

## II. УЧАСТНИКИ ИНИЦИАТИВЫ «БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВМЕСТО СУВЕНИРОВ» И ЕЕ МЕХАНИЗМ

Механизм инициативы чрезвычайно прост и прозрачен. Компании перечисляют «сувенирные бюджеты» на благотворительные цели, некоммерческие организации и благотворительные фонды расходуют эти средства, координатор собирает общую информацию о ключевых показателях инициативы и доносит ее до заинтересованных сторон.

В инициативе задействованы две основные стороны: компании-доноры и благополучатели. Третьим участником инициативы являются координаторы, в роли которых в настоящий момент выступают САФ Россия и «Дорога вместе» (United Way).

Ниже будут описаны три категории участников инициативы (компании, благополучатели и координаторы) и механизм их работы в рамках «Благотворительность вместо сувениров».

### 2.1. Компании

Компании перечисляют средства, предназначенные для закупки сувенирной продукции, на благотворительные цели, по собственному усмотрению выбирая адресата оказания поддержки из числа некоммерческих организаций и благотворительных фондов.

Символом принадлежности компании к инициативе становится логотип «Благотворительность вместо сувениров», который компании размещают на открытках, рассылаемых партнерам вместо новогодних подарков.



Компания сообщает координатору инициативы CAF Россия о своем присоединении к проекту в письменной форме (отправляет письмо по электронной почте на фирменном бланке организации с указанием полного названия организации, адресата или адресатов оказания благотворительной помощи и ее суммы. Образец письма – стр. 43).

Суммы и благополучатели, указанные в письме от компании, учитываются CAF Россия при подготовке общих данных о результатах инициативы<sup>4</sup>.



*Идея «Благотворительности вместо сувениров» проста и эффективна. Потому что, я убежден, успешным людям во сто крат приятнее не получать, а дарить. Дарить тем, кто действительно нуждается, кому сегодня в одиночку не справиться.*

*Я желаю вам как можно чаще слышать слово «спасибо». Ведь это так приятно – помогать исполнению мечты.*

**Игорь Егерев,**  
генеральный директор инвестиционной группы «КапиталЪ»

### Основные моменты участия в инициативе компаний:

- Компания принимает решение направить подарочный бюджет на благотворительность. Компания определяет, будет бюджет перепрофилирован полностью или частично (если часть средств остается на приобретение сувениров, а другая часть пойдет на благотворительные цели, компания считается полноправным участником инициативы).

---

<sup>4</sup> Все цифры указаны в соответствии с данными, имеющимися у CAF Россия. Данные включают в себя информацию от компаний, официально присоединившихся к инициативе «Благотворительность вместо сувениров» и раскрывших сумму благотворительной поддержки.

- Нет никакого минимального взноса или минимальной суммы для компаний. Это может быть несколько тысяч рублей или десятки тысяч долларов. Все зависит от возможностей компании: ее размера, финансового положения, подарочного бюджета. Сумма пожертвования не играет роли; важно само намерение направить свой сувенирный бюджет на благотворительность.
- Компания определяет адресата получения помощи. Это может быть одна или несколько организаций. Нет обязательного списка благополучателей, который исчерпывается теми или иными некоммерческими организациями, фондами, детскими домами. Бизнес волен поддерживать любую некоммерческую организацию по собственному усмотрению.
- Компания выбирает форму участия в инициативе. Это могут быть не только денежные пожертвования, но и закупка у некоммерческих организаций и благотворительных фондов сувениров и открыток, являющихся альтернативой корпоративным подаркам.
- Компания перечисляет средства в адрес некоммерческой организации или благотворительного фонда в соответствии с формами документов, принятых в компании или предложенных благополучателями (по согласованию сторон).
- Вместо календарей или еженедельников компания рассылает партнерам информацию о своем участии в инициативе, тем самым приобщая контрагентов к доброму делу и популяризируя идеи инициативы<sup>5</sup>.

