

Утверждена Приказом
№ 5-СЕО-П01-34/16
от 11.01.2016

Политика благотворительной деятельности компании «МегаФон»

Содержание

1. Почему «МегаФон» занимается благотворительностью.....	2
2. Цель и задачи благотворительной деятельности компании.....	2
3. Цель настоящей Политики	3
4. Определения.....	4
5. Координация благотворительной деятельности в Компании	5
6. Основные направления благотворительной деятельности Компании	6
7. Основные принципы, влияющие на принятие решения о поддержке или реализации благотворительных программ и проектов	7
8. Процесс отбора отдельных проектов для финансирования.....	9
9. Взаимодействие с заинтересованными сторонами.....	9
Приложение № 1: Форма запроса на оказание благотворительной помощи	11

1. Почему «МегаФон» занимается благотворительностью

«МегаФон» – федеральный оператор мобильной связи в России. В основе нашей работы – создание ценностей в виде высокого качества информационно-коммуникационных услуг для клиентов, выгодных дивидендов для акционеров, достойных рабочих мест для сотрудников, социальных инвестиций для страны и ее населения.

Следуя принципам устойчивого развития, принятым Социальной хартией российского бизнеса, мы считаем своей обязанностью вносить вклад в социальное благополучие, в том числе местного сообщества, где представлен наш бизнес.

Благотворительная деятельность «МегаФона» является неотъемлемой частью корпоративной социальной ответственности Компании и приоритетом, которым руководствуются сотрудники МегаФона и его дочерних обществ, руководство Компании и акционеры.

В свою очередь, ведение системной благотворительной деятельности способствует укреплению связей компании с общественными организациями, властью, существующими и потенциальными клиентами, жителями регионов России.

2. Цели и задачи благотворительной деятельности компании

Цели благотворительной деятельности «МегаФона» -

- Используя компетенции бизнеса, способствовать решению острых социальных проблем населения, проживающего на территории действия сети оператора;
- Содействовать формированию компетентного сообщества благотворителей в России, в том числе повышению грамотности некоммерческих общественных организаций в их взаимодействии с бизнесом.

Наша благотворительная деятельность связана со спецификой нашего бизнеса и, в первую очередь, способствует устранению барьеров в коммуникации между отдельными социальными группами, укреплению общественных связей.

В соответствии с поставленной целью «МегаФон» определил для себя следующие **задачи**:

- 1) выявлять и системно решать острые проблемы незащищенных социальных групп в рамках направлений благотворительной деятельности, определенных Компанией;
- 2) способствовать достижению максимальной результативности и получению социального эффекта реализуемых/поддерживаемых благотворительных программ;
- 3) налаживать и укреплять связи в сообществе благотворителей и некоммерческих общественных организаций с целью обмена успешным опытом и повышения уровня компетенций в области благотворительной деятельности в России.

3. Цель настоящей Политики

Цель «Политики благотворительной деятельности компании «МегаФон» (далее – Политика) - создание максимально эффективного, простого и прозрачного механизма планирования и эффективного управления затратами на оказание благотворительной помощи со стороны ПАО «МегаФон».

Политика является базовым документом ПАО «МегаФон» (далее – «МегаФон» или Компания), определяющим деятельность Компании в области благотворительности. Ожидается, что подконтрольные Компании юридические лица, доля прямого или косвенного участия МегаФона в уставных капиталах которых превышает 50%, будут руководствоваться нормами данной Политики при осуществлении деятельности в области благотворительности в порядке и на условиях, установленных их учредительными или внутренними документами.

Политика регламентирует взаимоотношения со всеми **заинтересованными сторонами** благотворительной деятельности Компании: благотворительными организациями, местными сообществами, представителями власти, акционерами, сотрудниками Компании, Благотворительным комитетом, клиентами и партнерами, средствами массовой информации.

4. Определения

«Благотворительная помощь» – добровольная деятельность Компании (или ее сотрудников) по бескорыстной передаче денежных средств, предоставлению имущества и услуг благотворительным организациям (в том числе услуг связи), а также деятельность по оказанию иной помощи в целях поддержки социально-значимых некоммерческих проектов в различных областях.

При этом Услуги связи могут быть предоставлены напрямую получателю помощи (физическому или юридическому лицу) – участнику благотворительной программы, соответствующей основным направлениям благотворительной деятельности Компании, по решению Благотворительного комитета.

