

Утверждена Приказом
№ 5-СЕО-П09-01/17
От 01.09.2017

Политика благотворительной деятельности компании «МегаФон»

Содержание

| | |
|---|----|
| 1. Почему МегаФон занимается благотворительностью..... | 3 |
| 2. Цель и задачи благотворительной деятельности компании..... | 3 |
| 3. Цель настоящей Политики | 4 |
| 4. Определения..... | 4 |
| 5. Координация благотворительной деятельности в Компании | 6 |
| 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..... | 10 |
| Приложение № 1: Форма запроса на оказание благотворительной помощи | |

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.

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, партиями 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, 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;
- 77 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;

3) Помощь сотрудникам компании в трудных жизненных ситуациях;

4) Помощь жертвам катастроф.

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

7.1. Мы используем системный подход к благотворительной деятельности. Для Компании важен долгосрочный эффект от благотворительных программ и проектов.

7.2. Благотворительные программы и проекты МегаФона должны быть эффективными и устойчивыми, приносить максимальную отдачу (социальный эффект):

- a. 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.

7.3. 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.

8. 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, ведущая активную деятельность не менее 1 года, 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 октября по июнь. Порядок инициирования и согласования благотворительной помощи внутри компании определен в Приложении №2 к настоящей Политике.

9. 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, может привлекать 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.

Приложение № 1

К Политике благотворительной деятельности компании «МегаФон»

Форма запроса на оказание благотворительной помощи
ЗАПРОС НА ОКАЗАНИЕ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ПОМОЩИ

Перед заполнением запроса **внимательно ознакомьтесь с Политикой благотворительной деятельности МегаФона** 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, календарный план мероприятий и сведения о деятельности фонда предоставляются отдельно.

| | | | |
|--|---------------------------|--------------------------|------------------------------|
| НАПРАВЛЕНИЕ ПОМОЩИ | БЮДЖЕТ, руб. / год | ФИЛИАЛ, Инициатор | БЮДЖЕТ ОДОБРЕНО, руб. |
| ДАТА | РЕГИОН | ЮРИДИЧЕСКОЕ ЛИЦО | |
| ПОЛНОЕ НАЗВАНИЕ И САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ, ССЫЛКИ НА СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: | | | |
| НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА: | | | |
| НАПРАВЛЕНИЕ (в соответствии с направлениями благотворительной деятельности Компании): | | | |
| РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА: (ФИО (полностью), должность в организации, e-mail, телефон) | | | |
| СРОК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА: | | | |
| ТЕРРИТОРИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА: | | | |
| ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ: Общий бюджет проекта, Запрашиваемые средства, Софинансирование (собственные ресурсы/вклад партнеров) (подробную смету расходов приложите отдельно) | | | |
| ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Актуальность проекта (объективно-обусловленная потребность в его реализации для вашего региона и выбранной целевой аудитории).</u> - <u>Социальная проблема, на решение которых направлен проект.</u> - <u>Конечная цель проекта.</u> - <u>Конкретные задачи.</u> - <u>Целевая аудитория проекта (опишите состав, численность благополучателей, процесс отбор участников проекта или получателей услуг).</u> - <u>Команда проекта (ФИО сотрудников/привлеченных специалистов, должность, зона ответственности в проекте).</u> - <u>Этапы проекта (мероприятия в соответствии с календарным графиком приложите отдельно).</u> - <u>Методы реализации задач, применяемые методики.</u> - <u>Возможность использования компетенций компании.</u> - <u>Ожидаемые количественные результаты (количество благополучателей, проведенных мероприятий и т.д.)</u> - <u>Ожидаемый социальный результат благотворительного проекта (измеримые изменения с помощью интервью, анкет, фокус-групп, наблюдений), 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> - <i>устойчивость достигнутого социального результата, изменений после завершения проекта.</i> | | | |
| РИСКИ ПРОЕКТА И МЕРЫ ПО ИХ ПРЕОДОЛЕНИЮ: | | | |
| СОТРУДНИЧЕСТВО С РЕГИОНАЛЬНЫМИ И ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ВЛАСТЯМИ В РАМКАХ ПРОЕКТА: (указать, с кем именно и в чем проявляется взаимодействие) | | | |
| СОТРУДНИЧЕСТВО С ДРУГИМИ ПАРТНЕРАМИ В РАМКАХ ПРОЕКТА: | | | |

| | |
|--|---|
| <i>(опишите организации (название) и их вклад в реализацию вашего проекта)</i> | |
| УЧАСТИЕ ВОЛОНТЕРОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА, ВОЗМОЖНОСТЬ ВОВЛЕЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ МЕГАФОНА: <i>(каким образом осуществляется вовлечение волонтеров, предполагаемое количество волонтеров и их роль в проекте)</i> | |
| ОСВЕЩЕНИЕ ПРОЕКТА В СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: <i>(опишите, как будет происходить информирование целевых групп и общественности о реализации вашего проекта)</i> | |
| ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА: <i>(опишите, каким образом предполагается сохранить и расширить достижения данного проекта)</i> | |
| ОПИСАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (КРАТКО): | |
| <ul style="list-style-type: none"> - <u>год основания:</u> - <u>число сотрудников и волонтеров:</u> - <u>ресурсы и источники финансирования:</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> | |
| ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: | |
| ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ | <ul style="list-style-type: none"> - Отчет о работе за предыдущий год. - Описание проекта. - Письмо в ПАО «МегаФон» с просьбой о помощи. - Смета (отдельным файлом) - Календарный план-график мероприятий (отдельным файлом) |