принимают активное участие в проектах программы, участвуют в Днях Донора). На сегодняшний день численность сотрудников «Газпром нефти», которые являются волонтерами, составляет 5 756 человек.

### **Достигнутые результаты**

- 2013 г.: 3,9 млрд рублей;
- 2014 г.: 4,5 млрд рублей;
- 2015 г.: 3,9 млрд рублей;
- 2016 г.: 4,1 млрд рублей;
- 2017 г.: 4,3 млрд рублей;
- 2018 г.: 6,8 млрд рублей;
- 2019 г.: 7,6 млрд рублей.

Совокупный объем финансирования программы с 2013 года — более 35 млрд рублей.

**Ключевые показатели реализации программы социальных инвестиций «Родные города» с 2013 г.:**

- географический охват: 36 городов и населенных пунктов;
- в общей сложности реализовано >2700 проектов;
- построено и отремонтировано 479 инфраструктурных объектов в регионах деятельности Компании (детские сады, поликлиники, спортивные площадки, жилые дома и пр.);
- >100 организаций-партнеров;
- совокупный объем инвестиций в социальные проекты составил >35 млрд рублей.

**Показатели реализации грантового конкурса программы «Родные города»:**

- поддержано 619 инициатив местных жителей в рамках грантового конкурса (с 2013 года);
- проведено 16 094 мероприятий в рамках грантового конкурса (с 2013 года);
- совокупный объем финансирования — более 152,7 млн рублей.

**Показатели волонтерского движения «Газпром нефть» в рамках программы «Родные города»:**

- 5 756 человек насчитывает волонтерское движение «Газпром нефть»;
- 2 114 волонтерских акций с участием сотрудников «Газпром нефть» проведено с 2013 года;
- в период с 2013 по 2019 г. реализовано 248 волонтерских инициатив сотрудников Компании в рамках конкурса волонтерских проектов.

**Социальные результаты**

1. Жители регионов и сообщества активно вовлечены в процессы преобразования городской среды. Созданы условия для запуска их собственных креативных проектов.
2. Ежегодно увеличивается доля устойчивости грантовых проектов, которая на сегодняшний день составляет более 70%.
3. Растет число корпоративных волонтеров. Также растет и качество волонтерских проектов.
4. Выстроена эффективная система образовательных проектов, интегрированных в стратегию развития кадрового потенциала Компании.
5. В ряде регионов (Оренбургская область, Муравленко, Ноябрьск) удалось практически «закрыть» потребность в создании базовой социальной инфраструктуры. Сегодня в этих регионах существует запрос не столько на создание, сколько на расширение возможностей для развития и досуга.

### НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ:

Поддерживая устойчивое социально-экономическое развитие территорий присутствия СУЭК, компания вносит вклад в устойчивое развитие страны и реализацию глобальных Целей устойчивого развития (ЦУР) ООН, в частности ЦУР 17,15,14,13,12,11,9,8,7,6, 5, 4,3.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** март 2020 г. — н.в.

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей:

- сотрудники СУЭК;
- жители территорий присутствия СУЭК.

#### Сателлитные группы благополучателей:

- медицинские работники территорий присутствия СУЭК.

#### Стейкхолдеры программы:

- региональные и местные органы власти, органы местного самоуправления;
- сотрудники;
- местные сообщества;
- общественные организации, ассоциации;
- акционеры.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Территории присутствия предприятий СУЭК: Красноярский, Приморский, Забайкальский и Хабаровский края, Кемеровская и Мурманская области, Республики Хакасия и Бурятия, Москва.

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

#### Цель

- безопасность и здоровье наших сотрудников, жителей территорий присутствия и партнеров;
- обеспечение стабильности и непрерывности производства;
- сохранение стабильной социальной среды на территориях присутствия.

#### Задачи

- проведение профилактических мероприятий на предприятиях компании по снижению риска распространения коронавирусной инфекции;



- оказание помощи медицинским и социальным учреждениям регионов присутствия;
- поддержка медицинского персонала инфекционных отделений и больниц в регионах присутствия;
- организация волонтерского движения и оказание помощи ветеранам, пенсионерам, многодетным, социально сложным семьям и т.д.;
- оказание помощи местным муниципалитетам по масштабной дезинфекции общественных пространств.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

АО «СУЭК», Фонд «СУЭК-РЕГИОНАМ».

### **Партнеры**

Все противоэпидемиологические программы, как и вообще все социальные программы СУЭК, реализуются в тесном контакте с теми, на кого они направлены — местными жителями, сотрудниками, властями. Это помогает отбирать действительно важные и востребованные проекты, усиливать их эффективность за счет вовлечения всех заинтересованных сторон.

- Региональные и местные органы власти территорий присутствия,
- Медицинские учреждения территорий присутствия,
- Общероссийский народный фронт (ОНФ),
- Центры социальной поддержки населения и социальные учреждения территорий присутствия,
- Местные общественные организации.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

В реализации противоэпидемических мер на предприятиях задействованы более 430 человек из числа сотрудников и медицинских работников предприятий, членов вспомогательных горноспасательных команд (ВГК), привлеченных специалистов профильных организаций.

Полностью укомплектованы всем необходимым медицинские пункты предприятий СУЭК, которые обеспечивают сохранность здоровья более чем 70 000 сотрудников компании.

Четыре предприятия СУЭК оперативно наладили выпуск ультрафиолетового бактерицидного облучателя — рециркулятора «УБОР-120». На базе Назаровского горно-монтажного наладочного управления освоено производство кварцевых облучателей.

В рамках помощи медицинским учреждениям приобретены два современных цифровых рентгеновских аппарата, 30 кислородных модулей для поддержки легких при острых формах пневмонии, комплектующих для подачи смеси кислорода и сжатого воздуха в легкие, кислородных увлажнителей.

В общей сложности для медицинских и социальных учреждений регионов, а также для обеспечения безопасности сотрудников на предприятиях, СУЭК закупила свыше 1,5 миллиона одноразовых, многоразовых масок и респираторов, несколько сот тысяч пар стерильных перчаток, десятки тысяч защитных комплектов, различное оборудование, дезинфицирующие средства, физрастворы.

Сервисное предприятие СУЭК — Назаровское горно-монтажное наладочное управление — выполнило работы по обеспечению энергоснабжения госпиталя для больных с COVID-19 в Назарово. Специалисты сервисного подразделения СУЭК обеспечили подключение всех систем жизнедеятельности госпиталя к резервному питанию. Все работы выполнены безвозмездно в рамках социального партнерства с городом.

В Кузбассе в развитие решений федеральных властей по обязательному государственному страхованию работников медицинских организаций при исполнении ими трудовых обязанностей в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) реализован новый проект, призванный защитить тех, кто находится на переднем крае борьбы с пандемией. СУЭК, в том числе за счет добровольных пожертвований сотрудников Компании, профинансировала дополнительное страхование персонала учреждений скорой медицинской помощи, расположенных в территориях присутствия предприятий СУЭК.

На всех предприятиях СУЭК во всех регионах присутствия десятки волонтеров присоединились к инициативе #МыВместе. Все они прошли обучение, зарегистрированы на сайте акции, оснащены полными комплектами индивидуальных защитных средств. В рамках этой акции волонтеры взаимодействуют с Общероссийским народным фронтом, муниципальными администрациями, врачами городских районных больниц и выясняют, где их помощь нужнее в данный момент.

Только в течение апреля-мая 2020 года волонтеры СУЭК доставили продуктовые и витаминные наборы, средства защиты и оказали другую помощь более чем 1000 семей.

СУЭК помогает властям муниципалитетов в условиях пандемии коронавируса проводить масштабную дезинфекцию общественных пространств.

СУЭК удалось сохранить стабильную работу производства, обеспечить постоянный оперативный мониторинг состояния здоровья сотрудников, снизить уровень заболеваемости благодаря всем принятым мерам, а также оказать поддержку властям муниципалитетов по масштабной дезинфекции общественных пространств, системам здравоохранения регионов, которая послужит их долгосрочной устойчивости.

### **III место**

Социокультурный фестиваль «Система Fest»,  
Костромская область  
ПАО «АФК «Система»

#### **НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ:**

Социальная помощь регионам РФ

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** сентябрь 2020

**САЙТ ПРОЕКТА:** <http://bf.sistema.ru/about/news/bf-sistema-priglasheet-zhiteley-kostromskoy-oblasti-na-blagotvoritelnyy-festival-sistema-fest-2020/>

#### **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**

##### **Основная группа благополучателей**

Жители регионов. Приоритет — дети из социальных учреждений, многодетные, малообеспеченные семьи, талантливая молодежь.

##### **Сателлитные группы благополучателей**

Местные представительства Компаний Группы АФК «Система». Местная администрация и НКО.

#### **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

Костромская область. Формат фестиваля позволил охватить не только региональный центр, но и реализовать активности в прилегающих населенных пунктах со сложной социальной обстановкой по рекомендации администрации региона: Галич, Шарья, Макарьев, Волгореченск.

#### **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

##### **Цель**

Повышение социальной активности жителей регионов, передача лучших практик БФ «Система» и социальных партнеров, оказание целевой благотворительной помощи, создание условий для развития творческого потенциала детей.

##### **Задачи**

Реализация социальных, образовательных и культурно-просветительских инициатив в регионах Российской Федерации с привлечением ресурсов и возможностей компаний-партнеров, доноров, местных сообществ, улучшение качества жизни и социальной активности жителей удаленных от регионального центра населенных пунктов.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

### Команда

Сотрудники БФ «Система» — 4 человека.

Волонтеры компаний группы АФК «Система».

### Партнеры

- 4 бизнеса из периметра АФК «Система» (ПАО МТС, ГК «Детский мир», ГК «Сегежа Групп», Объединение «Гжель»);
- 7 внешних партнеров (Всероссийская федерация Самбо, Костромской музей-заповедник, Государственный Русский музей, ООО «Знаток», Центр толерантности, ГТРК «Кострома», Театр кукол г. Костромы);
- 2 ведомства Администрации Костромской области (Департамент культуры и Департамент образования).

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Бюджет фестиваля составил 5 млн рублей

За время проведения благотворительного фестиваля было проведено более 100 мастер-классов, в которых приняло участие более 1 400 детей.

В рамках фестиваля была оказана благотворительная помощь 12 социальным учреждениям Костромской области на сумму 1 021 365 рублей.

Впервые в рамках фестиваля были проведены 7 профориентационных экскурсий от представителей компаний Группы АФК «Система» в регионе:

- 96 обучающимся были организованы экскурсии к базовым станциям МТС, где ребята узнали о профессиях, востребованных в телекоммуникационном секторе;
- 40 старшеклассников посетили строительную площадку фанерного комбината ГК «Сегежа», на которой узнали об особенностях современного технологичного деревообрабатывающего предприятия, востребованных профессиях в регионе и перспективах трудоустройства.

1 500 жителей и гостей Костромы стали участниками всероссийской акции «Культурный выходной». Для свободного посещения был открыт архитектурно-этнографический отдел Костромского музея-заповедника «Костромская слобода».

В рамках акции были организованы:

- 8 экскурсий;
- 6 творческих мастер-классов с участием представителей Объединения «Гжель»;
- 2 показа кукольного спектакля волонтерского театра «Детского мира»;
- представления клуба исторических реконструкций;
- 3 мастер-класса проекта «Самбо в школу»;
- концерт фолк-музыки.

В рамках фестиваля были подведены итоги акции «Участвуйте», организованной фондом «Детский мир» при поддержке БФ «Система». По итогам акции в Областное государственное бюджетное учреждение культуры «Костромская областная библиотека для детей и молодежи им. Аркадия Гайдара» и в Государственное казенное учреждение для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, Костромской области «Островский центр помощи детям, оставшимся без попечения родителей» было передано более 5 тысяч единиц товаров первой необходимости на сумму более 400 тыс. рублей. Акция проходила с 21 мая по 20 августа 2020 г.

Впервые были реализованы мастер-классы в формате онлайн, в рамках которых специалисты Русского музея провели для учащихся Середняковской средней школы, Гимназии № 15 и ДХШ им. Н. Шлеина г. Костромы четыре практических занятия из серии «Химия и живопись в Русском музее: Рерих и Космос» и «Художники-анималисты». БФ «Система» предоставил профессиональные материалы, необходимые для проведения занятий, а специалисты Костромского музея-заповедника выступили в роли ассистентов, помогая ребятам создавать их первые шедевры.

Данные мастер-классы оказались поистине уникальными, поскольку позволили костромским школьникам участвовать в творческом эксперименте, не покидая своего города. Общее количество участников — 89 чел.

В результате проекта была создана уникальная и узнаваемая площадка для выстраивания качественно новых долгосрочных отношений с заинтересованными сторонами в регионах присутствия Корпорации, легко масштабируемая на новые территории.

Одним из основных принципов построения программы стало вовлечение компаний и волонтеров Группы — обеспечение синергии активов для достижения максимальной результативности при оптимальном уровне вложений.



## Номинация

«Лучшая программа, способствующая обеспечению гендерного равенства»

**Партнер номинации:**

**Совет Евразийского женского форума при  
Совете Федерации Федерального собрания  
Российской Федерации**



**I место**

Программа «Мама-предприниматель»  
ООО «АМВЭЙ»

### **НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ:**

поддержка малого предпринимательства; образование; помощь семьям

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2013 г — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** [www.mama-predprinimatel.ru](http://www.mama-predprinimatel.ru)

### **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ**

#### **Основная группа благополучателей**

Целевая аудитория программы — женщины, жительницы Российской Федерации, имеющие несовершеннолетних детей и/или находящиеся в декретном отпуске, при этом не ведущие предпринимательскую деятельность.

#### **Сателлитные группы благополучателей**

- Многодетные и приемные матери, а также мамы детей-инвалидов;
- Семьи участниц.

#### **Стейкхолдеры программы**

*Внешние:*

- органы государственной власти: представители Министерства экономического развития РФ, Федеральной корпорации по поддержке малого и среднего предпринимательства, региональные министерства и департаменты экономического развития, предпринимательства, инноваций;
- общественные организации: региональные комитеты по развитию женского предпринимательства и социального предпринимательства ОПОРЫ РОССИИ, союзы деловых женщин, объединения женщин-предпринимательниц;

- некоммерческие организации, федеральные и региональные, деятельность которых направлена на поддержку социальных предпринимателей, семей, женщин с детьми;
- профессиональное сообщество: компании, ведущие программы в сфере поддержки малого и женского предпринимательства.

*Внутренние:*

- топ-менеджмент компании Amway;
- дистрибьюторы (Независимые предприниматели) Amway;
- сотрудники компании Amway.

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

В 2013 году — год запуска — программа состоялась в четырех регионах страны, а за первые шесть лет ее реализации территориальный охват вырос в 15 раз. На данный момент программа «Мама-предприниматель» запланирована в более чем 60 регионах Российской Федерации.

Также мы ведем работу по выводу «Мамы-предприниматель» на международный уровень. В 2020 году был запланирован пилотный запуск в Казахстане, который пока отложен до конца года из-за введенных в Республике ограничений.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цель**

Цель программы «Мама-предприниматель» — формирование у женщин необходимых компетенций и знаний для организации собственного бизнеса.

Развитие женского предпринимательства ведет к развитию социальной сферы, росту доли малого бизнеса в структуре ВВП и снижению уровня безработицы в России. 98% женщин положительно относятся к перспективе создания собственного бизнеса. Это число дополняют те, у кого с рождением второго и третьего ребенка возникает желание не возвращаться на работу, а открыть собственное дело.

Нередко, именно находясь в отпуске по уходу за ребенком, женщины пробуют начать собственный бизнес, зачастую становясь инициаторами создания семейных компаний — устойчивых и полезных для экономики, или начинают реализовывать социально значимые проекты, предлагая обществу социальные инновации. В тех случаях, когда женщины не хотят (или не могут) вернуться на прежнее рабочее место, оптимальным вариантом и для них, и для экономики страны становится самозанятость, а в перспективе — создание успешного бизнеса, создающего дополнительные рабочие места.

### **Задачи**

Задачи программы «Мама-предприниматель»:

- дать возможность целевой аудитории бесплатно получить знания, необходимые для старта собственного бизнеса;

- оказать финансовую поддержку лучшим бизнес-проектам в каждом регионе проведения программы;
- способствовать развитию социального предпринимательства в России.

Участницами программы «Мама-предприниматель» могут стать мамы детей в возрасте до 18 лет. Как показывает практика, их бизнес-инициативы в 99% случаев являются социально ориентированными: логопедические курсы, дрессировка собак, реабилитационные центры, индивидуальный пошив одежды для инвалидов, клубы робототехники для детей и многие другие.

#### *Подзадачи:*

- поддерживать имидж компании как социально-ответственной;
- направить свои ресурсы КСО на программу, которая содействует развитию бизнеса в единстве с другой ценностью компании — семьей. Компания «Амвэй» позиционирует себя как генератор самозанятости и эксперт в этой области, поскольку большинство тех, кто занимается бизнесом «Амвэй» — именно самозанятые, микро-предприниматели, регистрирующиеся как ИП.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

В команду программы входят четыре сотрудника БФ «В ответе за будущее».

### **Партнеры**

Программа «Мама-предприниматель» реализуется в сотрудничестве с несколькими партнерами:

- Федеральные организаторы программы «Мама-предприниматель» — компания «Амвэй» и ее корпоративный благотворительный фонд «В ответе за будущее» (инициаторы программы в 2013 году);
- Комитет по развитию женского предпринимательства «ОПОРЫ РОССИИ» (с 2015 года);
- Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (с 2016 года).

