



Проект «Центры местного сообщества»

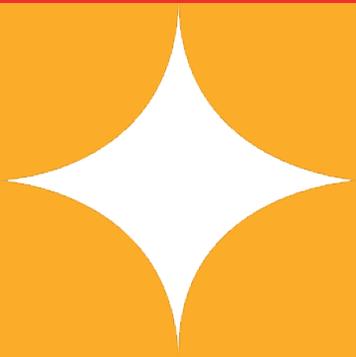
#ЗАБОТАОСООБЩЕСТВЕ В ЦИФРАХ



ЗАЧЕМ?



создание в магазинах «Пятёрочка» благоприятной среды для развития культуры добрососедства, взаимобмена и взаимопомощи.



Центры местного сообщества

– это площадки, которые создаются при поддержке и на территории магазинов “Пятёрочка”, предоставляя возможность для реализации разнообразных социальных и культурных инициатив местных жителей, НКО, творческих коллективов, школ, культурных центров, предпринимателей и т.д.



Место покупок может объединить соседей, стать местом возможностей и точкой общения.

Почему именно в «Пятёрочке»?

Магазины «Пятёрочка» — точки пересечения обычных, ежедневных маршрутов людей, живущих неподалеку. Быть центром местного сообщества — ее естественная и органичная роль.

НЕ ПРОСТО
МАГАЗИН

ЖИТЕЛИ

Возможность объединиться, получить и оказать помощь и поддержку, получить признание, интересно проводить время, развиваться, улучшать среду и т.д.



СОТРУДНИКИ

магазинов «Пятерочка». Возможность проявить себя, получить признание со стороны руководства, коллег и местных жителей.



ОРГАНИЗАЦИИ

- местные и федеральные НКО
- государственные и муниципальные органы власти и учреждения
- другой социально ответственный бизнес на территории, готовый к партнерским проектам.

Можно принять участие на локальном уровне, можно масштабировать свои инициативы на все ЦМС в разных регионах.



СТАТЬ ПАРТНЁРОМ ПРОЕКТА «ЦЕНТРЫ МЕСТНОГО СООБЩЕСТВА» – ЭТО РЕАЛЬНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ:

