

Отчет
по ответственности бизнеса
Группы компаний «Новард»
за 2014 год

«Создаем с любовью»



Новард
Группа компаний

Содержание

Об ответственности от лица руководства Группы компаний «Новард»	5
Об Отчете	6
Социально-ответственная продукция	7
Ответственность бизнеса: стратегия и управление	16
Ответственность перед сотрудниками и их семьями	19
Ответственность перед обществом	23
Ответственность перед нуждающимися	27



Новард

Группа компаний

Ценности и миссия

Лидерство	Мы создаем новую российскую модель
Российские духовные ценности	эффективного бизнеса, которая гармонично сочетает передовой
Работа в команде	мировой опыт и лучшие отечественные традиции
Надежность	предпринимательства и меценатства.
Постоянное развитие и совершенствование	

Об ответственности от лица руководства Группы компаний «Новард»



Группе компаний «Новард» в 2014 году исполнилось 25 лет. Дата очень важная и означает, что мы уже многого достигли, но многое нам еще предстоит.

Мир постоянно меняется, и требования к бизнесу только растут. Сегодня, чтобы быть успешным, нужно быть в чем-то либо первым, либо лучшим, либо единственным. Соблюдение качества уже не вызывает сомнений, а является стандартом, которому надо максимально соответствовать. Конечно, как всегда это бывает, проблемы кроются в деталях, в связи с чем каждому аспекту своей деятельности Компания стремится уделять самое пристальное внимание.

В миссии «Новарда» неслучайно говорится о сочетании передового мирового опыта с лучшими российскими традициями предпринимательства и меценатства. Если разобраться в истории, то станет понятно, что ответственный подход к ведению дел считался единственно возможным у купцов первой гильдии и фабрикантов в дореволюционной России. Принципы предпринимателей золотого века состояли в том, что прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли. В те далекие времена было принято, к примеру, «стирать в порошок» должника, то есть стирать с доски имя партнера в случае невозврата им долга. Честное слово предпринимателя было высшей гарантией, ему доверяли больше, чем договору, составленному на бумаге. Нравственные понятия долга и чести, этики дела не просто существуют до настоящего времени, но и остаются неизменными по сути.

Мы стремимся закладывать традиционные духовные ценности в бизнес-платформу. По этому принципу концепция «Миниполис» компании «Сити-XXI век» предполагает не просто строительство жилья, а создание новой жизненной среды: комфортной, безопасной, интересной. «Рутектор» посредством реализации промышленного оборудования нацелен на модернизацию экономики России. «Эконика» делает ставку не только на высокое качество и модные тенденции, но и на удовлетворение самых разных потребностей покупателей, продвижение ценностей семьи и материнства, создание в салонах гостеприимной

атмосферы, присущей российским традициям. «Новард Эстейт» реализует новую концепцию торговых центров «Ларец».

В данном Отчете об ответственности бизнеса мы постарались рассказать о том, как холдинг осуществлял свою деятельность в 2014 – начале 2015 гг. таким образом, чтобы у любого читателя смогло сформироваться максимально полное представление о нашем отношении к обозначенным выше вопросам.

2015 год официально признан годом литературы в России. Именно поэтому Отчет дополнен теми высказываниями русских писателей, которые соотносятся с нашими ценностями. С одной стороны, это - дань уважения великим классикам, а с другой - подчеркнутая важность деятельных и нравственных убеждений в социуме. Удивительные по точности и теплоте цитаты – далеко не единственное открытие в мире литературы, которое мы сделали, формируя этот нефинансовый Отчет. Таких проверенных временем постулатов будет достаточно на следующих страницах, чтобы понять: победа за честным словом, добрым делом, ясной позицией. И прав философ: «Все добрые, которые умеют любить, которые создают и служат, узнают друга друга легко и скоро. И знаешь, почему они узнают друг друга? По чувству большой ответственности» (И. Ильин).

Уверен, что на страницах этого документа каждый найдет что-то интересное и новое для себя и для дела, а мои коллеги и я всегда будем рады ответить на интересующие вопросы.

Примите мои искренние пожелания успехов во всех добрых начинаниях!