Также партнерами программы в течение нескольких лет выступали коммерческие банки, с 2019 г. это банк «Открытие».

Таким образом, программа «Мама-предприниматель» — удачная модель государственно-частного партнерства, пример сотрудничества власти, некоммерческого сектора и бизнеса.

«Амвэй» выступает грантодателем программы; отвечает за и финансирует координацию организации «Мамы-предприниматель» в регионах; ведет PR и SMM-кампании, направленные на популяризацию проекта и набор участниц, включая ведение сайта программы [www.mama-predprinimatel.ru](http://www.mama-predprinimatel.ru).

Комитет по развитию женского предпринимательства «ОПОРЫ РОССИИ» часто выступает организатором на региональном уровне (региональные



отделения Комитета), активно принимая участие в учебном процессе и работе с государственными органами. Также Комитет организует бизнес-визиты участниц программы к успешным предпринимательницам (это обязательная часть тренинга), оказывает поддержку выпускницам, поддерживает стартап-проекты после окончания тренингового курса.

Корпорация МСП отвечает за обучение, которое ведут сертифицированные тренеры Корпорации, а также предоставляет свою инфраструктуру Центров поддержки предпринимательства в регионах (помещение для проведения тренинга, консультации по организации и оформлению субъектов малого предпринимательства).

Банк «Открытие» предоставляет участницам «Мамы-предприниматель» возможность взять кредит и открыть счет на особых условиях, а также частично финансирует орграсходы на проведение программы в регионах.

Все решения по реализации программы «Мамы-предприниматель», включая согласование графика, определение сроков проведения в отдельных регионах, пилотные форматы проведения программы и т.д., принимаются федеральными организаторами коллегиально.

На региональном уровне партнерами в реализации программы становятся региональные структуры поддержки малого и среднего бизнеса (например, бизнес-инкубаторы, центры поддержки предпринимательства, центры «Мой бизнес» и другие), региональные отделения Комитета по развитию женского предпринимательства «ОПОРЫ РОССИИ», представители местного бизнес-сообщества, СМИ, некоммерческие организации.

Также в каждом городе региональные представители бизнеса делятся своим опытом с участницами в рамках пятидневного обучения, организуют бизнес-визиты на свои предприятия, становятся наставниками для финалисток программы. Для региональных партнеров стало доброй традицией учреждение специальных призов для наиболее понравившихся проектов участниц.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Бюджет программы «Мама-предприниматель» в 2019 году составил 9 085 000 рублей, из которых 6 100 000 рублей — грантовый фонд, 2 985 000 рублей — административные и прочие расходы.

Общие результаты программы за 2013—2019 годы:

- программа состоялась в 68 городах России (с учетом повторения программы в ряде городов всего было организовано 168 тренингов);
- в программе поучаствовали более 4500 мам;
- грантовый фонд составил более 20 миллионов рублей.

По данным Индекса Целей устойчивого развития за 2019 год, в России на 100 работающих мужчин приходится 79 работающих женщин. По данным Минэкономразвития, в 2019 году равный уровень занятости мужчин и женщин мог бы обеспечить рост ВВП на 13–14%, или на 14 триллионов рублей. Программа

«Мама-предприниматель» направлена на то, чтобы задействовать потенциал женщин для развития экономики страны, мотивировать их и помочь преодолеть барьеры, возникающие на пути молодого предпринимателя.

Благодаря реализации программы тысячи молодых матерей обучаются основам предпринимательства и реализуют свои бизнес-идеи (более 60% участниц открывают свое дело). В областях, краях и республиках Российской Федерации, где проводится «Мама-предприниматель», формируются сообщества женщин-предпринимательниц, что способствует развитию экономики как на региональном, так и на федеральном уровне.



## II место

Ассоциация «Женщины в добывающей отрасли России»  
Polymetal International

### НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ:

1. Развитие женского лидерства в добывающей отрасли России.
2. Популяризация инженерных профессий среди женщин.
3. Развитие равных возможностей в рабочей среде.
4. Развитие женского профессионального сообщества в добывающей отрасли.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** бессрочный

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

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

Руководство добывающих компаний

Сотрудники добывающих компаний

Студенты/школьники профильных вузов и колледжей по горным специальностям

#### Сателлитные группы благополучателей

Сотрудники прочих предприятий

Студенты/школьники прочих специальностей

Семьи сотрудников

Правительство

#### Стейкхолдеры программы

Учредители: «Полиметалл», «Норильский никель», Highland Gold, Делойт СНГ

Другие добывающие предприятия России

Горные и политехнические вузы

Бизнес-школы  
Экспертное сообщество  
Отраслевые объединения  
Правительство РФ

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

Россия, потенциально Казахстан и СНГ

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цель**

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

### **Задачи**

1. Создание и развитие платформы для профессиональных коммуникаций.
2. Популяризация инженерных профессий среди потенциальных сотрудников.
3. Повышение уровня компетенций в отрасли.
4. Создание программ женского лидерства, в том числе в регионах.
5. Обеспечение международного присутствия/сотрудничества.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Правление WIM RU — семь человек.

### **Партнеры**

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

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Финансовые ресурсы — учредительские взносы учредителей и партнеров

### **Непосредственные результаты (6 месяцев с февраля 2020 года):**

- запущен сайт ассоциации и страницы в соцсетях;
- общее количество участников на текущий момент более 800 человек;
- запущено и проведено более 15 образовательных вебинаров;
- привлечено более десяти партнеров ассоциации;

- среди ключевых партнеров — пять ведущих отраслевых компаний;
- более 20 публикаций в СМИ.

Социальные результаты:

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

L'ORÉAL

### III место

Программа национальных стипендий L'Oréal-UNESCO

«Для женщин в науке»

L'Oréal

#### НАПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММЫ:

поддержка молодых женщин-ученых, работающих в российских НИИ и вузах, с целью обеспечения гендерного равенства в научной сфере (ежегодное вручение 10 стипендий победительницам конкурса в размере 500 000 рублей каждой)

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2007 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <http://lorealfellowships-russia.org/>

#### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

##### Основная группа благополучателей

Стипендии присуждаются молодым ученым-женщинам, кандидатам наук в возрасте до 35 лет, работающим в российских научных институтах и вузах по следующим дисциплинам: физика, химия, медицина и биология, и планирующим продолжать свою карьеру в России.

##### Сателлитные группы благополучателей

Все российские женщины-ученые благодаря освещению данного проекта и данной темы в СМИ.

##### Стейкхолдеры программы

Российская Академия Наук, Комиссия РФ по делам ЮНЕСКО.

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Заявки на конкурс поступают со всей России без ограничений.

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

**Цель:** обеспечение гендерного равенства в научной среде посредством поддержки молодых женщин-ученых.

**Задачи:** поддержка талантливых российских женщин-ученых в возрасте до 35 лет, когда многие из них стоят перед непростым выбором между карьерой и семьей:

- материальная поддержка (стипендия в размере 500 тыс руб);
- информационная поддержка в СМИ для повышения общего уровня осведомленности о достижениях женщин-ученых и поддержки их карьерного роста.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

**Команда:** отдел корпоративных коммуникаций L'Oreal — 3 человека.

**Партнеры:** Комиссия РФ по делам ЮНЕСКО, Российская Академия Наук.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Финансовые ресурсы: ежегодная выплата десяти стипендий в размере 500 000 рублей каждая (5 млн руб/год), а также проведение торжественной церемонии вручения для стипендиатов в Москве за счет L'Oreal.

За время существования программы 135 молодых женщин получили стипендии для развития своей научной карьеры (включая 10 победительниц 2020 года). Стипендиатки программы продолжают свое развитие в науке, достигая новых успехов. Стипендиатки российской программы получают признание и на мировом уровне проекта L'ORÉAL-UNESCO «Для женщин в науке».

Стипендиаты программы традиционно проявляют ответственную гражданскую позицию и выступают с различными инициативами, направленными на достижение гендерного равенства в науке. Так, в 2019 году инициативная группа ученых, в состав которой вошли стипендиаты программы L'ORÉAL-UNESCO «Для женщин в науке» разных лет, направила обращения в российские фонды с просьбой изменить условия участия в конкурсах для заявителей, которые были вынуждены уйти в декретный отпуск, и ввести тактику «остановки часов». Российский научный фонд не только поддержал инициативу, но и выступил с ответными предложениями. (<https://indicator.ru/humanitarian-science/shtraf-za-materinstvo.htm> )

---

## Игорь Соболев

Советник генерального директора

Фонд президентских грантов третий раз определяет победителей в номинации «Лучший грантовый конкурс» проекта «Лидеры корпоративной благотворительности». В этом году состав заявителей очень сильный, конкуренция высокая. С одной стороны, для сообщества лидеров корпоративной благотворительности, для государства и некоммерческого сектора важны изучение и отбор передового опыта, а с другой — его распространение, когда лучшие практики оказывают все более глубокое по воздействию и широкое по охвату влияние на общество, на развитие некоммерческих организаций и жизнь граждан. Грантовый конкурс — отличный инструмент такого влияния. В схемах различных конкурсов на федеральном и региональном уровнях появляется все больше сходных черт и элементов, способствующих достижению успеха. Можно говорить, что постепенно формируются стандарты проведения лучших конкурсов при всем их многообразии.

Десять поступивших заявок оценены экспертами по двенадцати критериям. По каждому критерию эксперты выставляли оценку от 0 до 2 баллов. Средние баллы заявок в итоговом рейтинговом списке компаний составили от 11,5 до 19,25. Грантовые конкурсы были очень разными и по качеству, и по своему дизайну, конструкции. Отрадно, что среди заявителей появляются и средний бизнес или обособленные подразделения крупных холдингов, и новые компании, ранее не звучавшие как лидеры в КСО и корпоративной благотворительности.

Суммарный объем грантовых конкурсов заявителей впервые превысил 0,5 млрд рублей. Динамика участвовавших в номинации конкурсов следующая: в 2018 году было заявлено 11 конкурсов с общим бюджетом 150,3 млн руб., в 2019 — 5 конкурсов с бюджетом 118,8 млн руб., в 2020 — 10 конкурсов с бюджетом 526,7 млн руб. А всего за три года в поле нашего зрения попали 22 различных грантовых конкурса ответственного бизнеса (за вычетом повторно участвовавших) с ежегодным бюджетом 690,2 млн рублей. В этом году вместе с определением трех победителей экспертное жюри решило отметить специальными дипломами «Перспективный дебют в номинации» два конкурса, не оказавшиеся на высоких

позициях рейтингового списка, но имеющие хорошее будущее при их доработке и развитии.

Методика подведения итогов номинации по сравнению с предыдущими годами практически не изменилась. Поступившие заявки оценивались по следующим критериям:

- направленность грантового конкурса на поддержку и развитие некоммерческих организаций, социального предпринимательства и общественных инициатив;
- направленность грантового конкурса на вовлечение граждан и их объединений в решение актуальных проблем;
- взаимосвязь грантового конкурса со стратегиями устойчивого развития и/или корпоративной социальной ответственности и/или с благотворительной стратегией компании;
- публичность информации о конкурсе, прозрачность его проведения и определения победителей и активный характер распространения информации грантодателем;
- доступность участия в грантовом конкурсе для заявителей, являющихся целевой аудиторией грантодателя;
- наличие процедур, четко описывающих весь процесс проведения конкурсного отбора, экспертизы заявок, подведения итогов и работы победителей;
- технологичность процесса участия в грантовом цикле для заявителей, экспертов и победителей конкурса: удобство, скорость и простота процедур подготовки и подачи заявок, экспертизы, подведения итогов конкурса и определения победителей, заключения договоров и сопровождения проектов, грантовой отчетности и оценки результатов, в том числе возможное наличие цифровой составляющей на разных этапах грантового цикла;
- наличие системы консультирования, обучения и развития заявителей и победителей конкурса;
- высокий уровень экспертизы, объективность и качество работы экспертов;
- участие представителей общественности в механизме принятия решения об итогах конкурсного отбора;
- вовлечение в поддержку реализующихся общественных инициатив партнеров из бизнеса, НКО, органов власти, государственных структур и граждан;
- наличие системы мониторинга и оценки результатов и эффективности реализующихся общественных инициатив и конкурса в целом.



## I место

Конкурс социальных проектов Благотворительной программы  
«Мир новых возможностей»

ПАО «ГМК «Норильский никель»

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

поддержка общественных инициатив и создание условий для устойчивого развития регионов присутствия.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** ежегодно

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://nncharity.ru/>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

Участие в Конкурсе социальных проектов компании «Норильский никель» могут принимать зарегистрированные в Российской Федерации:

- некоммерческие организации и объединения,
- государственные и муниципальные учреждения,
- корпоративные волонтеры предприятий ПАО «ГМК «Норильский никель» (в партнерстве с НКО или муниципальными учреждениями).

Организации из других регионов РФ также могут подать заявку на конкурс, но в партнерстве с организациями из регионов присутствия предприятий компании «Норильский никель», с обязательной реализацией проекта в регионе. В данном случае между организациями заключается партнерское соглашение, где описывается вклад каждой из сторон, а также распределение обязанностей по проекту.

Организации из других регионов могут как самостоятельно обратиться к региональным НКО, указанным в географии конкурса, и предложить партнерство, так и в компанию с просьбой поделиться контактами региональных организаций.

Норникель заинтересован в появлении и заземлении на территории присутствия предприятий компании новых социальных технологий, а также тиражировании успешного регионального опыта в другие регионы РФ.

В разные годы победителями становились от 90 до 116 проектных команд.

#### Сателлитные группы благополучателей

В конкурсе девять номинаций, которые охватывают разные сферы жизнедеятельности города и горожан. Портрет благополучателя в разных номинациях: от 0+ и до возраста самого пожилого жителя города или поселка, представители разных национальностей, социально-незащищенные группы граждан, внутреннее и внешние туристы, домашние, бездомные, тундровые птицы и животные и т.д. Всё зависит от идеи команды разработчиков социальных проектов, ставших победителями конкурса, и реализующих свои социальных проекты.



Ежегодно в проектах принимает участие от 10 тыс. (минимум) до 25 тыс. благополучателей. Расчет примерно такой: 90–116 проектов на количество заявленных благополучателей.

### **Стейкхолдеры программы**

Значимыми заинтересованными сторонами ПАО «ГМК «Норильский никель» являются работники компании, акционеры и инвесторы, бизнес-партнеры, федеральные и региональные органы власти и местные сообщества, российские и международные некоммерческие организации.

Компания определяет круг стейкхолдеров с учетом степени взаимного влияния и пересечения интересов.

Компания выступает для всех заинтересованных сторон в качестве надежного партнера для решения социальных проблем регионов своего присутствия: реализация партнерских программ с властью, НКО, стимулирование общественной активности местных сообществ.

Владельцы компании и акционеры, а также клиенты и партнеры компании, региональные органы власти и местные сообщества заинтересованы в эффективности благотворительной деятельности компании.

### **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

География реализации Конкурса социальных проектов:

Красноярский край — г. Норильск и Таймырский Долгано-Ненецкий район,  
Мурманская область — г. Мончегорск и Печенгский район,  
Забайкальский край — г. Чита и Газимуро-Заводский район.

### **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

**Цель:** поддержка общественных инициатив и создание условий для устойчивого развития регионов присутствия.

#### **Задачи:**

- поддержка и стимулирование общественных инициатив;
- развитие социального партнерства;
- внедрение новых социальных технологий;
- развитие социальных компетенций местного сообщества.

### **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

#### **Команда:**

- сотрудники Управления социальных и благотворительных программ ПАО «ГМК «Норильский никель» — разработка программных материалов и конкурсных процедур, стратегическое развитие конкурса, креативных форматов вовлечения и обучения потенциальных участников;
- сотрудники Управления благотворительных программ Заполярного филиала ПАО «ГМК «Норильский никель», направление корпоративных региональных

проектов АО «Кольская ГМК», направление региональных программ ООО «ГРК «Быстринское» — непосредственное взаимодействие с потенциальными участниками и победителями конкурса, стейкхолдерами, администрирование конкурса в регионах и мониторинг реализации проектов победителей, внесение предложений по модернизации конкурсных процедур, тестирование онлайн-платформы и т.д.;

- подрядная организация — АНО «Центр социальных проектов» (Санкт-Петербург): воплощение креативных форматов, проведение обучающих мероприятий (семинаров и мастер-классов).

### **Партнеры**

Конкурс реализуется при поддержке органов власти и профильных управлений и комитетов администрации МО г. Норильск и Таймырский (Долгано-Ненецкий) район, г. Мончегорска и Печенгского района Мурманской области, г. Чита и Газимуро-Заводского района Забайкальского края.

### **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Грантовый фонд конкурса — 155 млн рублей.

Проведение обучающих мероприятий: семинары по социальному проектированию, Социально-конструкторское бюро, travel-гранты для лидеров — 11,5 млн руб.

