



ФОНД
НЕКОММЕРЧЕСКИХ
ПРОГРАММ

ДИНАСТИЯ



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

ФОНД «ДИНАСТИЯ»

- Фонд «Династия» - один из первых семейных благотворительных фондов в России
- Фонд основан в 2001 году Д.Б. Зиминим, основателем компании Вымпелком
- Стратегия фонда – поддержка российской науки и предотвращение утечки мозгов
- Фонд «Династия» - первый российский фонд, возглавивший Форум Доноров, ассоциацию крупнейших благотворительных организаций, работающих в России



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

ЧТО ТАКОЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЙ СЕКТОР?

- Сегодня в России существует довольно развитый по структуре и формам деятельности сектор благотворительной и некоммерческой деятельности:
 - Общий объем сектора – **1,5 млрд. долларов** в год
 - **Более 500** активно действующих российских и зарубежных некоммерческих организаций (*Открытая Россия, Фонд Потанина, фонд Форда, фонд МакАртура и т.д.*)
 - **Более половины** объема некоммерческих и благотворительных проектов финансируются корпорациями (РУСАЛ, СУАЛ, Северсталь, ВАТ и др.)



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

ТИПЫ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

- По основным целям:
 - **Благотворительные проекты** – проекты, связанные с получением общественной пользы (стипендии для студентов фонда Потанина; публичные лекции фонда «Династия»)
 - **Некоммерческие проекты** – проекты, чьи цели не связаны общественной пользой, но и не приносят прибыли (стрельба по глиняным тарелочкам)



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

ТИПЫ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ - 2

- По источнику финансирования:
 - **Проекты благотворительных организаций** – содержание проекта соответствует основной стратегии организации
 - **Корпоративные благотворительные проекты** – в рамках стратегии благотворительной деятельности организации или на усмотрение маркетингового отдела и (или) высшего управляющего органа, напр., Совета Директоров
 - **Некоммерческие проекты корпораций и частных лиц** – цели проекта остаются на усмотрение обладателя ресурсов



ФАКТОРЫ УСПЕХА

Факторы успеха некоммерческого проекта как инструмента управления имиджем (*на примере корпорации*):

- Личная заинтересованность в теме проекта лица, принимающего решения
- Креативная идея как содержательная основа проекта
- Правильный баланс внешних и внутренних пиар-целей и собственных целей проекта
- Возможность заранее установить критерии успеха по всем видам целей и продемонстрировать их по ходу дела и после
- Возможность достичь видимого для источника ресурсов результата в обозримые сроки
- «Экономическая эффективность»



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

СПЕЦИФИКА РОССИИ

- Достаточность собственных ресурсов
- Невысокий уровень профессионализма специалистов некоммерческого сектора
- Недоверие к бизнесу и к некоммерческому сектору со стороны населения, низкая осведомленность
- Тривиальность и невысокая эффективность используемых проектных решений (апельсины для детского дома, реанимобиль для родного города и т.д.)
- Небольшое количество собственных сильных и оригинальных идей
- Дефицит разработчиков и организаторов проектов: спрос превышает предложение



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

ИНТЕРЕСНЫЕ ПРИМЕРЫ

- Проект корпорации РУСАЛ: «**100 классных проектов**»
- Частный некоммерческий проект, переросший в независимый некоммерческий фонд – «**Московское время**»
- Международный партнерский проект нескольких фондов и компаний – «**Ралли белых ночей**»



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

100 КЛАССНЫХ ПРОЕКТОВ

- *Источник финансирования:* РУСАЛ, в рамках стратегии благотворительной деятельности
- *Автор идеи:* РУСАЛ
- *Организатор:* Charities Aid Foundation (CAF)
- *Проект:* открытый конкурс общественно-полезных инициатив школьников Сибири, ежегодно награждаются 100 школьных классов; через кампанию в прессе объявляются результаты
- *Креативная идея:* в отборе принимают участие дети сотрудников РУСАЛа
- *Репутационный и пиар-эффект:* факт участия детей в отборе придает прозрачности и повышает уровень доверия к проекту и компании; рег. пресса бесплатно освещает процесс отбора и итоги; проект популярен среди сотрудников компании, т.к. вовлечены их дети
- *Бюджет проекта:* to be confirmed