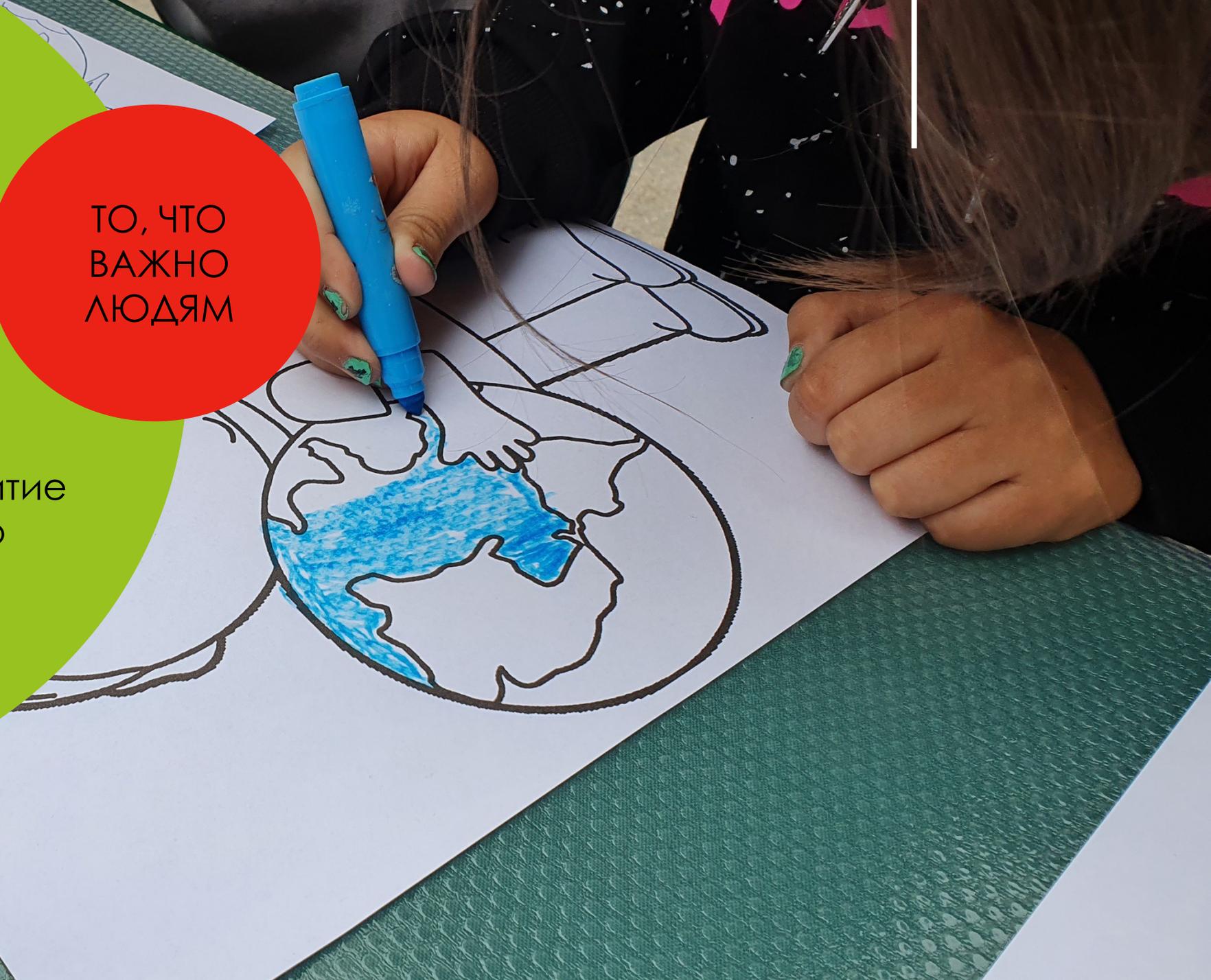
- **НАЙТИ ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ И НОВЫХ ПАРТНЁРОВ;**
- **ЗАЯВИТЬ О СЕБЕ, СВОЕЙ ИДЕЕ ИЛИ ОРГАНИЗАЦИИ;**
- **ПРИВЛЕЧЬ НОВЫХ УЧАСТНИКОВ, ВОЛОНТЁРОВ;**
- **СДЕЛАТЬ ВКЛАД В ОБЪЕДИНЕНИЕ СОСЕДЕЙ РЯДОМ С МАГАЗИНАМИ СЕТИ.**



**Нас объединяет
общее дело и общие
ценности!**

- ❖ Экология и благоустройство
- ❖ ЗОЖ
- ❖ Образование и развитие
- ❖ Культура и творчество
- ❖ Взаимопомощь и поддержка

ТО, ЧТО
ВАЖНО
ЛЮДЯМ



В 2022 году запущено

355

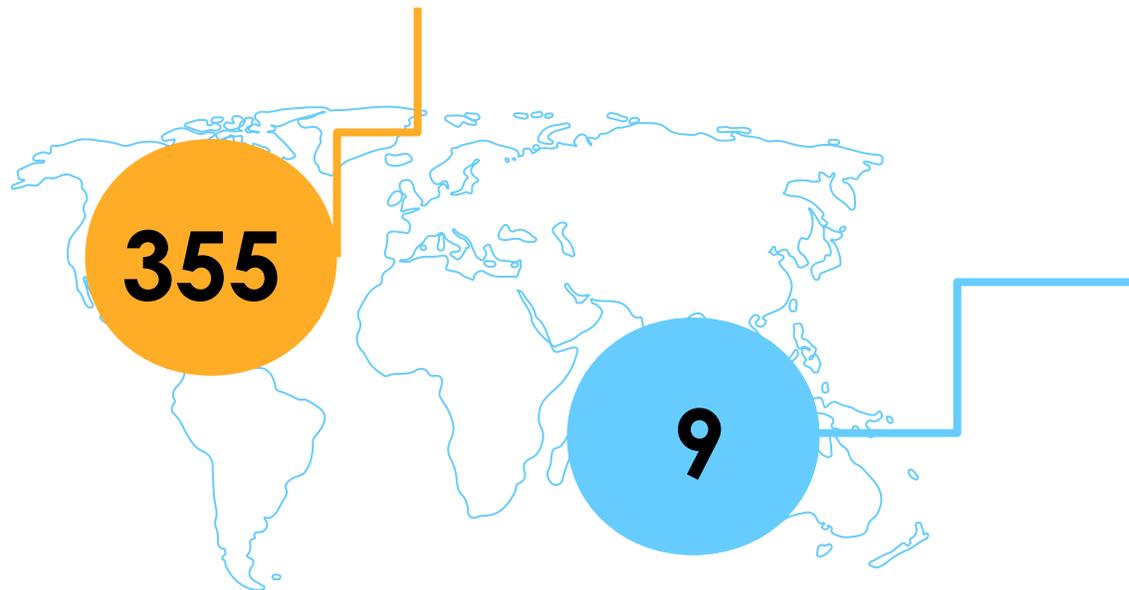
магазинов «Пятёрочка» стали не просто местом для совершения покупок, а площадкой для добрых дел, взаимобмена и взаимопомощи.