За шесть лет на конкурс поступило 2 509 заявок, из которых было поддержано 639 проектов на сумму 664,4 млн руб. Распределение заявок, победителей и объем грантового фонда:

<b>Год</b>	<b>Количество заявок</b>	<b>Количество победителей</b>	<b>Грантовый фонд, млн руб.</b>
2019	507	114	150,9
2018	426	116	124,4
2017	489	116	123,6
2016	385	95	91,7
2015	400	108	97,5
2014	302	90	76,3

**НАПРАВЛЕНИЯ ГРАНТОВОГО КОНКУРСА:**

1. КОМФОРТНАЯ СРЕДА — проекты, развивающие общественную активность и меняющие городскую среду, создающие или развивающие общественные пространства, в том числе в сфере креативных индустрий.
2. КУЛЬТУРА — проекты, способствующие сохранению и возрождению культурного наследия, развитию творческого потенциала и различных видов искусства, созданию новых форм досуга.
3. ОБРАЗОВАНИЕ — проекты, направленные на развитие сферы образования, в том числе дополнительного обучения детей и молодежи, создания и внедрения современных образовательных технологий.
4. СПОРТ — проекты, направленные на развитие непрофессионального, детского и массового спорта, пропаганду здорового образа жизни, создание условий для развития физической культуры и внедрение новых форматов спортивных мероприятий и увлечений для детей и взрослых.
5. ЭКОЛОГИЯ — проекты, направленные на формирование экологической культуры и пропаганду ответственного поведения в сфере экологии и защиты окружающей среды, проведение акций по благоустройству и озеленению.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2013 г. — н.в.**САЙТ ПРОЕКТА:** [rodnyegoroda.ru/grant](http://rodnyegoroda.ru/grant)**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ****Основная группа благополучателей:**

НКО, муниципальные и бюджетные учреждения, инициативные группы граждан.

**Сателлитные группы благополучателей:**

Жители регионов деятельности компании «Газпром нефть».

**Стейкхолдеры программы:**

- топ-менеджмент, инвесторы и акционеры компании «Газпром нефть»;
- благополучатели;
- органы государственной власти и местного самоуправления;
- местные сообщества;
- НКО;
- СМИ;
- профессиональное сообщество в сфере КСО, благотворительности, социальных инвестиций.

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

### География грантового конкурса:

Омская область:

- г. Омск
- Тарский район

Томская область:

- г. Томск
- Каргасокский район
- Парабельский район

Оренбургская область:

- г. Оренбург и Оренбургский район
- Новосергиевский район
- Переволоцкий район
- г. Сорочинск и Сорочинский район

Тюменская область:

- г. Тюмень
- Уватский район Тюменской области

ХМАО-Югра:

- г. Ханты-Мансийск и Ханты-Мансийский район (ХМАО)
- Кондинский район ХМАО (сельское поселение Болчары)

Ямало-Ненецкий автономный округ:

- г. Муравленко
- п. Ханымей
- г. Ноябрьск, мкр. Вынгапуровский

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

### Цель

Цель конкурса: создание условий для повышения качества жизни людей в регионах деятельности «Газпром нефти».

### Задачи

- выявление и поддержка наиболее перспективных социальных инициатив в регионах деятельности Компании;
- развитие системы партнерства между Компанией, некоммерческими, муниципальными организациями и активистами для достижения общих целей за счет эффективной совместной деятельности;
- развитие общественной активности, направленной на изменение городской среды;
- стимулирование креативного подхода к решению социальных задач регионов силами самих жителей.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

### Команда

Команда программы «Родные города» — 11 человек.

### Партнеры

1. Органы государственной власти и местного самоуправления;
2. НКО, государственные и муниципальные организации;
3. Жители регионов;
4. Экспертное сообщество:

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Общий бюджет грантового конкурса с 2013 года по настоящее время — более 152,7 млн рублей.

Ключевые результаты конкурса в цифрах:

- 2 561 участник;
- 619 проектов поддержано;
- 16 094 мероприятия проведено;
- размер грантов — от 70 тысяч до 1 млн рублей;
- объем финансирования — более 152,7 млн рублей;
- 4 830 публикаций в федеральных и региональных СМИ.

Об успешности и востребованности конкурса свидетельствует постепенное увеличение количества поданных заявок: 2013 г. — 38, 2014 г. — 424, 2015 г. — 379, 2016 г. — 459, 2017 г. — 530, 2018 г. — 602, 2019 г. — 833.

Социальные результаты:

1. Жители регионов и сообщества активно вовлечены в процессы преобразования городской среды. Созданы условия для запуска их собственных креативных проектов.
2. Ежегодно увеличивается доля устойчивости грантовых проектов, которая на сегодняшний день составляет более 70%.
3. Растет профессионализм сотрудников НКО и инициативных групп за счет регулярного проведения обучающих мероприятий для грантополучателей.

## **НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:**

### **СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА И СОПРОВОЖДЕНИЕ**

Каждому человеку важно стремиться к самостоятельности. Трудные обстоятельства и ограниченные возможности не должны препятствовать приобретению жизненных навыков, адаптации, получению психологической, социальной и медицинской поддержки. Уязвимым группам населения необходима помощь в улучшении качества жизни, расширении возможностей, социализации и трудоустройстве.

### **ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ И ВОВЛЕЧЕННОСТИ**

Качество жизни охватывает физическое, психологическое, эмоциональное и социальное здоровье человека, основанное на его восприятии своего места в обществе. Из здоровья, общения и возможности взаимодействия с другими людьми в доступной для каждого среде, спорта и физической культуры, трудовой активности и разнообразного досуга складывается основа для гармоничного развития личности и общества.

### **ПОДДЕРЖКА СЕМЬИ И ПРОФИЛАКТИКА СИРОТСТВА**

Каждый ребенок достоин семьи и счастливого детства. Важно помогать детям-сиротам обретать новые семьи и поддерживать семьи в кризисные периоды, а также адаптировать выпускников социальных учреждений к взрослой жизни.

### **ПОДДЕРЖКА ДОСТУПНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Право на образование есть у каждого человека вне зависимости от его физических и интеллектуальных особенностей. Инклюзивный подход дает максимальные результаты и для учеников с ограниченными возможностями, и для здоровых детей.

### **ПРОСВЕЩЕНИЕ И ИНФОРМИРОВАНИЕ**

Недостаток достоверной информации всегда порождает страхи и домыслы. Качественная доступная среда начинается с информированности и открытости общества к взаимодействию.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 27 апреля 2020 г. — 31 июля 2021 г.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://grant.absolute-help.ru/>

## **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ**

### **Основная группа благополучателей**

- дети до 18 лет с ограниченными возможностями здоровья (физическими и ментальными) и их семьи;
- дети до 18 лет в трудной жизненной ситуации (дети-сироты, приемные дети), выпускники детских домов-интернатов;
- молодые взрослые с ментальными нарушениями, нуждающиеся в социализации и сопровождаемом проживании.

### **Сателлитные группы благополучателей**

Некоммерческие организации, государственные и муниципальные предприятия и учреждения, зарегистрированные на территории Российской Федерации.

### **Стейкхолдеры программы**

Специалисты и профессиональные сообщества социальной, медицинской и образовательной и других сфер, профильные государственные ведомства, специалисты, волонтерские организации.

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

В рамках Конкурса поддержаны проекты из любых регионов Российской Федерации.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цель**

Способствовать развитию и тиражированию в РФ успешных практик долгосрочной помощи и услуг целевым группам, чтобы обеспечить им получение медицинской помощи, образования, полноценное развитие, равные возможности для успешной самостоятельной жизни и самореализации.

Обеспечить поддержку, сопровождение и улучшение качества жизни молодым взрослым, которые в силу ограничений здоровья не могут жить полностью самостоятельно.

Способствовать распространению информации о проблемах целевых групп для достижения открытости общества к взаимодействию.

### **Задачи**

- поддержка и стимулирование развития всего комплекса необходимых для целевых групп сервисов и услуг на базе НКО и государственных образовательных, социальных и медицинских учреждений;
- оказание долгосрочной междисциплинарной помощи детям с ограниченными возможностями здоровья и их семьям;
- поддержка и развитие института приемных семей, профилактика социального сиротства;

- поддержка программ и проектов, направленных на социализацию и адаптацию выпускников детских домов;
- поддержка и развитие практик инклюзивного образования;
- поддержка программ и проектов, направленных на организацию доступной среды, а также просвещение и информирование общества о проблемах уязвимых групп.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Сотрудники Благотворительного фонда «Абсолют-Помощь» — 7 человек.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Общий объем финансирования в рамках настоящего Конкурса составляет 300 000 000 (Триста миллионов) рублей. Собственные средства.

На соискание гранта «Абсолют-Помощь» были поданы рекордные 555 заявок. Победителями стали 97 проектов некоммерческих организаций.

Социальные результаты:

- повышение качества жизни и вовлеченности целевых групп Конкурса в результате содействия распространению и тиражированию успешных методик;
- интеграция детей и молодых людей с ограниченными возможностями в общество, их успешная самореализация во взрослой жизни возрастет;
- информированность общества, органов власти, СМИ о проблемах целевых групп Конкурса и путях их решения.





## Номинация

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

**Партнер номинации:**

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

---

**Константин Войцехович,**

Советник Регионального офиса

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

Номинация ЮНЭЙДС и ООН в России «Лучшая программа, способствующая реализации ЦУР по обеспечению здоровья, здорового образа жизни и благополучия человека в интересах устойчивого развития» продолжает динамично развиваться и ведет к появлению новых многочисленных общественно-значимых и результативных проектов в сфере устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности.

Безусловно, главная заслуга в этом и самих компаний-номинантов, и, конечно, организаторов и партнеров конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности», Ассоциации донорских и благотворительных организаций «Форум Доноров». Их вклад в работу по содействию реализации Целей Устойчивого Развития (ЦУР) Объединенных Наций в Российской Федерации трудно переоценить.

Работа в этом году была существенно осложнена глобальной пандемией коронавирусной инфекции COVID-19, серьезно затронувшей Россию, и связанными с ней санитарно-эпидемиологическими ограничениями. Тем не менее целый ряд номинированных проектов был успешно перенастроен и адаптирован к текущей ситуации, дополнен мероприятиями, учитывающими необходимость профилактики коронавирусной инфекции. Столь оперативная реакция недвусмысленно свидетельствует о том, что проекты, реализуемые в сфере номинации ООН в России, обретают все большую устойчивость и все более гибкую систему управления, а, следовательно, все большую эффективность в плане достижения намеченных результатов.



Working together in HIV

## I место

Программа поддержки проектов сообщества людей, живущих с ВИЧ в России.

АО «ГлассоСмитКляйн Трейдинг»

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

поддержка здравоохранения

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** январь 2019 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://ru.gsk.com/ru-ru/responsibility/hiv-ngo-support-programs/>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

Основная группа благополучателей — люди, живущие с ВИЧ (ЛЖВ).

К дополнительным группам благополучателей можно отнести близкое окружение ЛЖВ, а также сотрудников системы здравоохранения, некоммерческих организаций, вовлеченных в оказание помощи и поддержки людям, живущим с ВИЧ.

К внутренним стейкхолдерам программы относятся: руководство, благотворительный комитет, сотрудники АО «ГлассоСмитКляйн Трейдинг», а также компании ViiV Healthcare.

К внешним стейкхолдерам программы относятся: сообщество людей, живущих с ВИЧ; медицинские, социальные и некоммерческие организации, работающие в сфере ВИЧ.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация. Поскольку программа построена по принципу открытого конкурса проектов, любая зарегистрированная в России организация, отвечающая базовым критериям, может подать заявку на участие в конкурсе. Отсутствие географического ограничения позволяет поддерживать проекты, наиболее полно отвечающие условиям программы, там, где есть серьезный недостаток ресурсов для помощи ЛЖВ.

Вместе с тем, поскольку на глобальном уровне компания ViiV Healthcare поддерживает «Инициативу для ускорения действий в больших городах: покончить с эпидемией СПИДа» (FastTrackCities), особое внимание в рамках российской программы уделялось проектам в Екатеринбурге — первом из городов России, подписавшем 1 декабря 2018 г. Парижскую декларацию по ускорению действий в борьбе с ВИЧ/СПИД в больших городах.

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Начиная программу, компания видела ее предназначение в том, чтобы способствовать повышению качества жизни ЛЖВ и снижению стигмы и дискриминации в отношении ЛЖВ. Эта миссия реализуется через поддержку проектов сообщества

людей, живущих с ВИЧ (ЛЖВ) в России. Программа предполагает выделение целевого финансирования (благотворительное пожертвование) для проектов сообщества ЛЖВ, ставящих перед собой следующие задачи: повышение информированности и уровня знаний по вопросам жизни с ВИЧ, лечения и приверженности терапии ВИЧ-инфекции; повышение приверженности лечению ВИЧ-инфекции и диспансерному наблюдению; развитие системы «равного» обучения и взаимопомощи; снижение стигмы и дискриминации в отношении ЛЖВ; повышение качества жизни ЛЖВ.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

Планирование программы, определение ее направлений проходило с учетом приоритетов национальных партнеров компании, в том числе профильных федеральных органов исполнительной власти, сообщества ЛЖВ, ведущих экспертов в области ВИЧ. Всего в реализацию программы с 2019 года вовлечены 26 негосударственных некоммерческих организаций, созданных на базе сообщества и оказывающих помощь и поддержку людям, живущим с ВИЧ.

Программа инициирована и выполняется Департаментом коммуникаций и правительственных связей АО «ГлаксосмитКляйн Трейдинг», сотрудники которого имеют многолетний опыт разработки, реализации и оценки межсекторных проектов в сфере ВИЧ, что позволяет им оказывать информационно-консультационную поддержку организациям — участникам программы. Благодаря вкладу команды штаб-квартиры ViiV Healthcare была достигнута согласованность дизайна, критериев российской программы с глобальной корпоративной социальной инициативой «Positive Action».

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Среди благополучателей программы, получивших услуги с начала реализации мероприятий в регионах в июне 2019 г. и по настоящее время:

- более 200 детей и подростков, живущих с ВИЧ, и свыше 220 их родителей и законных опекунов;
- 1458 ВИЧ-положительных женщин;
- 975 ЛЖВ, находящихся в учреждениях уголовно-исполнительной системы;
- 1644 ЛЖВ, имеющих опыт употребления наркотиков.

Обучение в «школах пациентов» прошли 1167 ЛЖВ, 1171 человек участвовали в группах взаимопомощи; «равные» консультанты провели свыше 5800 сессий, в том числе 2000 для женщин, живущих с ВИЧ; 702 человека получили услуги социального сопровождения. Более 230 работников системы здравоохранения и учреждений исполнения наказаний участвовали в семинарах и тренингах по повышению навыков эффективного консультирования по ВИЧ, коммуникации, снижению стигмы и дискриминации в отношении людей, живущих с ВИЧ; не менее 190 представителей сообщества ЛЖВ, включая женщин, были обучены «равному» консультированию.

Проводимая участниками программы оценка изменения знаний и поведения конечных благополучателей, их отношения к собственному здоровью позволяет

говорить о вкладе программы в улучшение информированности ЛЖВ, их семей и близкого окружения по вопросам жизни с ВИЧ-инфекцией, формирование и поддержку устойчивой приверженности терапии ВИЧ и диспансерному наблюдению, в том числе у ВИЧ-положительных людей, употребляющих наркотики, увеличение числа ЛЖВ, обратившихся за помощью и лечением ВИЧ и сопутствующих заболеваний. Это в свою очередь способствует повышению качества жизни ЛЖВ, снижению рисков прогрессирования заболевания и дальнейшей передачи инфекции, и как следствие улучшению контроля за распространением ВИЧ.



## II место

«Трамплин» — проект наставничества для подростков с ВИЧ, находящихся в трудной жизненной ситуации.

ООО «Джонсон и Джонсон» / «Янссен», подразделение фармацевтических товаров ООО «Джонсон & Джонсон»

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Люди, живущие с ВИЧ (ЛЖВ)

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2018 — 2021 гг.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://childrenplus.ru/tramplin>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

Подростки — подопечные Благотворительного фонда «Помощь детям, затронутым эпидемией ВИЧ-инфекции «Дети плюс».

#### Сателлитные группы благополучателей

Опекуны и родственники подростков, живущих с ВИЧ; ВИЧ-позитивные взрослые — наставники в рамках проекта.

#### Стейкхолдеры программы

Сообщество людей, живущих с ВИЧ.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Москва, Московская область, Санкт Петербург, Новосибирск

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

### Цель

Создание условий для успешной социализации подростков, рожденных с ВИЧ, посредством развития системы наставничества.

### Задачи

Текущие задачи проекта:

1. Обучение команды проекта в Новосибирске;
2. Продолжение поддержки группы наставников 2018 и 2019 гг. в Москве;
3. Подбор подростков, которым необходим наставник;
4. Работа с семьей подростка;
5. Подбор и обучение наставника для конкретного подростка;
6. Составление пар «подросток — наставник»;
7. Включение подростков в клубную работу для подростков с ВИЧ;
8. Организация совместных поездок, экскурсий и мероприятий;
9. Контроль за эмоциональным состоянием подростка и наставника;
10. Повышение квалификации наставников;
11. Контроль за реализацией проекта в Новосибирске.

### Партнеры

- Благотворительный фонд «Помощь детям, затронутым эпидемией ВИЧ-инфекции «Дети плюс»;
- Компания «Джонсон и Джонсон»;
- Московский областной центр по профилактике и борьбе со СПИДом и инфекционными заболеваниями;
- 2-я инфекционная больница г.Москвы.

В Новосибирске: ООО «Остров», Центр профилактики и борьбы со СПИД Новосибирска (психолог центра в проекте).

