



Социальная инициатива российского бизнеса

# БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВМЕСТО СУВЕНИРОВ





# ИСТОРИЯ

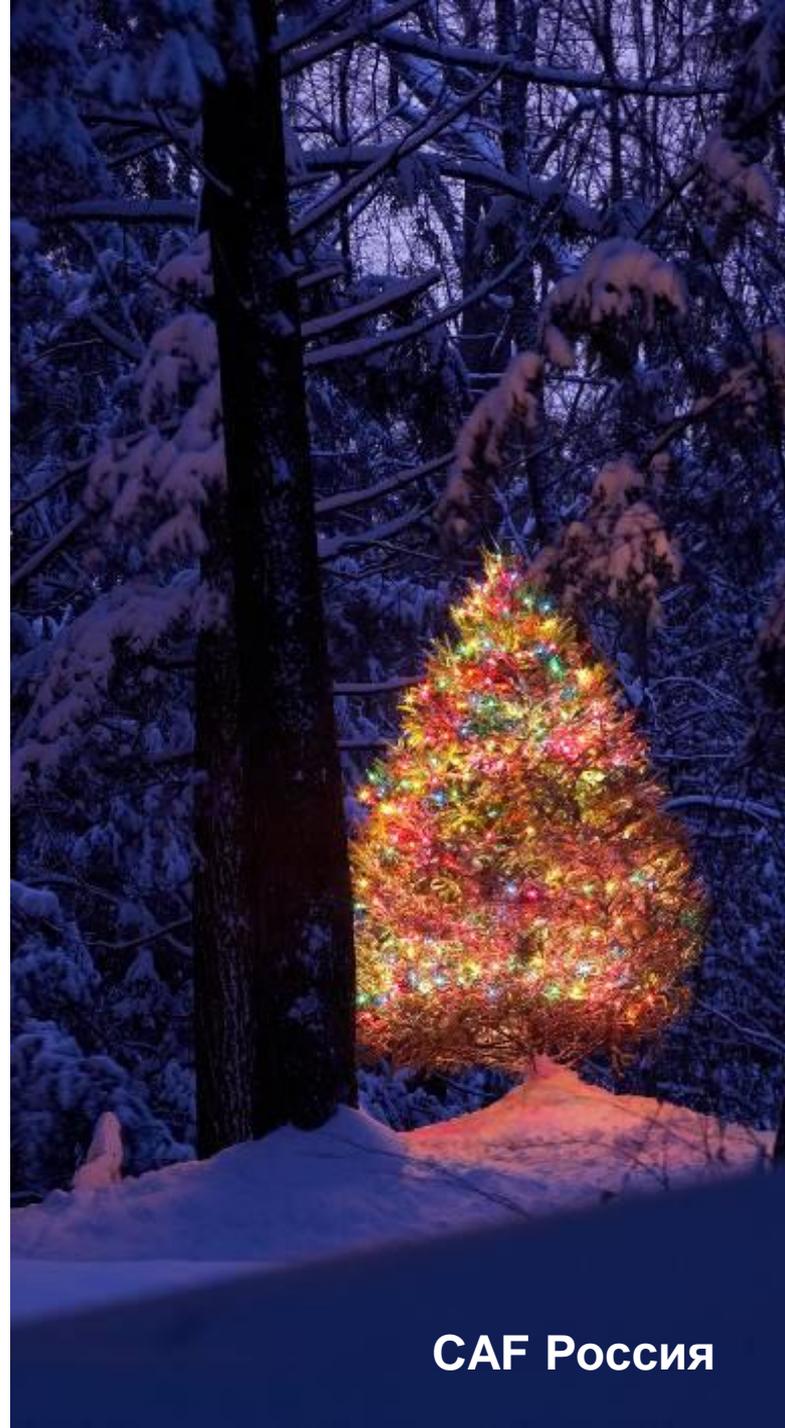
У истоков инициативы стояла консалтинговая фирма PricewaterhouseCoopers (PwC), впервые направившая корпоративный сувенирный бюджет на благотворительность еще в 2005 году.

В 2006 году присоединились компании Тройка Диалог, Издательский дом Independent Media Sanoma Magazines, Группа Интерфакс.

В 2007 году создана Рабочая группа инициативы, куда вошли 6 компаний: Комкон, Ренова, Секвойя, КапиталЪ, PwC, Тройка Диалог. К 2008 году она расширилась за счет участия МДМ-Банка и Группы компаний Компьюлинк.

# ИДЕЯ ИНИЦИАТИВЫ

- ❁ Компании направляют свой новогодний сувенирный бюджет на благотворительность.
- ❁ Участие в инициативе - добровольное решение компаний, которые сами определяют сумму благотворительной помощи и благополучателей.
- ❁ Вместо подарков компании рассылают своим партнерам открытку с информацией о том, куда были направлены «сувенирные» средства.



# ПРИСОЕДИНЕНИЕ К ИНИЦИАТИВЕ

Для того, чтобы стать полноправным участником инициативы, компания должна

сделать 4 простых шага:

- ☺ принять решение участвовать в инициативе,
- ☺ сообщить о своем участии,
- ☺ получить логотип инициативы для размещения его в своих материалах,
- ☺ оплатить счет на медицинское оборудование, игрушки или лекарства.



# ЗАЧЕМ КОМПАНИЯМ УЧАСТВОВАТЬ В ИНИЦИАТИВЕ?



Это прекрасная возможность незаметно для бюджета поучаствовать в добром деле, и правильно распорядиться средствами и направить их тем, кто сегодня нуждается в поддержке.



**Подарки могут приносить настоящую радость!**

Это понимают и ваши партнеры, получившие красочную открытку с информацией о добром деле вместо традиционных календарей и ежедневников.

# ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ



-  Не существует **минимальной суммы** сувенирного бюджета: это может быть десять тысяч рублей или сотни тысяч долларов.
-  **Нет обязательного перечня** благополучателей. Компания сама решает, в чей адрес направить пожертвования.
-  Партнеры и клиенты, получившие открытку вместо подарка, **чувствуют свою причастность к доброму делу** и рады возможности оказать помощь нуждающимся, пусть и опосредованно.
-  Компания, направившая сувенирный бюджет на благотворительность, сама определяет, **кого и как информировать** об участии в инициативе (сайт, открытки, информационные материалы).





# РЕЗУЛЬТАТЫ



2007 год – **97 компаний**, порядка **70 000 000** рублей

2008 год - **175 компаний**, свыше **111 000 000** рублей.

Общее количество компаний, участвовавших за 2 года в инициативе - 272. Сумма привлеченных средств превысила 180 000 000 рублей.

Эти средства были направлены в детские дома, благотворительные фонды и некоммерческие организации (188 благополучателей по всей России).



**Дарите радость тем, кто в ней нуждается!**



# ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

[www.realgifts.ru](http://www.realgifts.ru) / +7 495 792 5929

**В Балашихинском районе**

**[www.balss.ru](http://www.balss.ru) / 8-909-688-81-68**