Во второй половине 2023 запускается ещё 1000.

ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА



355 магазинов - ЦМС



в 9 регионах:

- ✓ Москва и Московская область
- ✓ Санкт-Петербург и Ленинградская область
- ✓ Екатеринбург и Свердловская область
- ✓ Краснодарский край
- ✓ Ростовская область
- ✓ Пермский край
- ✓ Самарская область

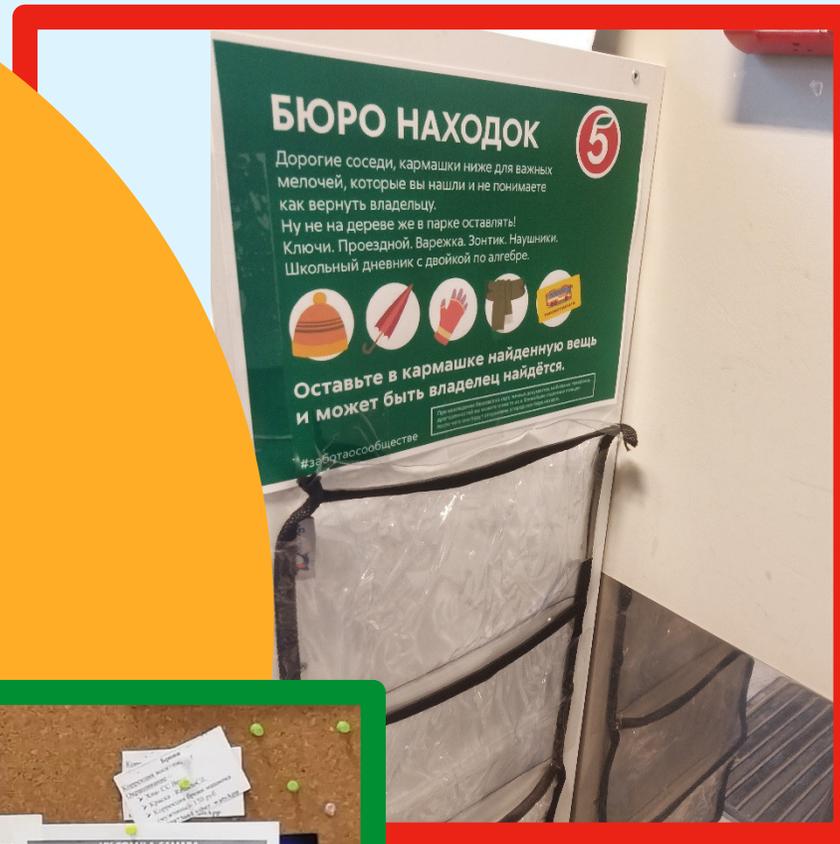


КАК?

Через
**преобразование
пространства
МАГАЗИНОВ**

Как магазины «Пятёрочка»,
становятся точками для
объединения местных сообществ?

В магазинах появилось место для взаимодействия местных жителей



- ✓ доска для объявлений
- ✓ шкаф для обмена книгами, игрушками, растениями
- ✓ место для «потеряшек» и т.д.

Выставки в магазинах «Пятёрочка»



Работы местных фотографов и художников, а также самих жителей и сотрудников магазинов.

МАРШРУТ «РОДНАЯ ТИШИНКА» ОТ ПРОЕКТА «ТИШИНСКИЙ ВЕСТНИК» БИБЛИОТЕКИ №9 ИМ. Н.В. ГОГОЛЯ.