В Санкт-Петербурге: Центр профилактики и борьбы со СПИД (психолог центра), соглашения с детскими учреждениями для детей-сирот: центром содействия семейному воспитанию №6, №8.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Общий бюджет проекта за 2018–2019 гг.: 2 290 566,8 руб (поддержка ООО «Джонсон и Джонсон» составила 800 000 руб).

### Результаты в Московском регионе на начало 2020 г.

- подростки расширили круг своего общения по теме ВИЧ, могут комфортно говорить на эту тему с наставником. Оценка — анализ журнала встреч;
- подростки улучшили свои знания и навыки по теме ВИЧ-инфекции и АРВ терапии. Оценка — анкетирование подростков на знания;
- подростки улучшили свое отношение к заболеванию. Оценка — анкетирование подростков на знания;

- у подростков появился значимый взрослый, который вызывает доверие и поддерживает в сложной ситуации. Оценка — интервьюирование подростков об отношении к наставнику и экспертное заключение психолога.

Проект «Трамплин» существует с 2018 года. На данный момент не представляется возможным оценить долгосрочные результаты. Однако положительная динамика в парах и достижение описанных выше социальных результатов дают основание предполагать, что цель проекта по созданию условий для успешной социализации ВИЧ+ подростков будет достигнута. Также отмечается, что работа с участниками проекта «Трамплин» позволят сохранить здоровье молодежи.



### III место

Комплексная программа компании «Сахалин Энерджи» по охране здоровья персонала и населения и ее вклад в реализацию ЦУР.

«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»

#### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Создание условий труда, позволяющих сохранить здоровье персонала компании и подрядных организаций в процессе трудовой деятельности.

Поддержка системы здравоохранения Сахалинской области.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** на постоянной основе, мероприятия в связи с коронавирусной инфекцией — с 2020 г.

**САЙТ ПРОЕКТА:** [www.sakhalinenergy.ru](http://www.sakhalinenergy.ru)

#### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

##### Основная группа благополучателей

- сотрудники компании, члены их семей;
- персонал подрядных организаций (на производственных объектах);
- учреждения здравоохранения Сахалинской области;
- население Сахалинской области.

##### Сателлитные группы благополучателей

- население Сахалинской области;
- учреждения здравоохранения Сахалинской области;
- медицинские страховые компании.

## **Стейкхолдеры программы**

- руководство «Сахалин Энерджи»;
- сотрудники «Сахалин Энерджи» и члены их семей;
- сотрудники подрядных организаций и члены их семей;
- акционеры «Сахалин Энерджи»;
- кредиторы «Сахалин Энерджи»;
- органы государственной власти (Управление Роспотребнадзора по Сахалинской области, министерство здравоохранения Сахалинской области и др.);
- население Сахалинской области;
- подрядные организации по оказанию медицинских услуг;
- учреждения здравоохранения Сахалинской области;
- медицинские страховые компании;
- НКО;
- СМИ.

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

Сахалинская область, г. Москва.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цели**

- привлечение к работе персонала, годного по медицинским показаниям к выполнению работ по конкретной специальности;
- недопущение развития профессиональных заболеваний;
- поддержка здорового образа жизни работников;
- обеспечение добровольного медицинского страхования;
- обеспечение готовности к экстренному медицинскому реагированию;
- создание необходимых условий для максимального снижения риска проникновения коронавирусной инфекции на объекты, заражения сотрудников компании и подрядных организаций и, таким образом, населения региона;
- обеспечение выполнения требований федеральных и областных государственных органов (в т.ч. законодательных санитарно-эпидемических и пр.);
- внесение вклад в минимизацию неблагоприятных последствий пандемии коронавируса на территории присутствия компании.

### **Задачи**

- организовать на всех объектах медицинские пункты в соответствии с требованиями законодательства РФ;
- проводить оценку наличия вредных производственных факторов, определение экспозиции (оценка дозы), оценку рисков для здоровья, внедрять корректирующие меры для минимизации воздействия для уменьшения риска профессиональных заболеваний;

- проводить регулярную оценку риска развития сердечно-сосудистых заболеваний (ССЗ), индекса массы тела. Проводить профилактические мероприятия для снижения риска ССЗ;
- поддерживать на регулярной основе возможность для работников занятий физкультурой и спортом, здорового питания, внедрять меры по профилактике стресса, употребления табака, алкоголя и наркотиков, СПИД/ ВИЧ, разработать и реализовывать планы по управлению усталостью на рабочем месте;
- обеспечивать конкурентоспособность компенсационно-социального пакета, включая добровольное медицинское страхование, с целью привлечения и удержания квалифицированного и перспективного персонала;
- разработать и внедрить процедуры и планы экстренного медицинского реагирования на случай экстренных медицинских ситуаций;
- разработать и реализовать меры предупреждения распространения инфекции на объектах компании и действий в случае заражения сотрудников и проникновения инфекции на объекты компании;
- распространить санитарно-эпидемиологические и иные требования среди подрядчиков и обеспечить поддержку при их внедрении в подрядных организациях;
- разработать и реализовать дополнительные меры и проекты в области здравоохранения в рамках благотворительной деятельности компании для борьбы с коронавирусной инфекцией, ее профилактики и смягчения последствий в регионе присутствия.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

- персонал компании, ответственный за вопросы охраны здоровья (сектор охраны здоровья и гигиены труда), — 7 человек;
- персонал подрядной организации, ответственный за вопросы охраны здоровья на производственных объектах, — 43 человека.

### **Партнеры**

- Страховая компания АО «СОГАЗ»;
- органы государственной власти Российской Федерации и Сахалинской области в области охраны здоровья и гигиены труда;
- некоммерческие организации и учреждения сферы здравоохранения и социальной защиты;
- учреждения здравоохранения.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Финансовые ресурсы: более 28 млн рублей в рамках проекта «Профилактика и лечение» — инициативы компании, направленной на поддержку учреждений здравоохранения Сахалинской области.

Не раскрываются затраты на реализацию программ по охране здоровья персонала.



По состоянию на 2019–2020 год:

- 99,9% работников компании, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и/или опасными условиями труда, прошли обязательный периодический медицинский осмотр;
- в 2019 г. 99,9% работников компании прошли обязательный периодический медицинский осмотр. Диспансерными осмотрами охвачено более 77% офисных работников;
- 100% наличия требуемых медицинских пунктов на производственных объектах (включая наличие стационара в случае необходимости);
- 100% укомплектованность медицинским персоналом на всех производственных объектах;
- 100% медицинского обеспечения производственных объектов, в т.ч. для экстренного медицинского реагирования (оборудование, медикаменты, аптечки первой помощи и пр.);
- 100% наличия транспорта для медицинской эвакуации;
- в 2019 г. подготовку по оказанию первой помощи прошли 433 человека из числа сотрудников «Сахалин Энерджи» и подрядчиков;
- в 2020 г. (по состоянию на конец сентября) оказана поддержка системе здравоохранения Сахалинской области на сумму более 28 млн рублей;
- для всех производственных объектов произведена оценка рисков здоровью персонала;
- для всех производственных объектов разработаны руководства по экстренному медицинскому реагированию;
- медицинский персонал участвовал во всех запланированных учениях и тренингах, в 2020 г. проведены дополнительные обучающие мероприятия по мерам, связанным с эпидемической ситуацией;
- выполнены требования региональных и федеральных органов власти к организации и проведению 14-дневной обсервации сотрудников в связи с эпидемической ситуацией;
- обеспечено медицинское сопровождение сотрудников на весь период пребывания в ПВП (проведение термометрии, опроса, осмотра, тестирования, при необходимости компьютерной томографии легких);
- на каждом объекте были разработаны схемы реагирования и информирования на случай выявления коронавирусной инфекции;
- проведена инвентаризация снабжения медицинским оборудованием, медикаментами и расходными медицинскими изделиями, организована доставка всего необходимого медицинского оборудования, материалов и лекарственных препаратов с учетом создания запаса не менее чем на три месяца автономной работы;
- на объектах было проведено обучение медицинских работников с использованием дистанционных каналов связи (вебинары);
- начиная с февраля 2020 г. на всех объектах компании внедрена термометрия: каждому сотруднику на входе (проходной) бесконтактно измерялась температура.

#### Социальные результаты:

- частота регистрируемых профессиональных заболеваний оставалась на низком уровне (компания и подрядчики);
- эпидемический порог по сезонным заболеваниям не был превышен ни на одном из производственных объектов «Сахалин Энерджи»;
- в течение периода эксплуатации ПВП производственные объекты компании сохраняли статус «стерильных». Благодаря командной работе, эффективному и оперативному взаимодействию с региональными органами государственной власти и при поддержке федеральных органов власти и акционеров компании на объектах «Сахалин Энерджи» не было зарегистрировано ни одного случая коронавирусной инфекции;
- созданы все необходимые условия для оказания своевременной и эффективной медицинской помощи;
- четыре учреждения здравоохранения в г. Южно-Сахалинске, г. Корсакове и пгт Ноглики оснащены необходимым медицинским оборудованием и расходными материалами — созданы условия для оказания своевременной и эффективной медицинской помощи населению региона присутствия компании;
- выстроено эффективное взаимодействие с органами государственной власти в рамках борьбы с COVID-19, что позволило компании оперативно реагировать на вводимые в РФ и Сахалинской области ограничения.



## Номинация

«Лучшая программа (проект), использующая информационные технологии для достижения Целей Устойчивого Развития»

### Партнер номинации:

**Ассоциация предприятий компьютерных  
и информационных технологий (АПКИТ)**

**Какие программы (проекты) рассматриваются:** программы (проекты) в области культуры и искусства, а также сохранения и популяризации объектов культурного наследия народов Российской Федерации.

**Приоритет:** актуальность проекта (программы), разработка с учетом ответственности одному или нескольким приоритетным направлениям Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года, четкая формулировка цели и задач, оценка эффективности.

---

Николай Комлев,

Директор Ассоциации предприятий компьютерных и информационных технологий (АПКИТ), председатель Совета ТПП РФ по развитию цифровой экономики

Инкорпорирование технологий и волонтерских программ позволяет бизнесу добиться долгосрочного социального эффекта от своей благотворительной деятельности. Другими словами, очень хорошо, когда людям удается объединять передовые технологии (типа нейронных сетей, дронов, анализа больших данных, роботов и др.) и живую работу энтузиастов, неравнодушных, активных людей. Представленные заявки также показывают, что компании увязывают свою благотворительную деятельность со стратегической — с корпоративными и бизнес-стратегиями. Это необходимый в современном мире баланс интересов компаний и общества, которому предоставляется доступ к знаниям и навыкам. На мой взгляд, важно, что все отобранные проекты не ограничиваются рамками Садового кольца, рамками столицы. Доступность этих проектов в регионах очень существенна.



**Билайн®**

## I место

«Beeline AI — Поиск людей» — искусственный интеллект на основе нейросети для сортировки фото, полученных с беспилотных летательных аппаратов в местах поиска пропавших людей волонтерами поисково-спасательного отряда «ЛизаАлерт» ПАО «ВымпелКом» (бренд Билайн)

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

поиск пропавших людей

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** бессрочный

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://www.formula-hd.ru/projects/culture/>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

ПСО «ЛизаАлерт». С помощью этой технологии выигрывает время на поиск людей, грамотно распределяет ресурсы для поиска, направляя команды поисковиков только туда, где это действительно нужно.

#### Сателлитные группы благополучателей

Потерявшиеся люди и их семьи. Повышается вероятность скорейшего нахождения пропавшего человека.

#### Стейкхолдеры программы:

- сотрудники компании;
- клиенты, партнеры, конкуренты, кредиторы и т.п.;
- благополучатели;
- представители власти;
- местные сообщества;
- СМИ.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Все территории, где для поиска людей применяются дроны.

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

#### Цель

Цель «Beeline AI — Поиск людей» — сократить время на анализ, просмотр и сортировку полученных снимков, отсортировать неинформативные снимки и сконцентрировать внимание поисковиков на тех, где потенциально могут быть признаки присутствия потерявшегося: сам человек, элементы его одежды, экипировки и т.д.

## **Задачи**

Создание экосистемы «ЛизаАлерт» из следующих элементов:

1. Приложение для операторов квадрокоптера: устанавливается на обычные ноутбуки, участвующие в поиске. Имеет встроенную нейросеть, работающую в фоновом режиме. Первоочередной задачей является сканирование фотографий и информирование о найденных объектах с указанием координат. Помогает оператору быстрее менять направление поиска после ручной верификации данных. При наличии Интернета отправляет фотографии в облако.

2. Облако: развернуто в дата-центре Билайна. Отвечает за распределение фотографий, полученных в процессе поисков, среди волонтеров, хранение изображений. Имеет собственную нейросеть для распознавания изображений и управление приоритизации (если на фотографиях есть люди, то они будут отправляться волонтерам первыми для верификации).

3. Приложение для волонтеров: устанавливается на любое оборудование. Позволяет просматривать фотографии, верифицировать результаты работы нейросети, размечать фотографии для ее дальнейшего обучения.

С точки зрения нейросетей планируется развитие обеих версий параллельно. Десктопная из-за ограничений конфигурации ноутбуков будет иметь среднее качество распознавания и скорость работы (2–3 секунды на одно изображение). Облачная версия будет иметь высокое качество и обрабатывать одну картинку за 0,1–0,2 мс.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Со стороны Билайн над проектом работают 7 человек.

### **Партнеры**

ПСО «ЛизаАлерт»

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Благодаря «Beeline AI — Поиск людей» время на анализ 1 фотоизображения занимает 2–3 секунды, что позволяет сократить процесс сортировки всего контента до 1–2,5 часов в зависимости от количества фотографий. Новая технология позволяет волонтерам «ЛизаАлерт» в 2,5 раза сократить время на просмотр и сортировку полученных снимков. В дальнейшем технология будет совершенствоваться и адаптироваться к специфике поиска пропавших людей.

Качественный результат — повышение эффективности поисковых мероприятий.

1. Использование решения позволяет волонтерам в разы сократить время на просмотр и сортировку полученных снимков.

2. Помимо экономии времени на обработку фотоснимков, оптимизируется работа волонтеров, которые могут быть заняты в процессе. Таким образом, поисково-спасательный отряд может параллельно с поиском в нейросети заниматься другими задачами благодаря внедренному решению.

3. Сортировка «пустых» и неинформативных фотографий, на которых точно нет человека или атрибутов, указывающих, что в этом месте был человек, позволяет группе анализа сразу сосредоточиться на потенциально результативных снимках.

4. Кроме того, нейросеть позволяет выстраивать стратегии поисков, сосредотачиваясь на поиске на воде или в поле, лесу. Это достигается за счет того, что первичная задача — рекогносцировка местности.



АКЦИОНЕРНАЯ ФИНАНСОВАЯ КОРПОРАЦИЯ

**СИСТЕМА**

## I место

Проект «Одиссея» — первая исследовательская инициатива в России, направленная на разработку технологий эффективного поиска и спасения людей, пропавших в природной среде

ПАО «АФК «Система»

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Поиск пропавших людей.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** июль 2018 — ноябрь 2019 г.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://odyssey.community>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

- представители технологического сообщества (инженеры, разработчики, студенты технических вузов, сотрудники технологических компаний);
- добровольческое движение спасателей, осуществляющих поиски пропавших.

#### Сателлитные группы благополучателей

Пропавшие люди, волонтеры поисково-спасательных отрядов.

#### Стейкхолдеры программы

Представители крупного бизнеса и представители органов власти.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

#### Цель

Цель — объединить энтузиастов из разных отраслей (в частности, объединить компетенции представителей добровольческого движения и экспертизу представителей технологического сообщества) для эффективного поиска пропавших в лесу.

## **Задачи**

1. Создание условий для появления новых технологичных решений, которые станут ответом на социальные вызовы.
2. Подготовка специалистов нового поколения для цифровой экономики.
3. Популяризация современных технологий среди широкой аудитории и повышение уровня технологической грамотности в обществе.
4. Развитие технологий для решения актуальных социальных проблем.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Команда проекта — сотрудники благотворительного фонда «Система», более 50 экспертов из числа профессионального сообщества и Компаний — Активов АФК «Система».

### **Партнеры**

<https://www.odyssey.community> (см. раздел Совет Конкурса и Эксперты)

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Для участия в проекте было подано 130 заявок от инженерных команд. Более 40 команд в рамках проекта при активном экспертном участии крупнейших поисково-спасательных отрядов РФ разработали технологии, которые должны искать пропавшего человека в самых сложных условиях.

Призовой фонд Конкурса составил 75 млн рублей. Часть этих средств была распределена между командами в виде грантового финансирования.

С ноября 2019 г. технологии, созданные финалистами конкурса «Одиссея», используются крупнейшим в России поисково-спасательным отрядом «ЛизаАлерт», спасателями «РОССОЮЗСПАС» в Якутии и Ленинградской области и противопожарным отделом Greenpeace России.

При поддержке Якутского технопарка поисково-спасательные маяки команды «Находка» будут доведены до промышленного производства. Благодаря разработке команды «Находка» удалось спасти шесть человек в Якутии.

Участники научно-технического совета спасательных ведомств пяти стран СНГ отметили социальную значимость проекта «Одиссея».

Проект объединил более 1000 энтузиастов из числа ученых, предпринимателей, студентов, инженеров, разработчиков, представителей органов власти и добровольческого движения для удовлетворения социального запроса на разработку поисково-спасательных технологий нового поколения.

