



САФ Россия

социальная инициатива российского бизнеса

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВМЕСТО СУВЕНИРОВ





БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВМЕСТО СУВЕНИРОВ



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.



ИСТОРИЯ



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

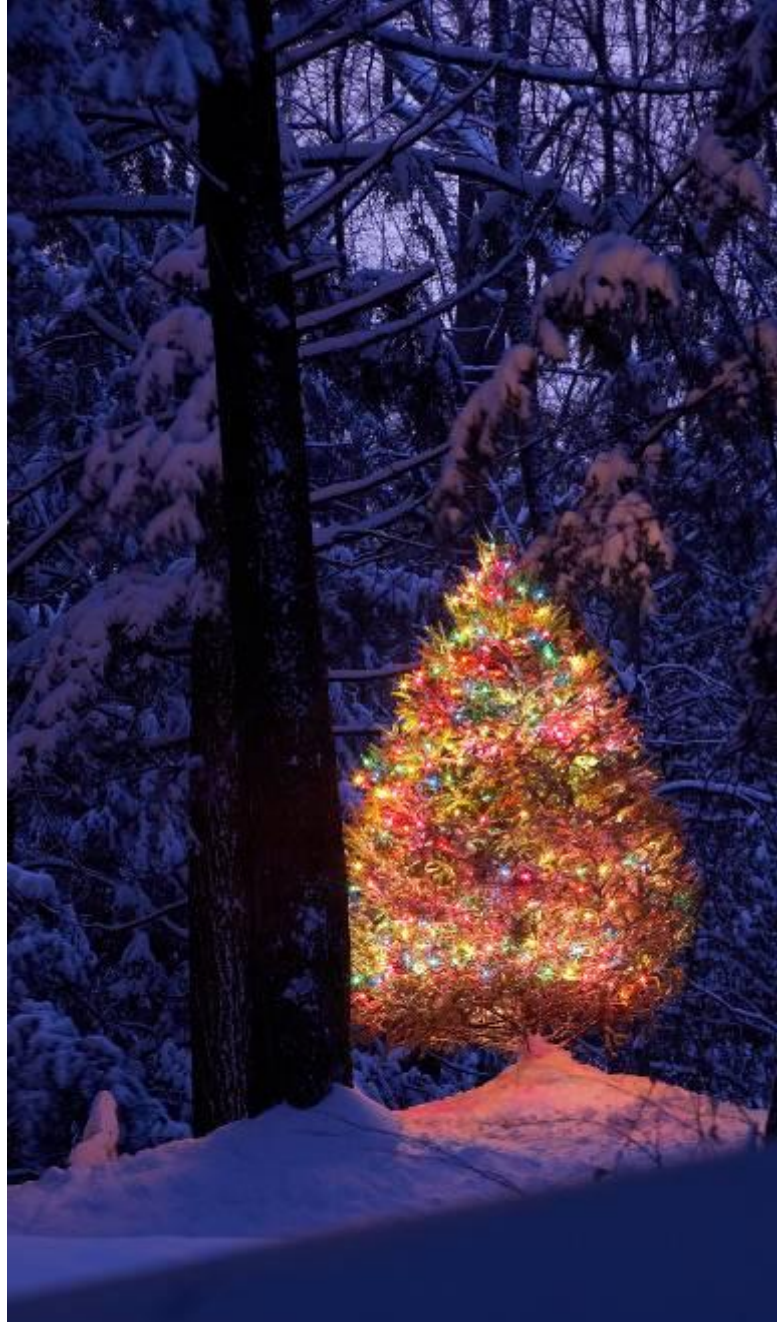
В 2006 году присоединились компании Тройка Диалог, Издательский дом Independent Media Sanoma Magazines, Группа Интерфакс.

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
- ☺ выслать в адрес САФ Россия письмо с информацией о своем участии
- ☺ получить логотип инициативы для размещения его в своих материалах
- ☺ перечислить средства адресатам помощи





ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Если компания не определилась с благополучателем, то САФ Россия готов оказать компаниям содействие в выборе адресатов оказания помощи.

Также компании, которые хотят что-то подарить своим партнерам, могут рассмотреть возможность приобретения альтернативных сувениров и открыток, выполненных некоммерческими организациями и благотворительными фондами.



ЗАЧЕМ КОМПАНИЯМ УЧАСТВОВАТЬ В ИНИЦИАТИВЕ?



Это прекрасная возможность в условиях сокращения бюджетов (в том числе и благотворительных) не отказываться от добрых дел, а правильно распорядиться средствами и направить их тем, кто сегодня - как никогда - 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 / +7 495 792 5929