Экскурсия «Родная Тишинка» начнется около дома с магазином «Пятерочка». Этот девятиэтажный кирпичный дом с двумя подъездами был построен в 1985 г. по индивидуальному проекту. 64 квартиры были предназначены для проживания деятелей кино, то есть киноактеров и кинорежиссеров. Дальше гости экскурсии отправятся к Тишинской площади, где гости узнают о ее истории и названии, прогулятся мимо дореволюционных доходных домов и конструктивистских построек, познакомятся с посольским кварталом, а также побывают в самом богемином месте столицы второй половины XX века. Также мы поговорим о московских грузинах, которые в старину жили в этом районе.

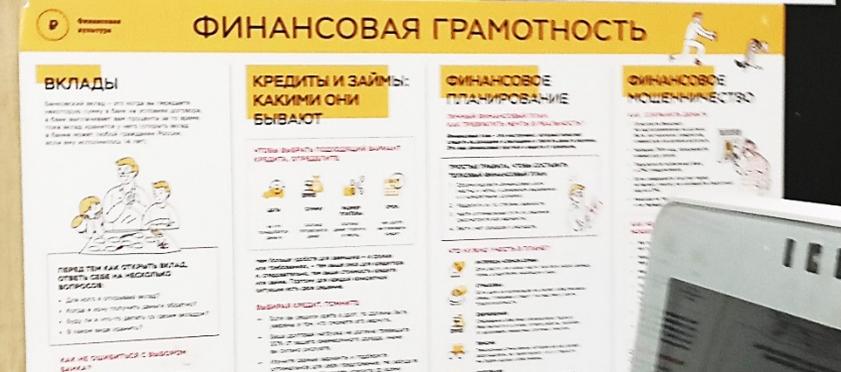


#заботаосообществе



#ЗАБОТАОСОБЩЕСТВЕ

Информационные плакаты с полезной информацией для людей.





НЕ ПРОСТО
МАГАЗИН



#ЗАБОТАОСООБЩЕСТВЕ





КАК?

Как магазины «Пятёрочка», становятся точками для объединения местных сообществ?

Через **участие** жителей локальных территорий **в событиях**, организованных на площадках магазинов

#ЗАБОТАОСООБЩЕСТВЕ



2 500+
акций
в месяц

#ЗАБОТАОСОБЩЕСТВЕ
В ЦИФРАХ



Что это за события?

- ✦ **Событийные акции (к праздникам и инфоповодам)**
- ✦ **Забота о старшем поколении**
- ✦ **Инклюзивные проекты**
- ✦ **Забота о людях, нуждающихся в поддержке (о людях в трудной жизненной ситуации и др.)**
- Арт-события и поддержка мастеров искусства**
- ✦ **Творческие мастер-классы**
- ✦ **Краеведение**
- ✦ **Экологические акции, благоустройство**
- ✦ **Акции в поддержку животных**
- ✦ **Обмен между соседями**
- ✦ **Популяризация здорового образа жизни, спорта**
- ✦ **Просветительские акции для детей**
- ✦ **Просветительские акции для взрослой аудитории**



