

## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №8154

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА/ПРАКТИКА СОЦИАЛЬНОЙ КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Банк ВТБ, Collection
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Чебоксары, Барнаул
<b>КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА</b>	416
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="http://vtb.ru">http://vtb.ru</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	HeartCoin - инвестиции, которые никогда не обесценятся!
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dmvFZ-D_YCw">https://www.youtube.com/watch?v=dmvFZ-D_YCw</a>

## ЭССЕ НОМИНАНТА

### 1. Описание (не более 3600 знаков с пробелами)

По данным в России почти 20 млн. малоимущих семей, около 7 млн. одиноких пожилых людей, более 400 тыс. детей сирот.

Несмотря на то, что наблюдается тенденция по увеличению числа граждан, помогающих нуждающимся, потребность в решении социальных вопросов высока.

В 2020 году в Collection ВТБ стартовала фундаментальная программа «HeartCoin». Она объединила комплекс мероприятий из самых разных сфер жизни: помощь детям и пожилым, решение экологических проблем регионов, поддержка малоимущих семей.

«HeartCoin» — уникальная программа по многим критериям:

**открытость** — ежегодно мы обсуждаем идеи и предложения с сотрудниками, совместно формируем план акций на год

**внимательность** — мы учитываем интересы и пожелания всех сотрудников. В обсуждении будущих проектов участвует более 400 чел.

**финансирование** — все акции мы проводим на денежные средства сотрудников. За период существования программы мы собрали более 300 тыс. рублей

**доступность** — годовой план в открытом доступе: Telegram-канал, инфо-борды в open- space и комнатах отдыха. Сотрудники выбирают те проекты, в которых они хотели бы принять участие. В результате, более 50% сотрудников участвуют в каждой акции.

Основные драйверы:

- возможность выразить социальную позицию и равнодушие к тому, что нас окружает
- желание привить культуру социальной ответственности внутри команды
- стремление привлечь к участию другие подразделения Банка
- задача укрепить имидж ВТБ и подтвердить репутацию бренда

В «HeartCoin» мы выделяем два направления:

1. **Heart - out** - благотворительные акции помощи и поддержки нуждающимся и экосреде.

**Помощь детям** - мы регулярно приезжаем в детские дома и Центры реабилитации несовершеннолетних. Мы играем с детьми, посещаем вместе с ними кинотеатры. Было проведено 10 акций помощи детям.

**Помощь пожилым** - обеспечиваем дома-пансионаты необходимыми вещами, отмечаем с подопечными интернатов праздники. В период локдауна мы организовали доставку на дом продуктов первой необходимости одиноким пенсионерам. Всего реализовали 4 проекта.

**Помощь малообеспеченным семьям** - ежегодно дарим наборы для школы и творчества, передаем одежду и обувь для семей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации.

**Волонтерство** - мы дорожим памятью наших предков и считаем своим долгом поддерживать в хорошем состоянии монументы участникам ВОВ.

**Донорство** - на постоянной основе участвуем в сдаче крови.

**Эко-инициативы** - заботимся об окружающей среде. Мы высадили более 500 саженцев. Привели в порядок городские территории, убрали от мусора берега водоемов.

**Помощь животным** - не можем оставаться равнодушными к братьям нашим меньшим. Приобрели более 1000 кг корма для приютов, оказали помощь в уходе за животными и нашли хозяев для 5 питомцев.

2. **Heart - inside** - корпоративные мероприятия для улучшения здоровья сотрудников и сплочения коллектива Collection.

**Здоровая команда** - проводим благотворительные турниры среди сотрудников по мини-футболу и волейболу, корпоративные велопробеги, утренние пробежки с командой Банка.

**Корпоративная забота** - поддерживаем сотрудников, оказавшихся в сложных жизненных ситуациях.

Количество людей, которым мы оказали адресную помощь более 800 человек. Мы реализовали более 40 благотворительных акций за время существования «HeartCoin».

«Инвестиции, которые никогда не обесценятся!» — девиз программы. Наша деятельность помогает ощутить заботу, внимание и поддержку тем, кто в этом реально нуждается. Объединение усилий всех и каждого для решения важных социальных и экологических проблем стало нашей ключевой целью.

Детально с деятельностью «HeartCoin», вы можете ознакомиться в презентации и Instagram (#HeartCoinVTBDRV).