Проект «Одиссея» вызвал новую волну интереса со стороны крупного бизнеса и общественности к проблеме поиска пропавших в России. Эту тему стали активно освещать федеральные и региональные СМИ.



## II место

Поддержка Федерального инновационного образовательного  
Проекта госпитальных школ России «УчимЗнаем»

ООО «Самсунг Электроникс Рус Компани»

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:** образование/медицина

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2014 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <http://uchimznaem.ru>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

Проект «УчимЗнаем» предполагает создание **новой модели обучения детей (полноценной школы)** в стационарах медучреждений, учитывающей целый комплекс организационно-правовых аспектов такой деятельности, а также особенности работы с детьми на длительном лечении. Это пример проекта, в рамках которого объединены усилия ряда партнеров и многих талантливых людей, консолидирующих ресурсы образовательных и медицинских организаций, а также возможности со стороны государственного и частного секторов на благо детей.

Учредителем проекта выступает ГБОУ г. Москвы «Школа №109» («Школа Ямбурга», директор — академик РАО, доктор педагогических наук Е.Ш. Ямбург).

Поддержку проекту оказывают:

- Министерство просвещения РФ,
- Министерство здравоохранения РФ,
- Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки,
- Уполномоченный при президенте РФ по правам ребенка.

Партнером проекта со времени его зарождения выступает компания Samsung Electronics. В рамках международной корпоративной инициативы «Надежду — детям» компания предоставляет необходимое для образовательных целей оборудование (планшеты и электронные доски, оборудование, необходимое для создание инфраструктуры учебных классов).

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Проект реализуется с 2014 года. В качестве партнера компания Samsung оборудовала учебные классы в помещениях г. Москвы (дисплеи, планшеты и другое):

- Национальный медицинский исследовательский центр детской гематологии, онкологии и иммунологии имени Дмитрия Рогачева,
- РДКБ ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России,
- ГБУЗ г. Москвы «Морозовская детская городская клиническая больница Департамента здравоохранения города Москвы»,
- ФГБУ «Национальный медицинский исследовательский центр онкологии им. Н.Н. Блохина» Минздрава России.



В 2015 году по итогам Всероссийского правительственного совещания по проблеме обучения детей, находящихся на длительном клиническом лечении в медицинских учреждениях, было принято решение о расширении географии проекта.

На сегодняшний день созданы полноценные и современные образовательные среды в детских стационарах 25 субъектов РФ (более 40 площадок) от Владивостока до Калининграда. При этом важно отметить, что в Федеральном научно-клиническом центре детской гематологии, онкологии и иммунологии имени Дмитрия Рогачева и РДКБ ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России лечение проходят дети, приезжающие в Москву со всей России. Так, например, в течение года обучение в школе под эгидой проекта «УчимЗнаем» получают 3000 детей из всех субъектов РФ. Обучение осуществляется на основе индивидуальных учебных планов и программ обучения. Таким образом, охват проекта выходит далеко за пределы указанных регионов его реализации.

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

**Проект «УчимЗнаем» нацелен** на создание полноценной образовательной среды в детских больницах для детей, находящихся на длительном лечении и в силу этого изолированных от обучения в обычных школах.

**Задача проекта «УчимЗнаем»** — способствовать реализации гарантированного права ребенка на получение качественного и доступного образования в условиях длительного лечения и отсутствия возможности посещать обычную школу или детский сад.

**Миссия проекта** — обеспечить условия для реализации конституционного права на образование несовершеннолетних граждан Российской Федерации, находящихся на длительном лечении в стационарах медицинских учреждений, посредством создания интегрированной образовательной среды для детей с ограниченными возможностями здоровья как среды для реализации неограниченных возможностей личности и полноценной медико-социальной реабилитации болеющих детей совместно с членами их семей.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

- ГБОУ г. Москвы «Школа №109»;
- Национальный медицинский исследовательский центр детской гематологии, онкологии и иммунологии имени Дмитрия Рогачева;
- РДКБ ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России;
- ГБУЗ г. Москвы «Морозовская детская городская клиническая больница Департамента здравоохранения города Москвы»;
- ФГБУ «Национальный медицинский исследовательский центр онкологии им. Н.Н. Блохина» Минздрава России.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

С момента запуска Проекта были созданы полноценные и современные образовательные среды в детских стационарах 25 субъектов РФ (более 40 площадок) от Владивостока до Калининграда. Благодаря современному оборудованию ежегодно на площадках Проекта имеют доступ к полноценному и качественному образованию более 30 000 детей, находящихся на длительном и тяжелом лечении в стационарах Российской Федерации. Ученики госпитальных школ «УчимЗнаем — Заботливая школа» не только осваивают основные образовательные программы, но и являются участниками, победителями олимпиад, конкурсов, успешно сдают государственные экзамены и поступают в высшие учебные заведения.

Особую роль поддержка компании Samsung сыграла в условиях «двойной» изоляции, когда ученики и педагоги были вынуждены взаимодействовать только посредством информационно-коммуникационных средств обучения.

Важное место в работе госпитальных школ занимают совместные интегрированные межрегиональные уроки и мероприятия: с помощью электронных панелей Samsung проводятся совместные занятия с детьми из разных городов, чтобы они чувствовали себя вовлеченными в большое общее дело, проявляли себя и чаще испытывали ощущения успеха и реализации своих целей, находились в социальном взаимодействии, а не оставались замкнутыми в стенах больницы наедине с тяжелой жизненной ситуацией своей семьи.

В рамках поддержки Проекта «УчимЗнаем» были проведены три Всероссийские конференции с международным участием лучших специалистов в области госпитальной педагогики и социальной реабилитации детей, находящихся на длительном лечении, и их семей. При поддержке компании Samsung участниками этих конференций стали более 3000 педагогов и других специалистов в области образования. Модель госпитальной школы и образовательная среда, которую мы создали на наших площадках совместно с компанией Samsung, были признаны лучшей образовательной практикой госпитальной школы. Например, во время World Education Week 2020 госпитальная школа «УчимЗнаем» была выбрана из 10000 образовательных учреждений и вошла в 100 школ, которые представили свой опыт 5–9 октября 2020 года в рамках Всемирной образовательной выставки.

Государство поддерживает Проект «УчимЗнаем». В 2019 году Министерством здравоохранения РФ и Министерством просвещения РФ был выпущен первый совместный в истории современной России нормативно-правовой документ «Методические рекомендации об организации обучения детей, которые находятся на длительном лечении и не могут по состоянию здоровья посещать образовательные организации» на основе опыта и участия Проекта «УчимЗнаем».

Подводя итоги, отметим, что в рамках проекта «УчимЗнаем» была проделана большая работа по разработке и внедрению эффективной системы организации образовательной деятельности в стационарах медицинских учреждений для детей, находящихся на длительном лечении:

1. Разработаны учебные планы, которые отражают в полном объеме Федеральные государственные образовательные стандарты общего образования в очно-заочной форме обучения в стационарах медицинских учреждений.

2. Создана организационно-управленческая модель реализации проекта.

3. Получена поддержка федеральных и региональных министерств образования и здравоохранения, иных ведомств.

4. Объединены усилия партнеров, обеспечивающих организационную поддержку.

5. Сформирована учебная среда в условиях стационаров медицинских учреждений, которая предполагает обучение по общеобразовательной программе и программам дополнительного образования с полной ориентацией на индивидуальные потребности и возможности ребенка.

6. Внедрено широкое использование цифровых технологий, предоставленных компанией Samsung, позволяющих реализовывать различные форматы обучения как индивидуально, так в группах и снимающих ограничения, связанные с санитарными нормами (невозможность использовать печатные книги и материалы).

7. Отработана модель проведения государственной итоговой аттестации учащихся (в 9 классе, в 11 классе) в условиях стационара медицинской организации. Эта практика нашла понимание в Федеральной службе по надзору в сфере образования и науки и отражена в соответствующих федеральных нормативно-правовых актах.

В целом создана среда развития ребенка и семейной реабилитации, учитывающая психофизическое состояние и состояние здоровья пациента и вместе с тем формирующая стимулы к его выздоровлению, — среда, создающая возможность личностного роста и успешной социализации.



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## Номинация

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

**Партнер номинации:**

**Министерство культуры Российской Федерации**

**Какие программы (проекты) рассматриваются:** программы (проекты) в области культуры и искусства, а также сохранения и популяризации объектов культурного наследия народов Российской Федерации.

**Приоритет:** актуальность проекта (программы), разработка с учетом ответа одному или нескольким приоритетным направлениям Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года, четкая формулировка цели и задач, оценка эффективности.

---

Гуськова Мария,

Генеральный директор ФГБУК «Центр культурных стратегий и проектного управления»

Президент России Владимир Путин подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». В тексте документа отмечается, что к 2030 году число посещений культурных мероприятий должно увеличиться в три раза по сравнению с показателями 2019 года. В этой связи особенно важно видеть активное участие бизнеса в проектах по поддержке театров, музеев, различных культурно-массовых мероприятий. По этой причине Министерство культуры Российской Федерации решило поддержать номинацию в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности».

В современном мире компании проводят непрерывную работу по развитию культурных институтов в малых городах и поселениях, сохраняя наследие и культурное разнообразие коренных малочисленных народов.

На данный момент это уникальная возможность познакомиться с культурными программами российских бизнес-компаний и актуальными решениями проблем в области сохранения культурного наследия Российской Федерации.

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:**

Программа направлена на стимулирование развития культуры и внедрения инновационных форматов работы учреждений культуры в городах реализации программы социальных инвестиций СИБУРа «Формула хороших дел». Направления для поддержки:

- театральное,
- музейное,
- книжно-библиотечное (пилотно с 2020 года).

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2017–2020 гг.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://www.formula-hd.ru/projects/culture/>

**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ****Основная группа благополучателей**

- Сотрудники и руководители учреждений культуры как первичная аудитория, изначально вовлеченная в процесс. Акцент делается на руководителей учреждений (как лицах, принимающих решение) и на руководителях отдельных направлений, отвечающих за развитие новых проектов. Масштабы:
  - 31 музей (фактическое количество музеев — более 80, но в ряде городов многие из них входят в состав крупных объединений и представляют одно юридическое лицо),
  - 27 библиотек,
  - 34 театра,
  - 59 других учреждений — Домов и Дворцов культуры, творческих объединений и пр.
- Педагоги творческих кружков, секций и других учреждений дополнительного образования: для них предусмотрены отдельные мероприятия по повышению педагогического мастерства и ознакомлению с инновационными форматами для последующей передачи ученикам.
- Посетители учреждений культуры: с одной стороны, как зрители и участники мероприятий, с другой стороны — как интересанты активного развития локальных учреждений культуры. Событийная программа строится таким образом, чтобы не просто провести запоминающиеся мероприятия, но и способствовать расширению кругозора аудитории, развитию понимания ею актуальных тенденций и формированию запроса к местным учреждениям культуры.

**Сателлитные группы благополучателей**

- Представители творческих профессий, не являющиеся сотрудниками учреждений культуры: специальные возможности по отбору в федеральные проекты, поддержка создания собственных творческих организаций.

- Сотрудники компании: возможность приоритетного участия в мероприятиях, в том числе в качестве волонтеров.

### **Стейкхолдеры программы**

- Все жители городов присутствия получают возможность участия в значимых культурных мероприятиях, в том числе с выдающимися деятелями культуры, а также в некоторых проектах — возможность стать волонтером на мероприятиях. Дети участвуют в мастер-классах известных артистов и исполнителей.
- Департаменты культуры в городах/регионах — благодаря в том числе поддержке компании — достигают целевых показателей по количеству проведенных мероприятий, зрителей, часов повышения квалификации сотрудников учреждений культуры и пр.
- Органы власти обеспечивают насыщенную событийную и образовательную программу для жителей, что позволяет повышать индекс социальных настроений.
- Предприятия компании в регионах получают дополнительные возможности для выстраивания партнерских отношений и повышения лояльности различных групп заинтересованных сторон, а также для мотивации сотрудников.

### **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

В 2016–2019 гг. основные мероприятия программы проходили в 13 городах реализации программы «Формула хороших дел»:

1. Благовещенск (РБ),
2. Воронеж,
3. Губкинский (ЯНАО),
4. Дзержинск (Нижегородская область),
5. Кстово (Нижегородская область),
6. Муравленко (ЯНАО),
7. Нижневартовск (ХМАО),
8. Ноябрьск (ЯНАО),
9. Нягань (ХМАО),
10. Пермь,
11. Пыть-Ях (ХМАО),
12. Тобольск (Тюменская область),
13. Томск.

При этом в соответствии с бизнес-приоритетами компании ключевым городом в указанный период был Тобольск (Тюменская область), что связано с реализацией в городе приоритетного инвестиционного проекта СИБУРа по строительству ЗапСибНефтехима (ЗСНХ), одного из крупнейших в мире нефтехимических предприятий, и с необходимостью привлечения большого количества уникальных специалистов к участию в запуске предприятия (запуск состоялся в 2020 году).

Так, только в 2015–2018 годах на ЗСНХ было принято более 1600 новых сотрудников из разных городов России, более тысячи из них переехали с семьями.

С учетом бизнес-задач важным аспектом реализации программы в Тобольске стало повышение привлекательности города и его конкурентоспособности в сфере культуры в сравнении с областным центром — Тюменью. В специальных мотивационно-рекламных буклетах для кандидатов в качестве одного из преимуществ отмечалась насыщенная культурная жизнь в городе.

После запуска ЗапСибНефтехима и выполнения основного блока задач по привлечению специалистов приоритет компании будет плавно смещаться в сторону Амурской области, где 18 августа 2020 г. стартовал новый амбициозный инвестиционный проект — строительство Амурского газохимического комплекса близ города Свободный.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цель**

Стимулировать превращение городов присутствия СИБУРа в заметные центры культурной жизни на уровне регионов и страны в целом в соответствии с запросами и ожиданиями заинтересованных сторон, а также с бизнес-приоритетами компании.

### **Задачи**

1. Насыщение культурной жизни в городах присутствия событиями непривычных для регионов форматов: проведение значимых культурных событий.
2. Формирование профессионального культурного сообщества:
  - a. Объединение деятелей культуры, действующих в рамках учреждений и вне их, со зрителями и критиками;
  - b. Образовательная программа для профессионалов, работа с местными СМИ в части критики, просветительские проекты для населения.
3. Содействие формированию культурной идентичности городов:
  - a. Поддержка местных уникальных культурных проектов и продуктов;
  - b. Дополнительное продвижение локальных культурных проектов на региональном и федеральном уровнях;
  - c. Поддержка нового краеведения.
4. Донесение через культурные проекты ключевых сообщений компании на значимые для нее темы. В 2018–2019 гг. такими темами стали охрана окружающей среды, переработка и повторное использование пластика, переход к экономике замкнутого цикла.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Программа социальных инвестиций СИБУРа «Формула хороших дел» реализуется функцией «Обеспечение поддержки бизнеса в регионах присутствия». Команда про-

екта «Инновационные форматы культурных проектов в регионах присутствия СИБУРа» включает четырех человек. По мере необходимости к участию в ключевых мероприятиях присоединяются ответственные сотрудники функции «Обеспечение поддержки бизнеса в регионах присутствия в городах». Корпоративные волонтеры привлекаются при необходимости. Всего в компании почти 4000 корпоративных волонтеров, в мероприятиях в сфере культуры активно участвуют ежегодно от 130 до 200 человек.

## **Партнеры**

Партнерами компании по реализации проекта выступают ключевые федеральные институты культуры. Важным критерием выбора партнера является его соответствие ключевой задаче проекта — способствовать внедрению инновационных культурных практик в регионах.

Театр:

- Государственный театр наций,
- Международный фестиваль-школа «Территория»,
- Московский театр мюзикла.

Музейно-выставочная деятельность:

- Проект NEMOSKVA инициирован в 2017 году как стратегический проект развития современной культуры в российских регионах на период с 2018 по 2022 гг. Его цель: развитие горизонтальных связей, продвижение региональных художников и кураторов, исследование современной ситуации на местах через профессиональный диалог, создание новых возможностей для международного сотрудничества.
- Московский музей дизайна — единственный в России музей, посвященный дизайну.
- Государственный исторический музей — старейший музееведческий центр страны.

Постоянными партнерами компании также являются департаменты культуры в городах и регионах присутствия, а также ведущие учреждения культуры на местах.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Инвестиции компании в проект «Инновационные форматы культурных проектов в регионах присутствия СИБУРа» в период с 2016 по 2019 год составляют ежегодно около 100 000 000 рублей.

Грантовая поддержка локальных инициатив в городах реализации программы «Формула хороших дел» в сфере культуры составила:

2016 год — 16,7 млн руб.

2017 год — 8,4 млн руб.

2018 год — 11,1 млн руб.

2019 год — 26 млн руб.