**200
кейсов**

200 уникальных
мероприятий вошли
в сборник кейсов

**#ЗАБОТАОСООБЩЕСТВЕ
В ЦИФРАХ**

Участники мероприятий

Более 25 000
непосредственных
участников
мероприятий

25 000+

Более 1 500 000
косвенных
участников

1 500 000+



*за период август 22 - январь 23

#ЗАБОТАОСОБЩЕСТВЕ

ПАРТНЕРЫ

Более 700 партнеров-
организаторов
приняли участие в
проекте

700+



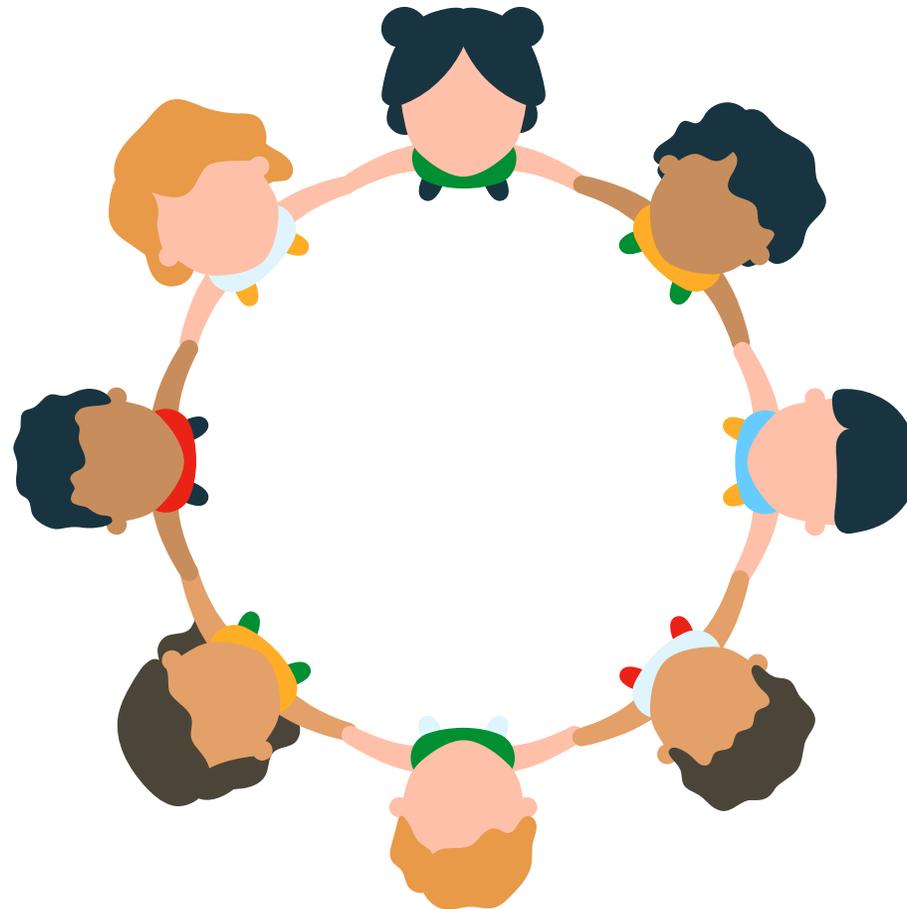
Наши партнеры

35%

Некоммерческие
организации

10%

Коммерческие
организации (местные
предприниматели,
малый и крупный
бизнес).



33%

Государственные и
бюджетные
учреждения (школы,
библиотеки, детские
сады, музеи и т.д.)

22%

Физические лица и
инициативные группы
(местные художники,
фотографы,
творческие
коллективы и т.д.)

*Примерное распределение по категориям партнеров-организаторов проекта ЦМС

Сотрудники магазинов стали нашими главными партнерами



#ЗАБОТАОСОБЩЕСТВЕ



КОМАНДА

**Команда из более чем
30 человек ежедневно трудится
над проектом**



#ЗАБОТАОСОБЩЕСТВЕ

Исследование деятельности и воздействия

Независимая оценка внешними экспертами
БФ «Культура благотворительности»
28.11 2022 - 20.01 2023

Задачи

Ознакомиться с проектом и предложить систему представления информации о его социальном, экологическом и экономическом воздействии и дать рекомендации по сбору данных

Проанализировать текущие механизмы реализации проекта –
дать рекомендации по их оптимизации

Методология

Качественное исследование

52 участника
интервью и фокус-групп
команда проекта (9 человек)
комьюнити-менеджеры (16 человек)
директора и сотрудники (16 человек)
организаторы мероприятий (11 человек)

Кабинетное исследование

Документы проекта и
информация из
открытых источников

Модель оценки воздействия B4SI

Business for Societal Impact (B4SI) Framework создана в 1994 году шестью компаниями, сегодня признана во всем мире и встроена в глобальные индексы, такие как DJSI, и сеть компаний, которые ее используют, включает более 150 членов

ВКЛАДЫ / INPUTS

Как (форма):

Деньги, время, товары и услуги (включая про-боно), административные расходы

Почему (назначение): благотворительное пожертвование, инвестиции в сообщество, коммерческие инициативы

Для чего (цель инвестиций):

Образование, здравоохранение, экономическое развитие, экология, искусство и культура, социальное благополучие, помощь в чрезвычайных ситуациях

Где (география деятельности)

ПРОДУКТЫ / OUTPUTS

В сообществе:

Число людей, которые получили помощь/приняли участие в проекте, типы благополучателей, какие организации получили поддержку, другие продукты деятельности в зависимости от компании (например, в сфере экологии)

Для бизнеса:

Количество сотрудников, вовлеченных в проект, публикации в СМИ, количество клиентов и поставщиков, вовлеченных в проект, взаимодействие с другими заинтересованными сторонами