## 2. Заинтересованные участники (стейкхолдеры) (не более 1800 знаков с пробелами)

При реализации программы «HeartCoin» мы выделяем два основных круга заинтересованных участников:

1. **Внутренние.** Активно участвуют в проектах и имеют влияние на членов команды для достижения результатов.
  - **Амбассадоры** лидируют и организуют проекты, вовлекают команду в их реализацию. Являются аккумулятором голосов всех сотрудников.
  - **Сотрудники Collection ВТБ** предлагают идеи проектов для программы «HeartCoin», принимают самое активное участие в их реализации.
  - **Руководители** лидируют проекты наравне с амбассадорами. Активно участвуют в подготовке и организации проектов. Поддерживают инициативы сотрудников, масштабируют программу «HeartCoin».
  - **PR-партнеры** помогают популяризировать программу среди всех подразделений, публикуют и освещают все проекты на уровне Банка.
  - **Отдел развития корпоративной культуры** оснащает нас брендированной продукцией, снабжает необходимым инвентарем для экологических акций.
  - **HR бизнес партнеры** используют промоушен нашей программы при подборе персонала.
2. **Внешние.** Не являются прямыми участниками проектов, при этом оказывают значительное влияние в части помощи и реализации проектов.
  - **Клиенты Банка** выбирают социально ответственный бизнес, поддерживают и разделяют социальную политику Банка, которую мы проводим через программу «HeartCoin».
  - **Администрация региона и общественные организации** выступают в качестве партнеров программы. Предоставляют информацию о нуждающихся для оказания адресной помощи, помогают в непосредственной реализации акций.
  - **СМИ** привлекают внимание общественности к существующим проблемам, оказывают информационную поддержку программе, мотивируют остальных к благотворительной деятельности.

Широкий круг заинтересованных участников и правильно выстроенная коммуникация с каждым, помогают стремительному росту популярности «HeartCoin».

### 3. Коммуникации (не более 1800 знаков с пробелами)

82% сотрудников Collection ВТБ – поколение Y. Это определяет необходимость применения новых, современных, технологичных форм взаимодействия. При выстраивании коммуникаций с сотрудниками, мы активно используем следующие каналы:

**Telegram канал** - ключевой (подписаны 95% сотрудников). В нем обсуждаем предстоящие мероприятия, проводим опросы и получаем feedback в рамках всех благотворительных акций «HeartCoin».

**Instagram** - дополнительный канал. В своих личных аккаунтах, а также на нашей официальной странице **#HeartCoinVTBDRV**, мы публикуем фото и видео, делимся эмоциями, радуемся и гордимся результатами проведенных мероприятий.

**Корпоративная внутренняя почта** — в целях 100% информирования всех сотрудников. Перед запуском каждой акции мы рассылаем инфо-борд: точные координаты места проведения, даты, ключевую информацию о мероприятии, контакты для связи.

**Инtranет-портал Банка** — освещаем деятельность «HeartCoin» на десятки тысяч сотрудников Банка ВТБ по всей России, демонстрируем варианты решения социальных и экологических проблем, призываем их к участию.

**Внутренняя пресса/корпоративный журнал** - на страницах корпоративных изданий мы детально рассказываем о проектах.

**Регулярные Meet-up** — проводим регулярные встречи с командами и амбассадорами для подведения итогов по проведенным акциями и планирования предстоящих проектов.

**Инфо-борды и экраны** - размещаем плакаты анонсов всех запланированных проектов в комнатах отдыха и open-space.

Комплексный подход применения различных каналов связи позволяет нам сделать программу доступной и привлекательной для 100% сотрудников Collection ВТБ. Дополнительные инфо-поводы способствуют формированию открытых и дружественных взаимодействий, создающих высокий уровень доверия среди сотрудников.

### 4. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

О результатах нашей деятельности лучше всего скажут цифры. За два года активной деятельности «HeartCoin»:

- более 800 людей, которым мы помогли
- более 600 участников благотворительных акций
- более 300 тысяч собранных денежных средств
- более 40 реализованных проектов:
  - 90% организовали и провели самостоятельно
  - 10% совместно с общественными организациями и администрациями регионов
- более 20 благодарственных писем

Реализация нашей программы оказала значительное влияние на разные сферы:

#### **Влияние на общество и экологию:**

Мы не только обратили внимание людей на существующие социальные и экологические проблемы,

но и занялись их непосредственным решением. «От слов к делу!» – неизменный принцип программы «HeartCoin».