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

«МОСКОВСКОЕ ВРЕМЯ»

- *Источник финансирования:* Д.Б. Зимин, Фонд «Династия»
- *Автор идеи:* сначала - Д.Б. Зимин, затем - пиар-агент, менеджер проекта
- *Организатор:* пиар-агент заказчика, компания «Процесс-Маркетинг», затем агентство «Ньютон»
- *Проект:* коллекция любительских парных фотографий старой и современной Москвы 1913 и 2003 гг., дополненная цитатами из русской и современной литературы, портреты москвичей тогда и сейчас. Продукты проекта включают: собственно коллекцию фотографий, художественный альбом, постер-бук, CD с мультимедиа презентацией. Формат - выставки
- *Креативная идея:* открытие первой выставки в музее-квартире Пушкина, идея «параллельного» музея (за стеклом – выставка той же коллекции с посетителями 1913 г.), «бабушкины» фото, фуршет 1913 г.



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

«МОСКОВСКОЕ ВРЕМЯ» - 2

- *Репутационный и пиар-эффект:* «душевный, интеллигентный и красивый проект», 2-часовая очередь на выставку под дождем, исторический рекорд посещения в музее, освещение в прессе, ДБ. Зимин подтвердил свою репутацию старого москвича и знатока Москвы; приглашения от Лондона, Нью-Йорка и Иерусалима повторить выставку там. На сегодня один из самых известных проектов Зимина.
- *Бюджет проекта:* первое открытие – 26 тыс. долл.; сейчас проект стоит 250 тыс. долл. в год, из которых около 30% связано с организацией мероприятий и пиаром, остальное - производство.
- *Эволюция проекта:* начался как идея собственника, затем был передан в управление фонда «Династия» с привлечением профессиональных пиарщиков, затем выделен в отдельный фонд с независимым финансированием и менеджментом, при этом директором фонда стал менеджер проекта со стороны пиар-агентства Д. Перетьяко



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

МОТОПРОБЕГ

«РАЛЛИ БЕЛЫХ НОЧЕЙ»

- *Источники финансирования:* «Династия», DMW, NedLloyd, ДВМП, Альфа-банк и еще более 20 российских и британских компаний и частных лиц
- *Автор идеи:* лорд Николас Фейрфакс
- *Организатор:* агентство «Ньютон» (CAF как charity beneficiary)
- *Проект:* Группа британских лордов проехала по России от Владивостока до Санкт-Петербурга на мотоциклах BMW. По ходу движения они вручали сертификаты на получение грантов местным детским организациям, победившим в заблаговременно организованном конкурсе социальных проектов. За время проекта (2 мая – 12 июня 2005 г.) силами «Ньютона» было организовано 11 пресс-конференций и более 20 встреч с местными администрациями, грантополучателями и представителями бизнес-сообщества
- *Креативная идея:* лорды на дорогах России + благотворительность
- *Пиар-эффект:* более 1000 публикаций по всей России, высокий интерес со стороны местных и федеральных СМИ, пиар местных детских организаций
- *Бюджет проекта:* благотв. бюджет – 850 тыс. долл., пиар-бюджет – 20 тыс. долл.



ФОНД НЕКОММЕРЧЕСКИХ ПРОГРАММ «ДИНАСТИЯ»

КОНТАКТЫ

- **Спасибо за внимание!**

- Елена Чернышкова
 - Исполнительный директор фонда «Династия»
 - Lench@dynastyfdn.com
 - Тел.: 251-9299
 - Факс: 251-5386