К благотворительной помощи не относятся:

- коммерческое спонсорство (в том числе спонсорство спортивных проектов: соревнований, клубов и федераций, а также спонсорство мероприятий для корпоративных клиентов);
- участие в отраслевых выставках, форумах и конференциях;
- членские взносы в ассоциации и организации;
- покупка билетов или оплата участия сотрудников, партнеров или иных третьих лиц в мероприятиях, не являющихся благотворительными;
- предоставление услуг связи организациям и мероприятиям, не являющимися благотворительными.

Получатели благотворительной помощи от «МегаФона»

Благотворительная помощь может быть предоставлена Компанией только благотворительным организациям.

Благотворительные организации – это неправительственная (негосударственная и немунципальная) некоммерческая организация, созданная для реализации предусмотренных Федеральным законом от 11 августа 1995 года N 135-ФЗ целей, путём осуществления благотворительной деятельности в интересах общества в целом или отдельных категорий лиц.

Благотворительные организации создаются в формах общественных организаций (объединений), фондов, учреждений и в иных формах, предусмотренных федеральными законами для благотворительных организаций.

Благотворительная организация может создаваться в форме учреждения, если ее учредителем является благотворительная организация.

Компания не оказывает благотворительную помощь:

- напрямую частным лицам (за исключением предоставления помощи в виде услуг связи);
- коммерческим организациям;
- проектам в поддержку религиозных целей;
- организациям и представителям законодательной, судебной и исполнительной власти, а также политическим организациям, партиям и движениям, кандидатам на выборные должности государственной или муниципальной службы.

5. Координация благотворительной деятельности в Компании

Решение о финансировании благотворительных проектов принимает Благотворительный комитет компании, состав которого утвержден приказом ПАО «МегаФон» №5-СЕО-П08-23/13 от 13.08.2013г. Благотворительный комитет и его председатель обеспечивают рассмотрение проектов всеми функциями компании.

Общую координацию благотворительной деятельности «МегаФона» и филиалов компании осуществляет функция по Связям с общественностью Головного офиса компании.

Финансирование благотворительных программ/проектов осуществляется из средств единого благотворительного бюджета Компании, который утверждается Советом директоров, является фиксированным и планируется на год. Региональные благотворительные проекты также финансируются из консолидированного благотворительного бюджета через филиалы компании. Ответственным за распределение благотворительного бюджета является функция по Связям с общественностью Головного офиса ПАО «МегаФон».

6. Основные направления благотворительной деятельности Компании

«МегаФон» как один из крупнейших представителей телекоммуникационной отрасли обладает рядом компетенций и ресурсов, которые могут способствовать получению наибольшего социального эффекта при реализации благотворительных программ и проектов. Среди них:

- Компания с федеральной представленностью, что дает возможность продвижения успешных практик на территории страны;
- доверие к бренду, созданное более чем 20-летним опытом работы, способствует устойчивости программ;
- 75 млн. абонентов и широкая сеть информационных партнеров, которые создают возможность влиять на общественное мнение и формировать понимание в области благотворительной деятельности;
- опыт реализации масштабных социальных и благотворительных проектов на территории всей России;
- экспертиза и профессиональные компетенции сотрудников;
- финансовые возможности (ежегодный благотворительный бюджет);
- современные технологии (интернет, связь), благодаря которым Компания может реализовать программы дополнительного онлайн образования, организовать интернет-классы, предоставить короткие номера для сбора средств, специальные тарифы на связь;
- инновационная и научно-техническая база для создания специальных продуктов и услуг для благотворительных целей (например, создание мобильных приложений);
- экспертиза в области мобильных технологий связи (возможность проведения и использования результатов исследований, оценка качества программных продуктов для пользователей).

Для достижения поставленных целей с учетом компетенций МегаФона, мы сконцентрировали усилия на решении острых социальных проблем в следующих направлениях:

- 1) Помощь детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей в возрасте от 10 до 21 года:
 - Программы содействия семейному устройству;
 - Программы, способствующие повышению уровня образования;
 - Программы, способствующие формированию социальных контактов (социальная адаптация, спорт, культура, специальные цифровые технологии и сервисы);
- 2) Поддержка людей с ограниченными возможностями здоровья:
 - Программы, направленные на ликвидацию барьеров во взаимодействии с обществом и на создание социальных контактов (социальная адаптация, спорт, культура, специальные цифровые технологии и сервисы);
 - Программы дополнительного образования с целью трудоустройства;
 - Предоставление механизмов привлечения финансов на лечение тяжело больных детей;
- 3) Помощь сотрудникам компании в трудных жизненных ситуациях;
- 4) Помощь жертвам катастроф.