- *Люди получили адресную помощь:*

**Для 160 детей** из детских домов и Центров реабилитации несовершеннолетних были закуплены наборы для школы и творчества, игрушки. Были организованы походы в кинотеатры

**Для 140 малоимущих семей** переданы одежда и вещи первой необходимости

**Для 100 пенсионеров** была организована передача продовольственных наборов в период локдауна

- *Решили экологические вопросы и помогли братьям нашим меньшим:*

**500 саженцев** высадили в лесах

**15 грузовиков мусора** вывезли из леса, природных водоемов и городских парков. Очистили значимые для регионов прибрежные территории и водоемы

**4 Га леса** очистили от мусора

**3 приюта** перешли под шефство «HeartCoin»

- *Информационные поводы в рамках программы вызвали рост публикаций и обсуждений в социальных сетях и СМИ*

**сотни публикаций** в Telegram, Instagram, внутренних коммуникационных каналах Банка

**десятки статей** в СМИ и на официальных страницах общественных организаций и администраций регионов

### **Влияние на опыт сотрудников:**

Деятельность программы «HeartCoin» укрепляет лояльность и повышает вовлеченность сотрудников. Это win-win история для Банка и сотрудников:

- формируют у себя правильные привычки взаимодействия в обществе
- развивают в себе организационные навыки и навыки общения при реализации проектов
- учатся брать на себя ответственность и лидерство
- эффективно взаимодействуют с другими подразделениями
- приобщаются к здоровому образу жизни
- оказывают положительное влияние на профессиональное и личное окружение
- получают новые и интересные знакомства

### **Влияние на Клиентский опыт:**

- программа «HeartCoin» транслирует правильные ценности, которые в свою очередь, положительно влияют на клиентский опыт. Укрепление имиджа ВТБ способствует формированию репутации бренда на рынке.
- социальная корпоративная ответственность способствует уважению и доверительному отношению со стороны клиентов

### **Влияние на бизнес:**

- позиция программы «HeartCoin» в части конкретной адресной помощи положительно влияет

на имидж ВТБ и повышение качества бизнеса

- сотрудники и общественность рекомендуют Банк как надежного и ответственного партнера, а также как социально ориентированного работодателя
- сотрудничество в социальной сфере позволило наладить доверительные отношения с администрациями г. Барнаул и г. Чебоксары
- соучастие в деятельности проекта, возможность влиять на процесс, формирует лояльность коллектива и способствует удержанию персонала Collection
- налаженное эффективное кросс-функциональное взаимодействие способствует оперативному решению общих стратегических задач

Можно много говорить о благотворительной деятельности, приводить весомые цифры. Главное, что стоит за всем этим, то, чем мы действительно гордимся – счастливые лица и искренние слова благодарности тех, кому мы смогли помочь. Мы хотим поддерживать и быть рядом в нужную минуту с теми, кому это необходимо, дарить улыбки и дружелюбно подбадривать тех, кто в этом нуждается.

## **5. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)**

С каждым днем все большему количеству людей требуется поддержка, внимание, помощь. Дети, страдающие от серьезных заболеваний, пожилые, нуждающиеся в нашем внимании, люди, пострадавшие от стихийных бедствий, многодетные и малоимущие семьи. Вопрос адресной помощи настолько важен и может коснуться каждого, что мы не имеем права оставаться безучастными.

Для занятий благотворительностью не требуется ни богатства, ни известности. В силах каждого помочь ближнему, природе, животным. Главное, иметь желание помогать. Бескорыстно, от всего сердца, ничего не требуя взамен. Мы осознаем, что и мы когда-то будем пожилыми. Мы знаем, насколько тяжело с неизлечимо больными людьми. Как важно, когда ты борешься за жизнь из всех сил, знать, что ты не один в этой борьбе. И неважно, сколько времени впереди — год, десять лет, а может быть, 1 день. Мы просто помогаем людям жить.

По экспертным данным, каждый четвертый россиянин сегодня участвует в благотворительности. Пока это немного, но мы верим – нас, равнодушных, будет гораздо больше.

Наша программа социально-значимых проектов «HeartCoin» не только привлекает внимание к насущным проблемам, но и решает конкретные вопросы. Социальные мероприятия, которые мы реализуем несут актуальный характер. «HeartCoin» – это программа реальных действий. Особая ценность проекта в том, что он создан рядовыми сотрудниками. Мы стремимся помочь тем, кто рядом с нами, и кто нуждается в помощи. Счастливые лица тех, кому удалось помочь, слезы радости и крепкие объятия наших новых друзей – лучшее доказательство, что мы на верном пути!

«Благотворительность» - ТВОРИТЬ БЛАГО! Что может быть сильнее этого поступка! И если каждый из нас будет творить благо, мир изменится к лучшему. Вместе мы сможем больше!

---

**ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:**

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Гребенников
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Иван Юрьевич
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Руководитель группы