Показатель	2016	2017	2018	2019	ИТОГО
<b>Грантовая поддержка и результаты грантовых проектов</b>					
Выдано грантов	33	15	18	27	93
Переоборудовано учреждений культуры в современном стиле и с использованием современных мультимедийных/интерактивных технологий	7	3	3	2	15
Создано новых творческих коллективов (детские оркестры, мультипликационные студии, арт-центры и пр.)	3		6	8	17
Театральные фестивали в обновленных форматах			2	3	5
Вовлечение волонтеров из числа жителей			76	60+	130+
<b>Партнерские проекты</b>					
Охвачено городов	11	10	10	14	14
Количество арт-лабораторий современного театра	7	6	3	4	20
Мастер-классы от партнеров для проф. сообщества	2	24	47	44	117
Участники образовательных программ (проф. сообщество)	250+	460+	850+	790+	2350
Создано новых спектаклей	8	6	3	4	21
Количество мероприятий с участием федеральных театров и «звезд»	13	8	15	23	59
Количество зрителей	14 500+	10 000+	17 000+	24 500+	66 000+
Количество слушателей публичных программ («воспитание зрителя»)	350+	900+	2300+	2 660	6200+
Количество волонтеров		120+	170+	160+	450+



## II место

«Культурный код МТС»

ПАО «МТС»

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

сохранение и поддержка уникальных для территорий России культурных ценностей и инициатив: разработка творческих технологий, сохранение памятников культуры, поддержка ремесленных школ, мастеров, поддержка инициативных местных сообществ и движений, а также самобытных региональных мероприятий, выставок, арт-объектов.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** июнь 2018 г. — н.в.

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

- Социальные, культурные, образовательные учреждения регионов;
- Локальные сообщества регионов:
  - Сообщества по интересам (культурные, исторические, досуговые),
  - Волонтерские организации,
  - Городские активисты.

#### Сателлитные группы благополучателей

Широкая общественность, НКО

#### Стейкхолдеры программы

Население территорий, на которых работает МТС, представители власти, партнеры, B2B-клиенты, представители СМИ.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Территориальный охват проекта — 52 региона РФ.

Планирование и распределение приоритетов с точки зрения территорий в рамках проекта осуществляется ежегодно на основе анализа социально-экономической ситуации в каждом отдельном регионе и потребностей заинтересованных сторон, итогов деятельности предыдущих периодов, а также региональной стратегии развития бизнеса МТС.

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

«Культурный код» — всероссийский проект МТС, целями которого являются:

- сохранение и поддержка уникальных для территорий культурных ценностей и инициатив: разработка творческих технологий, сохранение памятников культуры, поддержка ремесленных школ, уникальных мастеров, поддержка культурных инициатив местных сообществ и движений, а также уникальных самобытных региональных мероприятий, выставок, арт-объектов;
- развитие волонтерства в регионах с помощью вовлечения в проект сотрудников компании, партнеров, b2b-клиентов и представителей власти.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

### Команда

В рамках программы создана эффективная система управления, которая включает в себя федеральную команду сотрудников, постоянно занятую в проекте, региональных специалистов по всей России, а также волонтерские движения. В проекте непосредственно задействован топ-менеджмент компании и директора региональных представительств, которые становятся представителями программы. Региональные директора с помощью собственных социальных сетей приглашают волонтеров поучаствовать в мероприятиях, активно откликаются на происходящие в регионе события и являются единой «точкой входа» для инициатив, партнеров, властей.

### Партнеры

Представители культурно-досуговых формирований, с помощью которых были реализованы кейсы в каждом из регионов, волонтерские сообщества и городские активисты, активно участвующие в реализации проекта на каждой из территорий, региональные власти, b2b — партнеры МТС, присоединившиеся к программе.

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

На реализацию программы компания стабильно выделяет бюджет, который формируется на основе комплексного анализа, включающего анализ эффективности расходов прошлого года, цели и KPI проекта на будущий год и другие показатели.

- активностями проекта «Культурный код» охвачено 52 региона России;
- в рамках проекта в 2019 году популяризированы 64 уникальных культурных ценности регионов, что подтверждается широким охватом аудитории проекта:
  - общий охват аудитории на время проведения проекта — более 9 700 000 человек (онлайн и офлайн);
  - о проекте и поддерживаемых им культурным ценностям вышло более 2000 публикаций в СМИ и социальных сетях, более 3000 репостов, в комментариях пользователи социальных сетей делятся положительными отзывами и позитивными эмоциональными откликами на реализуемые проекты;
- в рамках проекта сформировано большое волонтерское движение, объединившее более 3600 человек, в том числе сотрудников МТС и компаний-партнеров, неравнодушных жителей регионов, представителей власти.

### Социальный эффект:

- общественная польза: в 52 регионах страны были сделаны реальные общественно полезные дела — МТС помогала людям, творческим мастерским, ремесленным школам, творческим коллективам, музеям, зоопаркам и т.д.;
- вклад в развитие ГЧП: проект воплотил в жизнь инициативы бизнеса, государства и общества. Активная поддержка органов местной власти показала социальную значимость проекта.



### III место

«Сохранение, развитие и популяризация языкового наследия коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области»

«Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.»

#### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

сохранение нематериального культурного наследия коренных народов Сахалинской области.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2018–2019 гг.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <http://sakhalinenergy.ru/ru/social/programmes/international-year-of-indigenous-languages/>

#### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ ПРОЕКТА

##### Основная группа благополучателей:

- коренные малочисленные народы Севера (КМНС) Сахалинской области;
- учреждения образования и культуры Сахалинской области;
- население Сахалинской области: дошкольники, школьники, взрослые, студенты, пенсионеры и др.;
- некоммерческие организации КМНС;
- коренные малочисленные народы Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ;
- учреждения образования и культуры РФ.

##### Стейкхолдеры проекта:

- старейшины, носители языков КМНС Сахалинской области;
- общественные организации, занимающиеся сохранением, изучением, развитием и популяризацией культуры и традиций КМНС (Региональный совет уполномоченных представителей КМНС Сахалинской области; Южно-сахалинская местная общественная организация «Этнокультурный центр Люди Ых-миф», Ассоциация коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ, Ассоциация музеев Сахалинской области и др.);
- органы государственной власти (ФАДН России, правительство Сахалинской области, министерства образования и культуры Сахалинской области и др.);
- муниципальные администрации районов традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности КМНС Сахалинской области;
- учреждения образования и культуры (Институт народов Севера РГПУ им. А.И. Герцена, МБУК Ногликская районная модельная центральная библиотека им. В.М. Санги, Сахалинский областной музей книги А.П. Чехова, Сахалинский областной художественный музей и др.);
- международные организации (ООН, ЮНЕСКО и др.);
- международные и российские ученые, лингвисты, эксперты;
- СМИ;
- другие заинтересованные стороны.

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

Сахалинская область, включая все районы традиционного проживания КМНС Сахалинской области (г. Южно-Сахалинск, Охинский район, Ногликский район, Тымовский район, Поронайский район, Александровск-Сахалинский район, Смирныховский район, Долинский район, г. Корсаков); г. Москва; г. Нью-Йорк (Постоянный Форум ООН по вопросам коренных народов); г. Женева (Форум ООН по вопросам предпринимательской деятельности и прав человека).

Распространение: все районы Сахалинской области, г. Москва, г. Санкт-Петербург, регионы традиционного проживания коренных малочисленных народов Севера: Хабаровский край, Чукотский автономный округ, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Амурская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Приморский край, Камчатский край; США; Швейцария; Япония.

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цели**

- сохранение, развитие и популяризация языкового наследия КМНС Сахалинской области среди широкой группы заинтересованных сторон на региональном, федеральном и международном уровнях;
- продвижение национальных языков как воплощения нематериального культурного наследия коренных этносов;
- содействие инициативам, направленным на сохранение и развитие языкового образования;
- развитие лингвистического потенциала коренных этносов;
- культурное воспитание подрастающего поколения в контексте языкового наследия;
- вклад в развитие национального языкового образования;
- вклад в позиционирование «Сахалин Энерджи» как социально-ответственной компании, учитывающей особенности региона присутствия;
- формирование у подрастающего поколения образа России как многонационального государства;
- воспитание уважения к культурам других народов.

### **Задачи**

- вовлечение подрастающего поколения — представителей КМНС Сахалинской области в процесс самостоятельного изучения родного языка;
- способствование сохранению и развитию уникальной культуры путем проведения серии мероприятий в рамках проекта;
- развитие у школьников заинтересованности культурным и языковым наследием народов России на примере КМНС Сахалинской области;
- привлечение максимального количества участников в конкурсные мероприятия проекта;
- выявление и поддержка инициатив в области изучения и сохранения языков, культуры, традиций коренных этносов;

- сохранение и распространение произведений литературы и фольклора на языках коренных народов;
- вклад в поддержку имиджа Российской Федерации как многонационального государства среди международных заинтересованных сторон (агентств ООН, экспертов и др.).

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Пять сотрудников компании.

### **Партнеры**

- представители КМНС — старейшины, носители родных языков;
- Региональный совет уполномоченных представителей КМНС Сахалинской области;
- Федеральное агентство по делам национальностей РФ;
- Постоянное представительство Российской Федерации при ООН;
- Институт народов Севера РГПУ им. А.И. Герцена;
- Ассоциация музеев Сахалинской области;
- Правительство Сахалинской области;
- Сахалинский областной центр народного творчества.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Финансовые ресурсы: более 15 млн рублей (данная сумма не включает затраты на разработку и издание сувенирной продукции и различных материалов по сопровождению мероприятий, логистическую поддержку участников мероприятий проекта).

В результате деятельности:

- >15 крупных мероприятий, привлекающих внимание широкой общественности к проблематике сохранения языков и культуры коренных народов на региональном, федеральном и международном уровнях;
- >3,5 тыс. человек в общей сложности приняли непосредственное участие в мероприятиях проекта (без учета посетителей выставок, пр.);
- ~100 детей и подростков в возрасте 10–17 лет из шести районов традиционного проживания КМНС островного региона приняли участие в спартакиаде по национальным видам спорта;
- >40 участников III Международной конференции «Фольклор палеоазиатских народов»;
- >100 человек приняли участие во II Международном симпозиуме с 56 докладами на родных языках;
- >600 представителей КМНС и ДВ РФ и других заинтересованных сторон проекта получили календарь «Нивхский год от А до Я»;
- 345 книг «Сказки Сахалина» с закладками передано во все школы и детские сады Сахалинской области, >200 книг переданы в библиотеки, учреждения

культуры, образования, общественные и иные некоммерческие организации двенадцати населенных пунктов традиционного проживания КМНС Сахалинской области;

- 19 команд из разных регионов России приняли участие в фестивале «Терра Мадре — Коренные народы. Дикоросы»;
- >800 участников получили печатную и сувенирную продукцию, подготовленную в рамках проекта;
- >2 тыс. зрителей посетили спектакли театра КМНС Республики Саха (Якутия) «Гулун»;
- >40 детей и взрослых продолжают обучаться родному языку в рамках мероприятия «Учимся говорить по-уильтински»;
- >800 участников проекта получили календарь «Языки коренных народов. Сохранение и развитие» и «Сказки Сахалина»;
- >100 человек приняли участие в литературно-творческом конкурсе «Нивхская азбука»;
- >250 упоминаний в СМИ, включая печатные и электронные ресурсы.

#### Социальные результаты

- привлечено более 3,5 тыс. участников в мероприятия проекта разного возраста и национальностей;
- более 250 участников школьного и дошкольного возраста посетили мероприятия проекта, среди участников — дети различных национальностей, а также школьники из различных районов островного региона;
- более 20 школьников — представителей КМНС Сахалинской области — для подготовки и участия в мероприятиях самостоятельно работали со словарями, учебной литературой, посещали факультативные занятия по родному языку, работали с носителями языков. Дети впервые говорили и читали на родных языках;
- пять школьников после подготовки и участия в мероприятиях проекта продолжают занятия по изучению родных языков;
- печатная и сувенирная продукция, выпущенная в рамках проекта, используются на занятиях и внеклассных мероприятиях в более 30 образовательных и культурных учреждениях Сахалинской области;
- обеспечено эффективное взаимодействие и синергия ресурсов партнеров (представителей бизнеса, КМНС, НКО, экспертов, ученых, преподавателей, представителей государственных органов проекта). Семь мероприятий с участием софинансирования из бюджета Сахалинской области;
- ряд мероприятий получили дальнейшее развитие, например, детско-юношеская конференция на языках коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области «Родная речь» стала проводиться ежегодно в период осенних школьных каникул, III Международный симпозиум коренных малочисленных народов Дальнего Востока, по решению участников, будет проводиться каждые пять лет.

## Номинация

«Лучшая программа (проект) в сфере поддержки образования»

**Партнер номинации:**

**Агентство стратегических инициатив (АСИ)**

---

**Ханьжина Юлия,**

заместитель директора направления «Молодые профессионалы» Агентства стратегических инициатив (АСИ)

Агентство стратегических инициатив как «агент изменений», работающий вместе с лидерами над масштабными инициативами и объединяющий усилия общества, бизнеса и государства, активно участвует в формировании повестки в сфере образования и ее реализации.

Номинация АСИ «Лучшая программа (проект) в сфере поддержки образования» в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности» — это возможность выявить и поддержать практики, которые реализуются профессиональными коллективами из разных сфер — командами увлеченных людей, создающими решения и технологии, предоставляющие ученикам свободу выбора в получении новых знаний и навыков.

Именно такие практики, свободные от жесткого регулирования и регламентации, позволяют отрабатывать новые педагогические подходы, создавать инновации, которые впоследствии можно внедрить в систему формального образования.



### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Образование. Повышение цифровой грамотности населения удаленных населенных пунктов России.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2019 — 2020 гг.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://www.igovernment.ru/suek>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

Школьники и молодежь территорий присутствия СУЭК.

#### Сателлитные группы благополучателей

Жители территорий присутствия СУЭК всех возрастов в формате взаимодействия поколений (от детей к родителям и от детей к бабушкам и дедушкам)

#### Стейкхолдеры программы

- региональные и местные органы власти, органы местного самоуправления;
- сотрудники;
- местные сообщества;
- общественные организации, ассоциации.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Забайкальский край, Кемеровская область, Красноярский край, Приморский край, Республика Бурятия, Республика Хакасия, Хабаровский край.

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

#### Цели

- снижение уровня цифрового неравенства для жителей отдаленных населенных пунктов;
- доступность для жителей отдаленных территорий возможности приобретения знаний цифровых технологий и формирования навыков работы с новыми технологиями, особенно для создания инновационных проектов, для выработки компетенции по проектированию использования цифровых технологии для саморазвития, формирования инновационных продуктов и профориентации на инженерные специальности.

## **Задачи**

- приобретение знаний цифровых технологий и их возможностей для себя, своей семьи, окружения, особенно в форме цифровой грамотности в формате взаимодействия поколений (от детей к родителям и от детей к бабушкам и дедушкам);
- выработка навыков работы с новыми технологиями, особенно для создания инновационных проектов, в том числе в рамках школьного образования для приобретения компетенции по проектированию использования цифровых технологии для саморазвития, формирования инновационных продуктов и профориентации на инженерные специальности;
- разработка интерактивного курса для видео классов СУЭК для школьников — «Школа цифровых технологий».

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

- 56 человек, в том числе сотрудники Фонда «СУЭК-РЕГИОНАМ», руководство и преподаватели региональных школ территорий присутствия СУЭК, преподаватели и администраторы ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»;
- корпоративные волонтеры;
- волонтеры из числа студентов ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»;
- школьники — участники трудовых отрядов СУЭК.

### **Партнеры**

- Экспертный совет по цифровой экономике и блокчейн Государственной Думы;
- Министерство цифрового развития РФ;
- ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»;
- учреждения общего и дошкольного образования территорий присутствия СУЭК;
- профильные высшие учебные заведения.

На каждом из этапов мы стремимся вовлекать в нашу деятельность различные заинтересованные стороны — членов семей, педагогов, создавая синергетический эффект от инвестиций в образование.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Финансовые ресурсы — 2, 4 млн руб.

- Разработанный инновационный образовательный комплекс «Школа цифровых технологий» с использованием современных VR/AR технологий по изучению цифровых технологий, которые являются основой для работы и развития целых отраслей и направлений в мире по всем девяти цифровым

технологиям для видео классов СУЭК — для школьников и для учителей с целью приобретения навыков создания проектов в цифровой сфере, выработки компетенции по проектированию использования различных технологий для формирования инновационных продуктов и электронных платформ, что в целом обеспечит рост компетенций детей в использовании высокотехнологичных технологий для формирования цифровых проектов в разных отраслях производства, переработки и добычи ресурсов — 72 часа.

- Обученные слушатели — 4 050 человек.
- Разработанные практические рекомендации по прототипированию образовательного комплекса как основы системы приобретения знаний цифровых технологий и их возможностей для себя, своей семьи, окружения, особенно в форме цифровой грамотности в формате взаимодействия поколений для формирования навыков работы с новыми технологиями, особенно для создания инновационных проектов, для выработки компетенции по проектированию использования цифровых технологий для саморазвития, формирования инновационных продуктов и профориентации на инженерные специальности в рамках развития программы «Видео классы СУЭК».

Проект обеспечил вовлечение педагогов, детей и подростков в мир цифровых технологий и цифровой экономики, предоставил возможности:

- приобрести навыки создания проектов в цифровой сфере;
- выработать компетенции по проектированию использования различных технологий для формирования инновационных продуктов и электронных платформ, что в целом обеспечило рост компетенций детей в области новых технологий.

## II место



Федеральный социальный проект «Справочно-игровой сервис «SkillCity»  
ПАО «МегаФон»

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

профориентация детей и подростков при помощи цифровых сервисов

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** июнь 2019 г. — декабрь 2021 г.

