

Корпоративные социальные инвестиции от «БАТ Россия»



«Бритиш Американ Табакко» — всемирно известная табачная компания с более чем столетней историей. Ее деятельность охватывает свыше 180 стран мира. Помимо своей основной деятельности — производства и маркетинга табачной продукции — в каждой стране компания стремится приносить посильную пользу обществу и быть ответственным корпоративным гражданином. В своей деятельности компания придерживается нескольких основополагающих принципов, в частности принципа взаимной выгоды, на котором строятся взаимоотношения со всеми заинтересованными сторонами (стейкхолдерами).

Основные направления деятельности «Бритиш Американ Табакко» в России в области корпоративной социальной ответственности выбираются на основе глобальных приоритетов компании и пожеланий стейкхолдеров, а также с учетом особенностей российского рынка.

Компания занимается социальными проектами с 1995 г. — практически с момента появления «Бритиш Американ Табакко» на российском рынке. Спектр наших социальных проектов изначально был достаточно широким — поддерживались спортивные мероприятия, проекты в области здравоохранения и программы, направленные на помощь детям. Российское общество в целом благосклонно относилось к подобным проектам. Однако впоследствии ключевые стейкхолдеры компании начали выражать сомнения в том, что производитель табачных изделий может принимать участие

в социальных программах, рассчитанных на детей. В связи с этим «БАТ Россия» пересмотрела свой подход к социальным инвестициям, переключившись на проекты, важные для группы компаний во всем мире, а также находящие положительный отклик у российских стейкхолдеров.

Принципы корпоративной социальной ответственности прочно вошли во все сферы деятельности «БАТ Россия», при этом маркетинг табачной продукции не стал исключением. Мы уверены в том, что пропаганда здорового образа жизни и отказа от курения является прерогативой государства и общества. При этом как социально ответственная компания мы считаем недопустимым курение среди детей, подростков и беременных женщин. Поэтому компания осуществляет ряд инициатив, направленных на борьбу с этими серьезными социальными проблемами, полагая, что решить их можно только совместными усилиями.

Наша деятельность в области борьбы с подростковым курением направлена на прекращение доступа несовершеннолетних к табачным изделиям. Более десяти лет мы поддерживаем программу образовательных семинаров по предотвращению продажи сигарет подросткам. Помимо этого торговые представители «БАТ Россия» разъясняют розничным продавцам и владельцам торговых точек основные положения закона «Об ограничении курения табака», а также размещают в торговых точках предупредительные наклейки для потребителей и бро-

шюры для продавцов, разработанные совместно с другими производителями табачной продукции.

С 2005 г. «БАТ Россия» также проводит программу, направленную на предотвращение курения среди беременных. Разработанные в рамках проекта информационные материалы, изображающие плачущего от табачного дыма малыша в утробе матери, впервые были размещены в профильных учреждениях Санкт-Петербурга, а к концу 2010 г. число городов, в которых реализовывался проект, выросло до одиннадцати. С 2009 г. плакат «Ему не нравится!» при поддержке местных администраций размещается на улицах ряда российских городов в качестве социальной рекламы. В 2010 г. участники круглого стола, проведенного в Новосибирске в рамках проекта, предложили разместить плакат на городском автотранспорте. Летом 2011 г. эта инициатива будет реализована.

Инициированная нами программа вызывает большой общественный резонанс. Результаты исследований, проведенных среди беременных женщин, показали, что социальная кампания оказывает существенное влияние на решение женщин ограничить курение во время беременности или вовсе отказаться от этой привычки.

Другой аспект социальной ответственности «БАТ Россия» — корпоративные социальные инвестиции (КСИ), подход к которым четко структурирован и прописан в политике компании. Мы выделяем три основных направления работы в области КСИ:

- социальная помощь: поддержка незащищенных групп населения (инвалидов);

Дмитриева Юлия Вадимовна — менеджер по КСО «БАТ Россия».
Сидлина Лия Зиновьевна — менеджер по КСО «БАТ Россия».