Софинансирование (дополнительные ресурсы из других источников):

Пожертвования сотрудников компании (денежные и неденежные), вклад клиентов, вклад других организаций, корпоративное волонтерство в нерабочее время

ВОЗДЕЙСТВИЕ / IMPACT

В сообществе:

- **сила воздействия** (информирование, улучшение, трансформация)
- **2) тип воздействия** (изменение мнения/поведения, развитие навыков и умений, качество жизни/благополучие)

Для организаций:

Улучшение качества/ расширение спектра услуг, рост числа клиентов/ больше времени на работу с ними, организационное развитие (управление, отчетность и т.д.), улучшение репутации, расширение штата

Для окружающей среды: Воздействие на окружающую среду, отношение участников проекта к окружающей среде

Для бизнеса:

корпоративные волонтеры – профессиональные знания и навыки, личное благополучие, изменения поведения; *компания* – польза для сотрудников, репутация/имидж, развитие бизнеса, продвижение бренда

Вклады

Ресурсы, вложенные компанией в проект

Как? – тип вклада

Деньги

Инвестиции в сообщество + оплата товаров и услуг для НКО-операторов

Время

Волонтерство директоров и сотрудников магазинов

Вклад в натуральной форме

- Предоставление в пользование помещений магазинов «Пятерочка»
- Предоставление рекламных площадей для проекта

Расходы на управление проектом

- Зарплата сотрудников компании, которые отвечают за взаимодействие с сообществом
- Другие расходы на реализацию проекта, включая командировочные и административные расходы
- Расходы на консультантов и исследования по проекту
- Расходы на коммуникации о проекте для различных заинтересованных сторон

Почему? – формат поддержки

Инвестиции в сообщество

- стратегические цели
- партнерство, а не просто поддержка НКО
- решение актуальных проблем в сообществе
- связь с долгосрочной стратегией, интересами и репутацией бизнеса

Какую проблему решает проект

Развитие местных сообществ, добрососедства и взаимопомощи и вклад в достижение ЦУР

География проекта

Россия: Москва, Санкт-Петербург, Московская обл., Ленинградская обл., Свердловская обл., Пермский кр., Краснодарский кр., Ростовская обл., Самарская обл.

Продукты

Что фактически было сделано, произошло – в сообществе и для компании, включая привлеченное софинансирование из разных источников в денежной и натуральной форме

Для сообщества

Количество людей, охваченных проектом
Количество участников мероприятий ЦМС
Типы благополучателей
Количество участников мероприятий по темам
Количество организаций в сообществе, которые получили поддержку
Количество организаций которые провели мероприятия на базе ЦМС
Другие актуальные показатели
Количество мероприятий на базе ЦМС по темам

Для компании

Доля сотрудников, вовлеченных в проект
Количество директоров и сотрудников магазинов, которые принимают участие в работе и мероприятиях ЦМС
Доля охваченных поставщиков
Количество поставщиков, которые проинформированы о проекте ЦМС или проводят на базе ЦМС мероприятия
Другие важные стейкхолдеры, охваченные проектом
Организации федерального/ регионального уровня, которые заинтересованы в развитии сообществ или выходе на гостей магазинов «Пятерочка»
Количество публикаций о проекте

Софинансирование

Дополнительные ресурсы, вложенные в деятельность, источником которых не является компания

- Дополнительно привлеченные денежные средства – результаты фандрайзинговых акций на базе ЦМС
- Стоимость рабочего времени стейкхолдеров, которые проводят мероприятия на базе ЦМС
- Количество сотрудников компании, которые принимают участие в проекте в свободное время
- Количество времени (в часах) волонтеров-сотрудников в нерабочее время

Воздействие

(1 из 2)

Воздействие для сообщества

Глубина воздействия - насколько улучшилась жизнь людей в результате проекта

- Информирование – получили информацию о ЦМС
- Улучшение – участвуют в мероприятиях ЦМС
- Трансформация – проводят мероприятия в ЦМС

Тип воздействия - сферы жизни людей, в которых происходят изменения:

- Саморазвитие, самореализация
- Расширение круга общения
- Новые знания и навыки
- Участие в благотворительности
- Положительные эмоции от посещения магазинов с ЦМС
- Развитие добрососедства и взаимопомощи

Воздействие для организаций – операторов и организаторов мероприятий

Как проект повлиял на уровень организационного развития НКО – партнеров:

- Дополнительные ресурсы
- Увеличение числа сторонников организации
- Увеличение числа клиентов и заказов
- Повышение статуса/имиджа, рост доверия к организации
- Новый опыт и расширение возможностей для сотрудников организации, в т.ч. для социальной активности
- Возможность реализовать свои инициативы
- Возможность привлечь дополнительное финансирование

Воздействие

(2 из 2)

Воздействие для окружающей среды

Усилия по улучшению окружающей среды и изменению поведения людей

- Воздействие на окружающую среду – мероприятия, направленные на улучшение состояния окружающей среды
- Воздействие на экологическое поведение – мероприятия, направленные на продвижение экологичного образа жизни

Воздействие для компании

Воздействие на сотрудников компании

Как меняются отношения, поведение и/или навыки в результате проекта

- Улучшение настроения, положительные эмоции от работы и участия в мероприятиях ЦМС
- Сплочение рабочего коллектива
- Реализация своих талантов и идей
- Повышение лояльности к магазину и гордость за бренд

Воздействие на бизнес

Более широкое влияние на компанию со стороны сообщества

- Развитие кадрового потенциала сотрудников
- Повышение лояльности сотрудников и привлекательности компании как работодателя
- Восприятие ТС «Пятерочка» как социально-ответственной компании
- Рост доверия и лояльности бренду

Выводы

Проект успешно решает поставленные задачи в достижении корпоративной ESG цели:

ритейлер номер один в заботе о сообществе



Хорошее здоровье и благополучие – за счет реализации проектов, направленных на распространение здорового образа жизни и правильного питания



Достойная работа и экономический рост – благодаря положительному воздействию на сотрудников магазинов, а также за счет поддержки и продвижения в сообществе местных организаций и активных граждан



Уменьшение неравенства – за счет проектов, направленных на помощь различным уязвимым группам и развитие инклюзии и толерантности



Устойчивые города и населенные пункты – благодаря развитию культуры добрососедства и взаимопомощи и экологичного поведения



Ответственное потребление и производство – за счет проектов, направленных на повторное использование и шеринг, а также создания условий в ЦМС для отдельного сбора и переработки отходов



Партнерство в интересах устойчивого развития – благодаря постоянному взаимодействию с сообществом, включению в проект разных стейкхолдеров и признанию важности вклада каждого из них



*«...для России абсолютно свежий формат включения бизнеса в таком виде в благотворительную, волонтерскую, социальную жизнь людей. Т.е. это такой очень ценный опыт понимания того, как совместить эти бизнес цели с реальностью и пользой для обычных людей... И есть возможность эту практику отработать - стать связующим звеном между людьми, социальной пользой и бизнесом»
Команда проекта, участник фокус-группы*



*«Этот проект дает возможность тоже поучаствовать и проявить свою доброту. Да, то есть открыть, может быть, что-то новое в своих сотрудниках, потому что они тоже открываются по-другому, когда участвуют в этих мероприятиях. Но и вообще я думаю, что те, кто участвует в этой программе, они как-то и сами становятся добрее, наверное, ко всем людям. Потому что хочется подарить всем эту доброту. Думаю, что очень замечательный проект»
Директор, участник фокус-группы*



*«...в принципе задача проекта – это добрососедство, где создаются сообщества, которые функционируют и в магазине, и около магазина, чтобы, например, было слышно, «давай встретимся в «Пятерочке» и пойдём куда-то, побежим марафон или ещё что-то». Или нужно найти что-то - «пойдем в «Пятерочку» спросим»
Комьюнити-менеджер, участник фокус-группы*



*«В процессе реализации проекта мы поняли, что формирование сообществ – это слишком идеалистическая и высокая цель. Конечно же, вот в таком виде, в таком проекте как сейчас мы сообщество не сформируем, скорее мы являемся неким ресурсным центром, чтобы это сообщество формировалось. Пока слишком амбициозно, все-таки сообщество формируется по-другому, мы это понимаем. Но сдвиги есть, мы это видим»
Команда проекта, участник фокус-группы*



*«Уже по первому мероприятию мы знали, что люди, которые приходят, и не только с детьми, но просто взрослые, вообще никакой агрессии, вообще нет, удивление – да, желание включиться – да, очень доброжелательно, с позитивом»
Организатор мероприятий, участник фокус-группы*