



Фонд
Хабенского

БИЗНЕС И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

О Фонде

Благотворительный Фонд Константина Хабенского с 2008 года помогает детям и молодым взрослым с опухолями головного и спинного мозга. За это время Фонд прошел путь от оказания исключительно адресной помощи до системной работы с подопечными, их семьями, врачами и медицинскими учреждениями

Наша цель — сопровождать подопечного и его семью от постановки диагноза до восстановления после болезни

Все направления помощи и проекты Фонда реализуются исключительно благодаря пожертвованиям



За 18 лет существования Фонда

31 500

случаев оказания адресной помощи
для 4 500 подопечных

11 500

врачей приняли участие
в различных образовательных проектах

27 700

подопечных и членов их семей участвовали
в реабилитационных программах и проектах
Фонда

298

поставок высокотехнологичного
оборудования для 15 медицинских
учреждений

Для чего бизнесу заниматься благотворительностью?

Участие в благотворительности — это

- **Укрепление позитивного имиджа компании**
привлечение внимания аудитории
к социальной ответственности компании
и готовность вносить вклад в решение
общественно значимых вопросов
- **Привлечение и лояльность клиентов**
многие потребители отдают предпочтение
товарам и услугам компаний, которые
поддерживают благотворительные
и социальные программы
- **Мотивация сотрудников**
укрепление командного духа и причастность
к ценностям компании

Как меняется отношение россиян к устойчивым брендам: Исследование E+ Change и Better

- 69% готовы платить больше за привычный продукт, если он становится более устойчивым. Чаще всего это касается покупок из FMCG-категорий: продуктов питания, косметики, бытовой химии, одежды, обуви, детских товаров и товаров для животных.

- Большинство потребителей интересуются устойчивыми брендами (82%). Интерес к ответственным брендам и устойчивым товарам и услугам проявляется в чтении информации на упаковке (34%), просмотре ТВ-передач (29%), изучению устойчивых товаров в магазине (28%)

- Упаковка остается главным маркером устойчивых товаров: на нее обращают внимание 92% покупателей при онлайн- и офлайн-покупках.

* для компаний, которые занимаются благотворительностью, предусмотрен налоговый вычет в пределах 1% выручки от реализации

Варианты сотрудничества с Фондом Хабенского

Разовое пожертвование

Перевод средств в Фонд

Этот вариант позволит вам познакомиться с благотворительностью и внести вклад в работу Фонда

→ Отчет

→ Налоговый вычет

→ Коммуникация о взаимодействии



Регулярные пожертвования

Постоянная поддержка Фонда

Вклад в системное решение вопроса
повышения качества лечения и реабилитации
детей и молодых взрослых с опухолями мозга

→ Отчет

→ Налоговый вычет

→ Регулярная коммуникация
о взаимодействии



Повседневная благотворительность

Запуск акции в поддержку Фонда

Отчисление процента или фиксированной суммы от стоимости продукции/услуг на благотворительность

Механику акции прорабатываем индивидуально с каждым партнером

→ Отчет

→ Налоговый вычет

→ Специальные стикеры

→ Расширенные возможности
коммуникационной поддержки



Благотворительность вместо сувениров

Альтернатива корпоративным новогодним подаркам

Направьте сувенирный бюджет на благотворительность, а партнерам и коллегам подарите авторские открытки от Фонда, таким образом разделив с ними социальную миссию вашей компании

→ Отчет

→ Налоговый вычет

→ Коммуникация о
взаимодействии

→ Открытки

→ Благодарность



Примеры акций

Лимитированная серия носков St.friday socks



Бренд дизайнерских аксессуаров выпустил **лимитированную коллекцию носков** из 10 моделей с рисунками подопечных Фонда

20 рублей от продажи укороченной пары и **30 рублей** от классической в опте, **а также 30%** от стоимости каждой пары на сайте направляется в Фонд

Для продвижения акции производителем инициированы публикации в СМИ, а также разработаны специальные стойки в магазинах

Улыбка со смыслом акция Splat и Лента

Совместная акция бренда товаров для ухода за полостью рта и торговой сети



5 рублей от каждой покупки товаров SPLAT, приобретенных в «Ленте» оффлайн или в приложении, шли в Фонд

Организаторы завершили акцию выставкой рисунков подопечных Фонда в Севкабель Порту

Одежда Monochrome

Бренд одежды, который выпускает специальную красную линейку **Life**



От 5 до 15% от продажи определенных товаров из этой коллекции направляется в Фонд

Запуск линейки поддержали различные медиа, публикации для которых подготовил бренд

Примеры акций

Я помогаю ГК Айсберри



Производитель мороженого выпустил ограниченную серию десерта

3 рубля от каждой проданной порции лимитированной серии Вологодского пломбира в классическом вафельном стаканчике были перечислены в наш Фонд

Продвижение акции поддержал маркетплейс Ozon, предоставив свои возможности по размещению рекламы

Напитки One price coffee

Сеть кофеен запустила акцию с отчислениями от своих товаров



1 рубль от покупки каждого напитка был перечислен в Фонд

Гости кофеен узнавали об акции благодаря тейбл-тентам в точках продаж, специальным наклейкам на стаканах и интернет-рекламе

Новогодние игрушки 2Mood

Бренд женской одежды запустил коллекцию из 6 вязаных елочных игрушек, каждая из которых сделана вручную



Вся прибыль от продажи игрушек, а именно **460 рублей** с каждой, была направлена в наш Фонд

Для продвижения акции брендом был снят красивый новогодний ролик, а также привлечены блогеры и инициированы публикации в СМИ

Стоит помогать!



Анастасия Тришкина

Директор по фандрайзингу

a.trishkina@bfkh.ru

[+7 915 288 7815](tel:+79152887815)



Екатерина Тукманова

Руководитель по сопровождению
юридических лиц

e.tukmanova@bfkh.ru

[+7 917 286 3621](tel:+79172863621)