- экология: вклад в обеспечение экологической устойчивости;
- добровольная социальная и благотворительная работа (волонтерство).

На последнем остановимся подробнее. Внутренний опрос «БАТ Россия» показал, что каждый второй сотрудник хотел бы участвовать в благотворительных проектах. В ответ на это компания запустила программу частных пожертвований «Им нужна ваша помощь», разработанную благотворительным фондом САФ.

Механизм программы достаточно прост и прозрачен: сотрудник «БАТ Россия» вносит пожертвование через сайт <http://www.donatenow.ru>, после чего указанная сумма удерживается из его зарплаты. Участники программы сами выбирают благополучателя и сумму пожертвования, которая затем удваивается компанией. Пожертвования в полном объеме переводятся на счета благотворительных организаций, о расходовании средств которых участники получают регулярные отчеты. При этом административные расходы на поддержание программы оплачиваются за счет бюджета компании.

Сегодня сотрудники «БАТ Россия» поддерживают шесть благотво-



рительных организаций, которые были выбраны с учетом их желаний, — помогать сиротам, больным детям, инвалидам, пенсионерам и бездомным животным. Число участников программы постоянно растет: это уже более 500 сотрудников фабрик и региональных офисов. За шесть лет работы программы в благотворительные организации было переведено порядка 10 млн руб.

Социальная кампания оказывает существенное влияние на решение женщин ограничить курение во время беременности или вовсе отказаться от этой привычки.

Программа «Им нужна ваша помощь» способствовала зарождению в «БАТ Россия» добровольческого движения. Для сотрудников стало регулярной практикой закупать для подопечных благотворительных организаций одежду, книги, игрушки, обучающие игры, а также корм для животных.

В 2010 г. в «БАТ Россия» стартовала процедура корпоративного волонтерства, посредством которой сотрудники могут частично компенсировать средства, потраченные на волонтерские проекты. В результате уже с мая 2010 г. было реализовано девять проектов. Сотрудники сами находят получателей помощи — обращаются в детские дома, благотворительные и экологические организации. Примечательно, что в волонтерских проектах участвуют не только сотрудники, но и члены их семей. В свободное время они вместе благоустраивают площадки детских домов, проводят праздники для детей-сирот, сажают деревья, помогают приютам для животных.

Узнав об успешной практике благотворительной деятельности «БАТ Россия», в компанию обратились торговые партнеры, также желавшие участвовать в подобных проектах. Так сформиро-

валось новое направление работы в области КСИ — социальное партнерство, в рамках которого на протяжении нескольких лет сотрудники «БАТ Россия» и торговых партнеров совместно с представителями администраций российских городов высаживают деревья на аллеях и в скверах, закупают и раздают подарки и продуктовые наборы ветеранам и пенсионерам.

«БАТ Россия» не только развивает существующие социальные проекты, но и осознает необходимость отслеживать меняющиеся потребности общества и вовремя реагировать на них. Для этого мы поддерживаем открытый диалог со всеми заинтересованными сторонами. Еще в 2001 г. «БАТ Россия» одной из первых в стране начала процесс социальных диалогов в рамках нефинансовой отчетности компании. С тех пор в ходе открытого обмена мнениями с представителями общественности мы регулярно получаем достоверную информацию об ожиданиях стейкхолдеров и основных вопросах, которые их волнуют в связи с деятельностью компании. С 2001 по 2010 г. мы провели свыше 50 диалогов, в которых участвовало более полутора тысяч представителей общественности. Всего по итогам диалогов мы выпустили пять отчетов.

В современном мире бизнес должен учитывать ожидания общества. Делать что-то полезное и необходимое — в этом залог устойчивого развития любой коммерческой организации. КСО стало неотъемлемой частью стратегии «БАТ Россия», и компания не собирается останавливаться на достигнутом.

■

ПЭС 11035/18.03.2011