**САЙТ ПРОЕКТА:** [skillcity.ru](https://skillcity.ru)

Google Play (<https://play.google.com/store/apps/details?id=pro.redbook.skillcity>)

AppStore (<https://apps.apple.com/ru/app/skillcity/id1512177263>)

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

### Основная группа благополучателей

Дети и подростки в возрасте от 12 до 18 лет, вся Россия — не менее 10 000 пользователей.

### Сателлитные группы благополучателей

Добровольцы/волонтеры — сотрудники компании «МегаФон», сотрудники компаний-партнеров и государственных органов — не менее 100 человек.

Журналисты СМИ, блогеры — 20 человек.

### Стейкхолдеры программы

Партнерами проекта, которые открыли офис в городе SkillCity и оказывают информационную и организационную поддержку проекту, являются:

- Госкорпорация «Роскосмос»;
- ТМ «Лаборатория Касперского»;
- Группа компаний «ЛитРес»;
- НКО «ЛизаАлерт»;
- Федеральное агентство по делам молодежи «Росмолодежь»;
- ТМ «Yota»;
- МИА «Мир»;
- Благотворительный фонд «Мама», г. Тверь;
- Благотворительный фонд «Жизнь без границ», г. Нижний Новгород;
- ВРОО «Созидание», г. Вологда;
- АНО «Институт гуманитарных исследований и социальных технологий», г. Черкесск;
- АНБО социальной помощи «Дорога добра», г. Иркутск;
- Фонд «Центр развития детей Я-НУЖЕН», г. Челябинск;
- Тюменская региональная общественная организация «Тепло души детям-сиротам», г. Тюмень;
- АНО «ЦРСВИ «Корпорация добра», г. Краснодар.

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Российская Федерация

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

### Цель

Профориентация в мире цифровых профессий и навыков, а также киберсоциализация детей, подростков и молодежи посредством цифрового инструмента, отвечающего особенностям и потребностям возраста.

### Задачи

1. Создать условия для знакомства с миром цифровых технологий.

2. Создать условия для знакомства с миром профессии, востребованных на рынке труда.
3. Создать инструмент для знакомства с цифровыми навыками и ресурсами для их развития.
4. Способствовать первичной информационной профориентации.
5. Создать систему мотивации для повышения мобильной грамотности.
6. Сформировать представление о компании «МегаФон» как о цифровой компании.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

МегаФон, Фонд «Форотех»

### **Партнеры**

Госкорпорация «Роскосмос», «ЛитРес», «Лаборатория Касперского», «ЛизаАлерт», «Росмолодежь», «Yota», МИА «Мир», Благотворительный фонд «Мама», г. Тверь, Благотворительный фонд «Жизнь без границ», г. Нижний Новгород, ВРОО «Созидание», Вологда, АНО «Институт гуманитарных исследований и социальных технологий», г. Черкесск, АНБО социальной помощи «Дорога добра», г. Иркутск, Фонд «Центр развития детей Я-НУЖЕН», г. Челябинск, Тюменская региональная общественная организация «Тепло души детям-сиротам», г. Тюмень, АНО «ЦРСВИ «Корпорация добра», г. Краснодар.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Финансовые ресурсы проекта — 14 566 200 руб.

С 14 мая по 9 октября 2020 г. активными/зарегистрированными пользователями Приложения стали более 23 000 человек. Скачали приложение более 29 100 человек. По статистике только за последние три месяца среднее количество 69 300 сеансов, 89 800 запусков приложения.

Социальные результаты:

Более 23 000 человек узнали о 10 современных компаниях, в которых есть цифровые профессии и навыки.

Более 22 100 человек узнали о более чем 30 современных цифровых профессиях и профессиях, для которых необходимы цифровые навыки.

Более 22 100 человек узнали о более чем 90 цифровых навыках и навыках, которые можно развить с помощью Интернета и мобильного телефона.

Качественная оценка социальной эффективности проекта проводится в данный момент. В тестировании приложения приняли участие более 600 детей в феврале 2020 года. Более 500 детей прошли первичное тестирование в июне-июле 2020 г. и повторное тестирование в августе-сентябре 2020 г.

По предварительным (неполным) результатам тестирования мы выявили:

- повышение общей осведомленности о компаниях-участниках проекта у 54% участников;
- повышение осведомленности о профессиях у 48% участников;
- повышение осведомленности о навыках у 31% участников.

Наиболее сильной мотивацией являются поощрения. На втором месте стоит мотивация изучать профессии самостоятельно и узнавать о них новое, где выучиться и т.д.

Данные являются предварительными. Итоговая аналитика будет опубликована на портале skillcity.ru в январе 2021 г.



**НОРНИКЕЛЬ**

### **III место**

Образовательный проект для педагогов, школьников и их родителей  
«Перемена»

ПАО «ГМК «Норильский никель»

#### **НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:**

создание благоприятных условий для качественного профессионального и личностного роста специалистов в сфере образования и реализации способностей, талантов и потенциала детей в регионах присутствия Компании.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 1 января 2019 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://nncharity.ru/>

#### **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ**

##### **Основная группа благополучателей**

- подростки — участники программы;
- педагоги и директора школ — участниц программы;
- родители.

##### **Сателлитные группы благополучателей**

- педагоги и директора других школ города;
- ученики школ — участниц программы;
- одноклассники подростков — участников программы;
- педагоги учреждений дополнительного образования;
- горожане.

##### **Стейкхолдеры программы**

- управления образования города;
- методические центры;
- сотрудники Компании.

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

- г. Норильск (Красноярский край);
- г. Дудинка (Красноярский край);
- Печенгский район Мурманской области;
- Мончегорск (Мурманская область);
- г. Мурманск;
- Газимуро-Заводский район (Забайкальский край).

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

### **Цель**

Создание благоприятных условий для качественного профессионального и личностного роста специалистов в сфере образования и реализации способностей, талантов и потенциала детей в регионах присутствия Компании.

### **Задачи**

Проект способствует решению следующих задач:

1. Обеспечение разностороннего комплексного развития школьников и их конкурентоспособности при поступлении в ведущие вузы.
2. Включение педагогов и руководителей школ в глобальный образовательный контекст, тиражирование на территориях лучших образовательных практик.
3. Обучение родителей необходимым навыкам воспитания детей, в том числе помощи в выборе траектории развития и профессиональном самоопределении.
4. Создание условий для формирования эффективного сообщества, ценностями которого являются непрерывное самообразование и вовлеченность в жизнь своего города.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Сотрудники Компании:

- Управление социальных и благотворительных программ ПАО «ГМК «Норильский никель» — разработка программы и ее стратегическое развитие.
- Управление благотворительных программ Заполярного филиала ПАО «ГМК «Норильский никель», Направление корпоративных региональных проектов АО «Кольская ГМК», Направление региональных программ ООО «ГРК «Быстринское» — взаимодействие со стейкхолдерами, мониторинг реализации программы.

### **Партнеры**

- управления образования городов (корректировка программы, помощь в организации программы для директоров в рамках августовских конференций);
- методические центры городов (методическая поддержка, помощь в информировании школ, предоставление площадок для проведения мероприятий).

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Бюджет проекта в 2020 г. составил 40,5 млн рублей.

В результате:

- Более 450 подростков стали участниками программы по жизнеориентации и развитию софт скилз.
- В школах — участницах программы сформированы команды изменений, реализованы общешкольные проекты, 200+ педагогов прошли обучение по программе.
- 27 педагогов из трех городов приняли участие в выездной семидневной стажировке в Москве: посетили международный форум Ed Crunch, а также прошли интенсивную обучающую программу (30 часов).
- Участниками тренинга по управлению изменениями стали более 150 руководителей образовательных учреждений (школы и дошкольные учреждения).
- Более 150 родителей приняли участие в очных встречах и воркшопах.
- Более 600 человек приняли участие в открытых мероприятиях.
- 6 из 8 школ — участниц программы 2019 года подали заявки на конкурс социальных проектов благотворительной программы «Мир новых возможностей»; всего участниками программы, педагогами и учениками было подано 17 заявок, 6 из них были поддержаны грантами в размере от 100 тыс. до 1,5 млн руб.
- Более 300 подростков приняли участие в марафоне «Мастер перемен»

Социальные результаты:

- Во всех школах — участницах внедрены новые образовательные технологии, с которыми педагоги познакомились во время обучения, благодаря этому более 2500 учеников получили возможность обучаться в соответствии с современными педагогическими подходами.
- Участники программы для подростков при поддержке своих педагогов провели более 20 мероприятий для своих сверстников. 500+ школьников приняли в них участие.
- По итогам стажировки в городах при поддержке управлений образования прошли конференции, где педагоги поделились полученными знаниями и опытом с коллегами из других школ.
- Педагоги — участники программы проводят педагогические советы, где транслируют знания, полученные на программе, и используют их для трансформации школьной среды, а также выступают наставниками для молодых педагогов, которые только пришли в школу.
- Родители стали активнее вовлекаться в жизнь школы и своих детей. Понимают, как могут помочь ребенку реализовать себя.
- Подростки — участники программы выступили экспертами молодежного форума SVET ON. Педагоги — экспертами форума «Город — это мы», где рассказали о своей образовательной инициативе.





## Номинация

«Лучшая программа в сфере экологии»

Партнер номинации:

**ФОНД «СКОЛКОВО»**

---

**Михаил Тыкучинский,**

Директор по развитию и индустриальным партнерам кластера энергоэффективных технологий,  
Фонд «Сколково»

Фонд «Сколково» уделяет большое внимание развитию технологий, способствующих реализации концепции устойчивого развития, в том числе «зеленым» технологиям, минимизирующим воздействие человека на окружающую среду. Мы не только занимаемся развитием технологических стартапов в этом направлении, но и поддерживаем крупнейшие компании в реализации их программ экологического развития и внедрении лучших практик в своей деятельности. Для большинства компаний экологические программы перестают быть только частью имиджа, но становятся неотъемлемой частью бизнес-процессов и внутренней культуры.

Безусловно, в последнее время общество стало уделять больше внимания вопросам экологии: развивается осознанное потребление, формируется запрос к промышленности на изменения. Серьезным барьером для развития «зеленых» технологий зачастую является невысокая краткосрочная экономическая эффективность. Поэтому особенно важно освещать успехи компаний, которые реализуют не только проекты, нацеленные на увеличение текущей прибыли, но и способны оценивать долгосрочные последствия своих действий, направленных на улучшение экологии, и способствовать развитию соответствующих программ.

В рамках номинации мы старались поддержать проекты, имеющие значительный потенциал влияния на решение проблем экологии и одновременно реализующие его за счет внедрения новых технологий. Проекты оценивались по пяти критериям: технологичность, инновационность, эффект снижения негативного воздействия на окружающую среду, успешность внедрения к настоящему моменту, возможность масштабирования. По каждому критерию компании получали баллы от 1 до 5, и по совокупности баллов были определены победители.

Участие в качестве партнера в данной номинации является почетным и очень ответственным. Выбор был непростым: все компании, подавшие заявки, продемонстрировали приверженность целям устойчивого развития в области экологии. Надеюсь, что все компании продолжают развивать свои экологические программы, и с каждым годом выбрать лучшие будет становиться все сложнее.

### **НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:**

Экология. Разработка и популяризация бездымного топлива для оздоровления экологической ситуации в населенных пунктах в части снижения выбросов от частного сектора и других автономных источников теплоснабжения.

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2011 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://suek.ru>, <https://sib-briket.suek.ru>

### **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ**

#### **Основная группа благополучателей**

Жители Красноярска (более 1 млн человек).

#### **Сателлитные группы благополучателей**

Жители Красноярского края и Республики Тыва, равнодушные к проблеме экологии (общая численность населения Красноярского края на 1 января 2020 г. составляет 2 866 255 человек, Республики Тыва — 327 383 человека).

Кроме того, к сателлитным группам благополучателей можно отнести жителей других регионов РФ, где так же остро стоит проблема влияния на качество атмосферного воздуха низковысотных выбросов частного сектора, — Республики Бурятия (г. Улан-Удэ), Забайкальского края (г. Чита) и др.

#### **Стейкхолдеры программы**

- региональные и местные органы власти, органы местного самоуправления;
- сотрудники;
- местные сообщества;
- общественные организации, ассоциации;
- акционеры.

### **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ**

Красноярский край (по состоянию на осень 2020 года проект также находится в стадии запуска на территории Республики Тыва).

### **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ**

#### **Цели**

- оздоровление экологии г. Красноярска и Красноярского края в части сокращения нагрузки на атмосферный воздух со стороны частного сектора и других автономных источников теплоснабжения;

- создание инструмента для решения экологической проблемы влияния частного сектора и других автономных источников теплоснабжения на атмосферный воздух в других регионах РФ;
- повышение качества жизни в регионе.

### **Задачи**

- оценка в реальных условиях эффективности топливного брикета СУЭК для снижения нагрузки на атмосферный воздух в г. Красноярске от отопления частного сектора и других автономных источников теплоснабжения;
- привлечение внимания населения к вопросу воздействия традиционных видов топлива, сжигаемых в частном секторе, на состояние атмосферного воздуха;
- максимальное информирование населения о проекте.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

АО «СУЭК» (АО «СУЭК-Красноярск»).

### **Партнеры**

- Правительство Красноярского края,
- Министерство экологии и рационального природопользования Красноярского края,
- Администрация г. Красноярска,
- красноярское представительство экологической партии «Зеленые»,
- жители г. Красноярска,
- КГБУ «Центр реализации мероприятий по природопользованию и охране окружающей среды Красноярского края».

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Финансовые ресурсы — около 1 млрд руб.

Анализ усредненных за сутки данных, полученных в ходе использования населением, живущим в частном секторе, бездымного топлива в феврале-марте 2019 года, показал значительное снижение концентрации в воздухе всех основных загрязняющих веществ — оксида углерода, диоксида серы, диоксида и оксида азота, взвешенных частиц PM<sub>2,5</sub>, взвешенных веществ и сажи, вплоть до величины, находящейся ниже предела обнаружения. Концентрация вещества первого класса опасности — бенз(а)пирена — снизилась в 3,8–6 раз, а в отдельные дни — до показателей, находящихся ниже пределов обнаружения.

Независимые замеры экологов-общественников — Красноярского отделения Российской экологической партии «Зеленые» — также подтвердили существенное снижение концентрации вредных веществ при использовании бездымного топлива в частном секторе.

Максимальная информированность населения о новом продукте, повышение включенности жителей в оздоровление экологии г. Красноярска за счет использования бездымного топлива, активный выход продукта на рынок.

Высокий интерес к проекту со стороны властных структур: проект включен в Комплексный план мероприятий по снижению выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух в г. Красноярске, утвержденный Правительством РФ.

Пробуждение интереса к опыту г. Красноярска со стороны как городов и районов Красноярского края, так и других регионов РФ, где так же остро стоит проблема влияния на качество атмосферного воздуха низковысотных выбросов частного сектора, — Республики Тыва (г. Кызыл), Республики Бурятия (г. Улан-Удэ), Забайкальского края (г. Чита).

СУЭК подтвердила статус социально ответственной компании и одного из лидеров инновационного развития в угольной отрасли. Это новые возможности для развития производства на предприятии, где базируется производство экологически чистого топлива и, соответственно, для его коллектива.

Системное массовое использование бездымного топлива в частном секторе г. Красноярска позволит «закрепить» эти результаты, что положительно скажется на общей экологической ситуации в крупном мегаполисе, а это, в свою очередь, значительно повысит качество жизни и снизит уровень заболеваемости, связанный с качеством воздуха.

СУЭК как социально ответственная компания и надежный партнер г. Красноярска и Красноярского края пошла на важный шаг — максимально снизила цены на бездымный брикет, практически уравнив их со стоимостью традиционных видов топлива (купить «Сибирский брикет» можно как в мешках весом 20 кг — теперь такой мешок стоит 75 рублей, так и крупными партиями — расфасованный в удобные биг-бэги весом 500 кг по цене 1 140 рублей. Для сравнения: стоимость тонны бурого угля около 2 300 рублей). Таким образом, для СУЭК это прежде всего социальный проект.

## II место

Ответственная реализация компанией Nord Stream 2 AG инфраструктурного проекта «Северный поток — 2» на чувствительной территории заказника «Кургальский»: инновационное техническое решение для минимизации воздействия, природовосстановительные мероприятия и комплексная программа для сохранения биоразнообразия.

Nord Stream 2 AG

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Разработка и реализация инновационных технических решений для минимизации экологического воздействия проекта на чувствительной территории. Комплекс мер по сохранению биологического разнообразия заказника «Кургальский».

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2018 г. — н.в.

### САЙТ ПРОЕКТА:

<https://www.nord-stream2.com/ru/okruzhayushaya-sreda-i-soglasovaniya/>  
<https://www.nord-stream2.com/ru/otvetstvennost-i-sponsorstvo/strategiya-ekologicheskikh-i-socialnyh-iniciativ-v-rossii/>

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

- Заказник «Кургальский»;
- жители близлежащих территорий, Ленинградской области и России в целом.

#### Стейкхолдеры программы

- Комитет по природным ресурсам Ленинградской области как орган, ответственный за управление заказником;
- экологические НКО и эко-активисты;
- Правительство Ленинградской области.

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Кургальский полуостров и прилегающая акватория Финского залива, входящая в территорию заказника «Кургальский».