8. Основные принципы, влияющие на принятие решения о поддержке или реализации благотворительных программ и проектов

- 8.1. Мы используем системный подход к благотворительной деятельности. Для Компании важен долгосрочный эффект от благотворительных программ и проектов.
- 8.2. Благотворительные программы и проекты «МегаФона» должны быть эффективными и устойчивыми, приносить максимальную отдачу (социальный эффект):
 - а. Мы приветствуем совместное участие в благотворительном проекте с другими благотворителями, способствуем привлечению сотрудников Компании в качестве волонтеров, а также ресурсов частных благотворителей через краудфандинговые электронные площадки;

b. Мы проводим диалоги со всеми заинтересованными сторонами для определения потребностей и выявления наиболее эффективных практик решения проблемы.

8.3. Распространение успешных практик. Программы должны обладать потенциалом к распространению на территории страны.

Критерии поддержки благотворительных проектов

Системные благотворительные проекты, которые поддерживает Компания, должны:

- 1) соответствовать основным направлениям (см.п.7 настоящей Политики) благотворительной деятельности;
- 2) воздействовать на решение нескольких проблем в рамках конкретного направления;
- 3) иметь потенциал изменить ситуацию к лучшему и возможность развития в среднесрочной перспективе (Компания не поддерживает сторонние акции, конкурсы, фестивали, праздники, конференции и другие подобные мероприятия);
- 4) предусматривать возможность использования компетенций Компании и вовлечения ее сотрудников в регионе реализации проекта;
- 5) охватывать несколько территорий либо иметь возможность распространения практики в другие регионы;
- 6) предусматривать участие/интерес региональных и федеральных властей;
- 7) иметь гарантии надежности получателя помощи и/или партнера по благотворительной деятельности, заранее подтверждающие результативность и целевой характер использования ресурсов, которые будут предоставлены Компанией. Мы работаем только с благонадежными фондами и НКО;
- 8) мы выстраиваем прозрачную систему финансирования. Все наши пожертвования на благотворительные проекты должны подтверждаться отчетами о полученных результатах и бухгалтерской документацией, которые гарантируют целевое использование пожертвований.

9. Процесс отбора отдельных проектов для финансирования

- 1) Инициаторы благотворительных проектов, реализуемых в регионах присутствия Компании, предоставляют документы в соответствии с Запросом на оказание благотворительной помощи (см. Приложение №1 к настоящей Политике) сотруднику функции по Связям с общественностью филиала, в компетенцию которого входит реализация социальных программ и специальных проектов.
- 2) Инициатором благотворительного проекта может быть некоммерческая организация, сотрудники и акционеры Компании. Заполненный Запрос на оказание благотворительной помощи (см. Приложение №1 к настоящей Политике) можно направить на электронный адрес dobro@megafon.ru.
- 3) Функция по Связям с общественностью филиала осуществляет первоначальную оценку проекта на соответствие критериям поддержки благотворительных проектов (см.п.8 настоящей Политики) и основным направлениям благотворительной деятельности Компании (см.п.7 настоящей Политики).
- 4) Для оценки целесообразности и эффективности благотворительного проекта функция по Связям с общественностью филиала осуществляет консультации с другими подразделениями компании и при необходимости привлекает внешних экспертов.
- 5) Благотворительные проекты, прошедшие согласование филиала компании, представляются на рассмотрение Благотворительного комитета. Для принятия решения о поддержке проекта члены Благотворительного комитета могут запросить дополнительную информацию или документы от организации-получателя помощи.
- 6) Рассмотрение благотворительных проектов к поддержке осуществляется в основном в период с декабря по июнь. Порядок инициирования и согласования благотворительной помощи внутри компании определен в Приложении №2 к настоящей Политике.

10. Взаимодействие с заинтересованными сторонами

В процессе отбора, разработки и реализации благотворительных программ проводятся консультации с заинтересованными сторонами, в том числе с компетентными сотрудниками Компании, экспертным сообществом - представителями ведущих международных и

российских некоммерческих организаций, профильных государственных структур и территориальных органов государственной власти.