#### **Таким образом, компания совершает следующие действия:**

- принимает решение об участии в инициативе;
- определяет размер пожертвования;
- выбирает благополучателя;

---

<sup>5</sup> Если компания считает необходимым более серьезно поддержать идею «Благотворительность вместо сувениров», готова предпринять усилия для ее популяризации, она может войти в Рабочую группу инициативы. Информация об особенностях Рабочей группы содержится ниже в этом документе.



- информирует CAF Россия или иного координатора о своем участии в инициативе<sup>6</sup>;
- определяет форму поддержки (перечисление средств, закупка сувениров, закупка открыток);
- перечисляет благотворительные средства в адрес благополучателя/благополучателей;
- информирует коллег, партнеров по бизнесу, сотрудников об участии в социальной инициативе российского бизнеса «Благотворительность вместо сувениров» (размещает информацию на сайте, в печатных материалах и проч.)<sup>7</sup>;
- рассылает новогодние поздравления партнерам по бизнесу в виде открыток с информацией о том, куда был направлен «новогодний бюджет» компании и благодарностью за понимание.

## 2.2. Благополучатели

В качестве благополучателя может выступить любая некоммерческая организация или благотворительный фонд, которые заинтересованы в поступлении средств на свою деятельность, готовы приложить усилия по рекрутированию компаний в ряды участников инициативы.

Некоммерческие организации и благотворительные фонды, в чей адрес направлены благотворительные средства, расходуют их в соответствии с условиями договора с компаниями (на уставную деятельность или конкретное назначение пожертвования) и самостоятельно отчитываются перед донорами.

CAF Россия, как координатор инициативы, настоятельно просит некоммерческие организации и благотворительные фонды, принимающие средства от компаний, перефилированные из сувенирного бюджета на благотворительность, сообщить нам названия компаний и перечисленные суммы.

---

<sup>6</sup> В случае необходимости, CAF Россия готов проконсультировать компанию по интересующим ее вопросам участия в инициативе.

<sup>7</sup> Этот пункт не является обязательным. Зависит от внутренних процедур и политик компании.

Это позволит составить более полную картину масштабов инициативы «Благотворительность вместо сувениров», подсчитать общее количество собранных средств и участников из числа компаний и НКО.

**Какие действия должны предпринять некоммерческая организация или благотворительный фонд, чтобы использовать фандрайзинговый потенциал «Благотворительности вместо сувениров»:**

- довести до компаний, с которыми работает или собирается работать, информацию об инициативе (при личной встрече, письмом в адрес компаний с предложением о присоединении к инициативе, разместить информацию на сайте, доносить информацию об инициативе на мероприятиях, круглых столах и проч., и проч.);
- убедить компанию, что лучшее применение новогодних средств – направить их на благотворительность;
- рассказать о возможных форматах участия в инициативе;
- иметь типовую форму договора пожертвования с компаниями;
- принять средства;
- предоставить компаниям логотип инициативы для использования его в материалах и открытках;
- предоставить, если возникает такая необходимость, макет новогодних открыток с символикой инициативы;
- предоставить компаниям отчет о расходовании полученных средств;



- направить благодарственное письмо в адрес компаний-доноров;
- разместить информацию об участниках из числа компаний на своем сайте;
- сообщить информацию об участниках и собранных средствах САФ Россия как координатору проекта с целью сведения данных для получения общей картины.

*В качестве одного из наиболее успешных кейсов работы НКО и благотворительных фондов с компаниями в рамках инициативы «Благотворительность вместо сувениров» хочется привести опыт фонда «Подари жизнь». На веб-странице фонда была создана специальная страница, содержащая информацию об инициативе, выделен сотрудник, работающий с компаниями по этому направлению <http://www.podari-zhizn.ru>. «Подари жизнь» принимали участие в мероприятиях инициативы (обращение Чулпан Хаматовой для участников заключительного мероприятия инициативы 2007 года (январь 2008 года), выставка «Новый год в октябре» (октябрь 2008 года)). Благодаря профессионализму и энтузиазму сотрудников 20 компаний – участниц инициативы «Благотворительность вместо сувениров» поддержали фонд в 2007 году, в 2008-м – уже 34 компании выбрали «Подари жизнь» в качестве благополучателя.*

*Другой благотворительный фонд – Даунсайд Ап – сосредоточил свои усилия на предоставлении для компаний – участниц инициативы «Благотворительность вместо сувениров» возможности заказать замечательные новогодние открытки, которые являются альтернативой фирменных корпоративных открыток.*

**<http://www.downsideup.org>**

Многие компании с удовольствием воспользовались такой возможностью.