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

#### Цель

Реализовать проект строительства и эксплуатации газопровода максимально ответственно и безопасно с минимальным воздействием на чувствительную экологию Балтийского моря, береговые участки и местное население, компенсировать ограниченное неблагоприятное влияние проекта на естественные местообитания заказника «Кургальский». Сверх этого, сохранить биологическое разнообразие и

внести вклад в приумножение экологических характеристик этой особо охраняемой природной территории.

### **Задачи**

- разработать техническое решение по прокладке газопровода с минимальными последствиями для чувствительной территории заказчика «Кургальский»;
- реализовать природовосстановительные мероприятия для восполнения потенциального воздействия проекта по прокладке трубопровода на заказник;
- разработать и реализовать комплексную программу по сохранению биоразнообразия и приумножению природоохранных характеристик Кургальского заказника.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Разработкой метода открытого траншейного строительства с использованием тренчбоксов (траншейных крепей) занималась проектная, инженерная и экологическая команды Nord Stream 2 AG. За реализацию инициатив по сохранению биоразнообразия заказника «Кургальский» отвечали сотрудники Отдела экологических и социальных проектов компании Nord Stream 2 AG.

### **Партнеры**

- Правительство Ленинградской области;
- Комитет по природным ресурсам Ленинградской области;
- Дирекция ООПТ Ленинградской области;
- Всероссийский институт растениеводства имени Н.И. Вавилова;
- Санкт-Петербургский государственный университет;
- Институт географии РАН;
- Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого;
- Государственный научно-исследовательский институт озерного и речного рыбного хозяйства им. Л. С. Берга;
- Государственный гидрологический институт;
- ЗАО «Экопроект»;
- Конструкторское бюро «Стрелка»;
- ERM Environmental Resources management;
- Haskoning DHV;
- ГУП СФ «Минерал»;
- Межрегиональная благотворительная общественная организация «Биологи за охрану природы».

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Финансовые ресурсы проекта — около 3,6 млрд рублей.

Применение инновационного метода открытого траншейного строительства

Метод открытого траншейного строительства с использованием «тrench-боксов». Разработанное инженерное решение с использованием траншейных крепей позволило:

- сохранить уровень грунтовых вод и местный гидрологический режим;
- снизить объем выемки грунта на 70%;
- более чем вдвое сократить ширину коридора строительства — до минимально возможных 30 м и соответствующие экологические воздействия на наиболее чувствительном участке прибрежных лесов;
- снизить воздействие проектных работ до минимума: общая площадь коридора строительства на сухопутном участке составила около 0,175 кв. км, или менее 0,1% наземной части заказника;

Результаты мониторинга трубоукладки на российском участке подтверждают локальный и кратковременный характер воздействий.

Данные экологического мониторинга за полтора года подтверждают: строительство «Северного потока — 2» в России не оказало существенного воздействия на Кургальский заказник.

#### Компенсационные мероприятия

- Сохранение мест гнездования орлана-белохвоста: до начала строительных работ на территории Кургальского заказника было установлено шесть искусственных гнездовых платформ, пригодных для гнездования орлана-белохвоста и других крупных птиц.
- Сохранение охраняемых видов растений. Все охраняемые виды растений, обнаруженные в коридоре строительства, были вручную пересажены на новые местообитания.
- Выпуски молоди ценных видов рыб. С 2018 по 2020 г. в реки российской части бассейна Финского залива было выпущено около 247 тыс. мальков лосося и 115 тыс. мальков кумжи.

#### Мероприятия по сохранению биоразнообразия

- Исследование и мероприятия по искоренению инвазивных видов, являющихся одной из угроз биоразнообразию заказника.
- Телеметрические исследования балтийской кольчатой нерпы в Финском заливе, популяция которой находится на грани исчезновения.
- Совершенствование противопожарной системы в Кургальском заказнике с целью предотвращения утраты ценных сред обитания.
- Работы по восстановлению вымершей популяции балтийских осетров в бассейне Финского залива.
- Реинтродукция исчезнувшего аборигенного вида Широкопалого речного рака (*Astacus astacus*).

- Организация эколого-просветительских мероприятий, повышение экологической осознанности и осведомленности местного сообщества о проблеме загрязнения окружающей среды и угрозах биоразнообразию заказника, организация добровольческих акций по уборке от мусора заказника и прилегающих к нему территорий.

Результаты экологического мониторинга по определению реального воздействия строительной деятельности компании Nord Stream 2 AG показали, что строительство морской газотранспортной системы ведется безопасно, с минимальным воздействием на чувствительную экологию Балтийского моря, береговые участки и местное население.

Также одним из социальных результатов программы по сохранению биоразнообразия заказника «Кургальский» стало сплочение местного сообщества вокруг экологических проблем заказника. Благодаря инициированным компанией эколого-просветительским проектам удалось повысить экологическую грамотность местных жителей, а также чувство ответственности за сохранение уникальных природных характеристик заказника «Кургальский».

Красноярский край (по состоянию на осень 2020 года проект также находится в стадии запуска на территории Республики Тыва).

## II место

**М.ВидеоЭльдорадо**

«Правильная утилизация» — проект по ответственному сбору и переработке бытовой техники и электроники

Группа «М.Видео-Эльдорадо» (ПАО «М.Видео»)

### НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:

Сохранение окружающей среды

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** с 2019 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://www.mvideo.ru/promo/pravilnaya-utilizacia>

### СТЕЙКХОЛДЕРЫ

- потребители «М.Видео» и «Эльдорадо»;
- сотрудники «М.Видео» и «Эльдорадо»;
- импортеры и производители бытовой техники и электроники;
- переработчики бытовой техники и электроники.



## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

- по состоянию на конец 2019 г. — 7 городов, около 300 магазинов;
- по состоянию на октябрь 2020 г. — 29 городов, 448 магазинов;
- до 2024 года — все города присутствия «М.Видео» и «Эльдорадо».

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

### Цель

Цель «Правильной утилизации» — сокращение объема опасных отходов на полигонах и стимулирование модели циркулярной экономики, а также повышение осведомленности потребителей о важности правильной утилизации бытовой техники и электроники.

### Задачи

Главной задачей Группы «М.Видео–Эльдорадо» стало построение прозрачного и надежного процесса утилизации бытовой техники и электроники для всех участников: потребителей, производителей и импортеров техники, ритейла, переработчиков.

Бизнес-задачи:

- создать стабильный процесс сбора и утилизации собранной техники (прослеживаемость жизненного цикла), объединяющий магазины, производителей, переработчиков;
- собрать не менее 200 тонн электронных отходов за 6 месяцев 2019 года;
- обеспечить бесперебойную работу ИТ-решения, позволяющего отслеживать массу, тип, детали процесса переработки товара.

Задачи по изменению привычного поведения:

- показать потребителям важность правильного обращения с отходами, простоту и удобство процесса утилизации техники и электроники;
- предложить новый вариант обращения с электронными отходами: принести в магазин, заказать услугу по вывозу, а не хранить дома или выбрасывать в контейнеры твердых бытовых отходов;

Задачи по изменению отношения:

- повысить доверие покупателей к процессу утилизации — не менее 10 тыс. сданных товаров до 31.12.2019;
- создать альтернативу хранению старой техники дома или отправки на пункты сбора твердых бытовых отходов.

## КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ

### Команда

Сотрудники Группы «М.Видео–Эльдорадо»

### Партнеры

СКО «Электроника-Утилизация» (объединяет производителей и импортеров техники), заводы-утилизаторы, в том числе корпорация «Экополис».

## ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Бизнес-результат:

- Создан стабильный процесс сбора и утилизации собранной техники (прослеживаемость жизненного цикла), объединяющий магазины, производителей, переработчиков.
- Собрать не менее 200 тонн электронных отходов за 6 месяцев 2019 года. Факт по итогам 2019 года — более 300 тонн отходов, по состоянию на октябрь 2020 года — более 600 тонн отходов.
- Настроена бесперебойная работа утилиты, отслеживающей массу, тип, детали процесса переработки товара.

Поведение:

- показать потребителям важность правильного обращения с отходами, простоту и удобство процесса утилизации техники: создана услуга на сайте, обучен персонал магазинов, проведена информационная кампания;
- предложить новый вариант обращения с электронными отходами: принести в магазин, заказать услугу по вывозу, а не хранить дома или выбрасывать в урны твердых бытовых отходов.

Восприятие/Отношение:

- Повысить доверие покупателей к процессу утилизации — не менее 10 тыс. сданных товаров до 31.12.2019. Факт — около 27 тыс. единиц товара.
- Позитивный отклик потребителей на коммуникационные видеоматериалы проекта: М.Видео и Эльдорадо.

Благодаря инициативе Группы «М.Видео–Эльдорадо» к процессу сбора техники присоединяются новые розничные компании (например, DNS), активно ведется работа по развитию рынка добросовестных переработчиков с лицензиями на переработку опасных отходов, повышается прозрачность процесса для производителей и импортеров техники, что позволяет реализовывать расширенную ответственность производителя. Группа планирует запустить проект во всех городах и магазинах до 2024 года.



### III место

Установка стационарного поста непрерывного автоматического контроля атмосферного воздуха

АО «Апатит»

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2019–2020 гг.

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ

#### Основная группа благополучателей

Жители г. Волхов и Волховского района Ленинградской области

#### Сателлитные группы благополучателей

Предприятия, находящиеся в промышленном узле, который располагается в северной части города:

1. АО «ЛОТЭК» — АО «Ленинградская областная тепло-энергетическая компания»;
2. ООО «ГлаЦем» — предприятие по производству портландцемента.

#### Стейкхолдеры программы

Жители г. Волхов и Волховского района Ленинградской области, Правительство Ленинградской области, Администрация Волховского муниципального района, акционеры и менеджеры группа компаний ФосАгро, в том числе Волховский филиала АО «Апатит».

### ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Ленинградская обл., г. Волхов (расположение поста ул. Новгородская, д.8)

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

#### Цель

Целью проекта является осуществление круглосуточного непрерывного автоматического независимого контроля атмосферного воздуха в г. Волхов и обеспечение информированности населения о состоянии атмосферного воздуха в жилой зоне. Реализация данного проекта направлена на контроль и последующее предупреждение загрязнения атмосферного воздуха, вследствие чего возможно улучшение качества жизни и здоровья населения г. Волхов.

#### Задачи

- организация системы непрерывного мониторинга атмосферного воздуха с помощью установки стационарного поста;
- получение населением достоверной информации о состоянии атмосферного воздуха в г. Волхов;
- передача результатов в открытый доступ в режиме реального времени;
- оперативная оценка экологической обстановки на основе получаемых данных;

- в случае выявления превышения установленных нормативов принятие необходимых мер для устранения причин.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда**

Предприятие АО «Апатит». Также для реализации проекта в части закупки оборудования, монтажа и калибровки оборудования, подключения и создания программно-аппаратного комплекса была привлечена подрядная организация ООО «Синтрол».

ООО «Синтрол» — дочерняя фирма финской компании Sintrol OY. Компания осуществляет свою деятельность в области промышленного аналитического оборудования, приборов неразрушающего контроля материалов и экологического мониторинга.

### **Партнеры**

Администрация Волховского муниципального района, жители г. Волхов.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Стоимость проекта составила 10 872 000 руб. (Десять миллионов восемьсот семьдесят две тысячи рублей 00 копеек), в т.ч. НДС.

В настоящее время произведена установка стационарного поста мониторинга атмосферного воздуха, выполнены испытания подключения и пуско-наладочные работы. Производится исследования состояния атмосферного воздуха.

Реализация данного проекта позволяет населению, органам государственной власти и местного самоуправления получать объективную, достоверную информацию о состоянии атмосферного воздуха в режиме реального времени, получать информацию об источниках загрязнения, а также прогнозировать ситуацию. Такая система дает возможность выявлять причины загрязнения и адекватно реагировать на жалобы населения.

Социальный эффект от реализации данного проекта направлен на улучшение качества жизни и здоровья населения г. Волхов. Установка стационарного поста повысит эффективность контроля выполнения природоохранных мероприятий и соблюдения природоохранного законодательства, что позволит повысить доверие общественности к компании, укрепить имидж и престиж.

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ:**

пропаганда здорового образа жизни, забота об экологии гг. Москвы, Мурманска и Нижнего Новгорода

**ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ:** 2013 г. — н.в.

**САЙТ ПРОЕКТА:** <https://velobike.ru/>

**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И СТЕЙКХОЛДЕРЫ****Основная группа благополучателей.**

Жители города Москвы. По результатам опроса 2019 года, велопрокатом Москвы в основном пользуются мужчины — 82%. Средний возраст пользователей: 26–45 лет. В основном пользователи работают и имеют высшее образование. Количество пользователей на сентябрь 2020 года: 430 000 человек.

**Сателлитные группы благополучателей.**

Проект Велобайк, являясь альтернативой общественному и личному транспорту, уменьшает пассажиропоток и разгружает дороги. Тем самым снижается количество пробок и переполненность автобусов и троллейбусов. Также в период пандемии курьерам и волонтерам были предоставлены бесплатные доступы к велопрокату.

**Стейкхолдеры программы.**

Команда проекта Велобайк; банк ВТБ, Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы.

**ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОХВАТ.**

Общественный городской велопрокат Велобайк является региональным проектом и существует в трех городах России: Москве, Нижнем Новгороде и Мурманске.

**ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ****Цель:**

Главная цель проекта, который уже успешно реализуется в Москве, — сократить транспортный поток, уменьшить количество выбросов выхлопных газов в атмосферу и предоставить жителям и туристам удобный и экологичный транспорт для кратковременных поездок. Велобайк удобен для хордовых поездок — между станциями метро на соседних ветках и МЦК. Наши постоянные клиенты ездят на велосипедах от дома к метро и от метро до работы.

Социальные цели проекта:

- развитие велокультуры в городе и популяризация здорового образа жизни;
- приобщение студентов и молодежи к здоровому образу жизни и спорту;
- уменьшение количества автомобилей на дорогах.

## **Задачи**

- сделать велосипед достойной и безопасной альтернативой общественному и личному транспорту;
- увеличить количество прокатных велосипедов в Москве до 8500 и станций до 828 к 2022 году.

## **КОМАНДА И ПАРТНЕРЫ**

### **Команда.**

В команде проекта работает 120 человек.

### **Партнеры.**

Банк ВТБ, Центр организации дорожного движения, Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Генеральным спонсором проекта является Банк ВТБ и ЦОДД (операционные расходы проекта покрывает полностью город Государственным контрактом).

В сезоне 2020 г. пункты проката появились в 19 районах города Москвы. Также количество станций в столице увеличилось на 118 штук и составило 657.

В 2020 году велопрокат открылся в Мурманске и в Нижнем Новгороде:

- в Мурманске установлено 10 станций и запущено 100 велосипедов;
- в Нижнем Новгороде 20 станций и 200 велосипедов.

Велобайк и банк ВТБ выступают генеральными спонсорами Велофестивалей Москвы уже несколько лет.

В сезоне 2019 года состоялось 3 мероприятия:

1. Весенний велофестиваль — в нем приняли участие более 40 тысяч человек, для проведения мероприятия было перекрыто Садовое кольцо, где пролегал маршрут для участников велофестиваля.

2. Ночной велофестиваль — в рамках мероприятия был установлен рекорд книги Гиннеса — самое массовое изображение велосипеда из 2620 человек, а также был вручен Официальный сертификат Guinness World Records представителю Спонсора.

3. Осенний велофестиваль — в нем приняло участие около 30 тысяч человек, маршрут пролегал по центральным улицам столицы — по улице Лужники, Фрунзенской, Пречистенской, Кремлевской, Москворецкой, Саввинской набережным, Садовому кольцу, улице Красная Пресня и улице 1905 года.

В 2020 году в связи с пандемией мероприятия проводились в онлайн формате, по результатам которых АО «СитиБайк» совместно с банком ВТБ перечислил 1 миллион рублей в благотворительные фонды в поддержку больных детей.

Несмотря на условия пандемии, количество поездок за 5,5 месяцев 2020 года равняется количеству поездок совершенных за 7 месяцев (сезон 2019) прошлого года.

ВСТУПЛЕНИЕ .....	3
<b>РАЗДЕЛ 1</b>	
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	5
<b>РАЗДЕЛ 2</b>	
РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА.....	38
ИТОГИ .....	39
ЖЮРИ .....	45
О ПОБЕДИТЕЛЯХ РЕЙТИНГА .....	48
 <b>РАЗДЕЛ 3</b>	
КОНКУРС БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ .....	59
МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	59
РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ПРОМЫШЛЕННИКОВ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ .....	71
СОВЕТ ЕВРАЗИЙСКОГО ЖЕНСКОГО ФОРУМА ПРИ СОВЕТЕ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	85
ФОНД ПРЕЗИДЕНТСКИХ ГРАНТОВ .....	93
ООН В РОССИИ .....	104
АССОЦИАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ КОМПЬЮТЕРНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (АПКИТ) .....	114
МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	123
АГЕНТСТВО СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ (АСИ).....	135
ФОНД «СКОЛКОВО» .....	144





The background features a series of concentric circles in light blue, orange, and pink. Overlaid on these is a large, stylized logo composed of thick, expressive brushstrokes in dark blue and orange, forming a circular shape with a central swirl.

## **ВСЕ О ЛИДЕРАХ КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ-2020**

**+7 499 978 59 93**

**CORPORATELEADER@DONORSFORUM.RU**

**[WWW.DONORSFORUM.RU/PROJECTS/LKB](http://WWW.DONORSFORUM.RU/PROJECTS/LKB)**