В ходе реализации благотворительных программ Компания стремится привлекать партнеров, которые разделят с нами ответственность за долгосрочность этих программ: деловых партнеров, некоммерческие организации, СМИ, заинтересованные государственные структуры.

«МегаФон» способствует вовлечению своих сотрудников в благотворительную деятельность и формированию их активной гражданской позиции.

«МегаФон», используя свои технологические возможности, привлекает к участию в благотворительной деятельности своих клиентов путем создания механизмов сбора средств на благотворительные программы и акции.

По результатам проведенных благотворительных программ «МегаФон» может проводить онлайн/офлайн опросы заинтересованных сторон с целью выявления степени удовлетворенности программой. Полученные данные используются для принятия решения о продолжении программы, внесении изменений в ее содержание или смене партнеров.

Форма запроса на оказание благотворительной помощи

ЗАПРОС НА ОКАЗАНИЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ПОМОЩИ

Перед заполнением запроса **внимательно ознакомьтесь с Политикой благотворительной деятельности компании «МегаФон»** и убедитесь, что проект соответствует одному из наших приоритетных направлений.

После этого заполните максимально четко и кратко все поля в представленной ниже форме. Подробное описание проекта, смета расходов на проект и сведения о деятельности фонда предоставляются отдельно.

НАПРАВЛЕНИЕ ПОМОЩИ	БЮДЖЕТ, руб. / год	
ДАТА	РЕГИОН	
1.	НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ:	
2.	НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:	
3.	ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Актуальность проекта (объективно-обусловленная потребность в его реализации для вашего региона)</u> - <u>Цели проекта (на решение каких проблем направлен проект)</u> - <u>Конкретные задачи</u> - <u>Этапы проекта (мероприятия в соответствии с календарным графиком)</u> - <u>Методы реализации задач, применяемые методики</u> - <u>Возможность использования компетенций компании</u> - <u>Ожидаемые результаты (количество участников, вовлеченных специалистов, волонтеров, мероприятий, партнеров и т.д.)</u> - <u>Ожидаемый социальный эффект благотворительного проекта, в т.ч.:</u> <ul style="list-style-type: none"> - <i>изменение состояния/статуса благополучателей в результате участия в программе,</i> - <i>что изменится в жизни благополучателей и местного сообщества в целом,</i> - <u>Развитие и перспективы, в т.ч. возможность тиражирования практики</u> 	
4	ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ РАСХОДОВ СОГЛАСНО СМЕТЕ: <i>(подробную смету расходов приложите отдельно)</i>	
5	СОТРУДНИЧЕСТВО С РЕГИОНАЛЬНЫМИ И ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ВЛАСТЯМИ В РАМКАХ ПРОЕКТА: <i>(если «да» – указать, с кем именно и в чем проявляется взаимодействие)</i>	
7	СОТРУДНИЧЕСТВО С ДРУГИМИ ПАРТНЕРАМИ В РАМКАХ ПРОЕКТА: <i>(если «да» – указать, с кем именно и в чем проявляется взаимодействие)</i>	
8	УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА, ВОЗМОЖНОСТЬ ВОВЛЕЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ МЕГАФОНА: <i>(если «да» – указать, каким образом осуществляется вовлечение волонтеров и предполагаемое количество волонтеров)</i>	
8	ОСВЕЩЕНИЕ ПРОЕКТА В СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: <i>(если «да» – указать, каким образом осуществляется информирование о проекте)</i>	
9	ОПИСАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (КРАТКО): <ul style="list-style-type: none"> - <u>год основания:</u> - <u>ключевые направления деятельности:</u> - <u>реализованные проекты по данному направлению:</u> - <u>является ли организация благотворительной (некоммерческой) по орг. структуре? да/нет</u> - <u>занимается ли организация религиозной или политической деятельностью? да/нет</u> - <u>получала ли организация благотворительную помощь от компании в прошлом? да/нет</u> - <u>сайт организации</u> 	

10.	МЕХАНИЗМЫ КОНТРОЛЯ ЗА РАСХОДОВАНИЕМ СРЕДСТВ:	
11.	ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ	<ul style="list-style-type: none">- Описание организации- Описание проекта- Письмо в «МегаФон» с просьбой о помощи- Смета (<u>отдельным файлом</u>)	