*Всемирный фонд защиты дикой природы WWF предлагает компаниям приобрести специальные календари, средства от продажи которых пойдут на помощь исчезающим видам животных.*

**<http://www.wwf.ru>**

*Фонд «Кто, если не я» предлагает компаниям направить сувенирные новогодние бюджеты на конкретные проекты и тем самым внести посильный вклад в дело помощи детям, оставшимся без попечения родителей.*

**<http://www.ktoeslineya.ru>**

*В Центре лечебной педагогики работают арт-мастерские, в том числе интегративная столярная мастерская, где выпускники Центра – уже взрослые люди с особенностями развития – создают потрясающие деревянные игрушки, служащие достойной заменой корпоративным сувенирам.*

**<http://www.ccp.org.ru>**

*«Дети Марии» также предлагают фантастические детские открытки, календари, магниты, авторские работы, которые компании могут подарить своим партнерам на Новый год вместо скучных канцелярских принадлежностей.*

**<http://mariaschildren.ru>**



### 2.3. Координаторы

Наконец, в качестве полноправного участника инициативы «Благотворительность вместо сувениров» могут выступить ресурсные центры, фонды местных сообществ, отдельные некоммерческие организации, готовые выполнять функции своеобразного координатора инициативы на региональном уровне.

Роль координаторов заключается в объединении ресурсов компаний и некоммерческих организаций для продвижения инициативы на местном уровне, популяризации идеи инициативы, оказании консультационной поддержки донорам из числа компаний и партнеров из среды некоммерческих организаций и благотворительных фондов.

В некоторых случаях координаторы могут выступать администраторами пожертвований компаний, произведенных в рамках инициативы «Благотворительность вместо сувениров». Этот подход определяется решением компании привлечь к своей благотворительной деятельности партнера, отвечающего за распределение и ведение благотворительных пожертвований, а не передавать средства напрямую в некоммерческие организации или благотворительные фонды.

CAF Россия как координатор общенациональной инициативы настоятельно просит фонды местных сообществ, ресурсные центры, некоммерческие организации и благотворительные фонды, готовые взять на себя функции координатора инициативы на местном уровне, сообщить об этом решении в CAF Россия и согласовать совместные действия.

Информация о региональных координаторах – партнерах инициативы будет размещена на сайте [www.realgifts.ru](http://www.realgifts.ru), в случае необходимости, будут проведены дополнительные консультации для региональных координаторов.



Подробнее о возможностях региональных координаторов по развитию инициативы можно узнать в разделах «Описание возможных форматов работы с компаниями» (стр. 13), «Рекомендации для региональных координаторов по участию в инициативе» (стр. 21).

### САФ Россия и «Благотворительность вместо сувениров»

САФ Россия является координатором инициативы «Благотворительность вместо сувениров». Наша задача состоит в популяризации идеи «Благотворительность вместо сувениров» в российском бизнес-сообществе, расширении числа участников инициативы и увеличении суммы средств, привлеченных в некоммерческий сектор.

#### В функции координатора входит:

- распространять информацию об инициативе среди бизнеса, НКО, СМИ, государственных и общественных структур;
- оказывать консультационную поддержку компаниям, заинтересованным в участии в инициативе;
- информировать СМИ о ходе инициативы;
- предоставлять компаниям сведения о возможных благополучателях из числа НКО;
- предоставлять сводную отчетность по итогам инициативы (количество компаний, сумма собранных средств, число и названия благополучателей).

САФ Россия не берет на себя функции осуществления контроля за использованием средств, направляемых компаниями в адрес НКО в рамках инициативы.