Андрей Илиопуло,
президент Группы компаний «Новард»



Социально-ответственная продукция

ГК «Новард» (до 2011 года – корпорация «ЭКОНИКА») начала свою деятельность более 25 лет назад, и сегодня это российский диверсифицированный холдинг, развивающий несколько направлений: обувной ритейл («ЭКОНИКА»), инвестиционно-девелоперская деятельность («Сити-XXI век»), продажа промышленного и строительного оборудования («Рутектор»), управление коммерческой недвижимостью («Новард Эстейт Менеджмент Лимитед»). Группа компаний предоставляет своим клиентам качественные продукты и услуги с выраженной социальной составляющей, руководствуясь принципами ответственного ведения бизнеса.

Группа компаний «Новард» всегда стремится предлагать лучшие качественные решения своим клиентам, объединяя для этого усилия всех сотрудников. Репутация любой компании напрямую зависит от качества продукции, поэтому дочерние компании холдинга ответственно подходят к этому вопросу, а также к организации коммуникаций с потребителями. Но самая важная цель, которую преследует «Новард», – создавать уникальный продукт с ярко выраженной социальной составляющей, в наибольшей степени удовлетворяющий потребности клиентов и несущий в себе истинную ценность для общества. 2014 год отмечен несколькими проектами такой направленности.

Об Отчете

Настоящий Отчет об ответственности бизнеса является вторым отчетом Группы компаний «Новард» и раскрывает информацию за 2014 – начало 2015 гг.

Документ публикуется в рамках продвижения повестки ответственного бизнеса в обществе, является отражением желания поделиться накопленным опытом с деловым сообществом и всеми заинтересованными сторонами, нацелен на поиск единомышленников, которые могут сделать вклад в совершенствование деятельности Группы компаний.

Отчет посвящен преимущественно теме реализации социальных проектов, преломлению принципов социальной ответственности в бизнес-процессах компании. В частности, в документе раскрывается как социальная направленность продукции, так и отдельные мероприятия, реализуемые для общественного благополучия.

Информационное покрытие Отчета распространяется преимущественно на

две компании – «СИТИ - XXI век» и «ЭКОНИКУ», крупнейшие компании холдинга.

*Пушкин Александр
Сергеевич*

*Пока свободою горим,
Пока сердца для чести живы,
Мой друг, отчизне посвятим
Души прекрасные порывы!*



Составители Отчета убеждены, что он вызовет интерес и будет полезен читателям. Группа компаний «Новард» рассчитывает на актуальность документа как для сотрудников, так и для партнеров, потребителей, представителей органов государственной власти, некоммерческих организаций, СМИ, поставщиков и других стейкхолдеров. Для обратной связи на одной из последних страниц Отчета указаны контакты.



Ключевым фактором успеха компания «Эконика» считает не только стильный, качественный и привлекательный продукт, но и доступный, хорошо организованный сервис. Стремясь наиболее точно соответствовать ожиданиям покупательниц и обеспечивать уникальную атмосферу покупки, в 2014 году обувная сеть запустила проект по ребрендингу и проводила интенсивную работу в этом направлении.

Необходимость перемен команда «Эконики» ощутила несколько лет назад. На это повлиял ряд факторов. В 2010 году компания отказалась от мужского ассортимента, но на интерьере магазина это изменение не отразилось. В 2011 году в ходе ребрендинга группы компаний «Новард» был сформирован обновленный бренд-код «Эконики», где была учтена специфика сети – концентрация на женском ассортименте.



Значительные изменения стала претерпевать и сама коллекция – в помощь собственным дизайнерам компания пригласила американского стилиста, который принял участие в обновлении продукта и образа коллекции. Тогда же стало понятно, что изменений требует и фирменный стиль, и торговая концепция, которые уже в полной мере не отвечали изменившимся требованиям бренда.

Ребрендинг проводился совместно с британским агентством STARTJG, имеющим большой опыт сотрудничества с известными брендами, такими как Virgin, Adidas, Fred Perry, Raoul, а также российскими МТС, банк Лето, Ростелеком, Трансаэро.

Проект был разделен на 3 этапа:

- уточнение и обновление платформы бренда (включая позиционирование, четкое описание целевых аудиторий, архитектуру бренда),
- изменение визуальной идентичности (логотип, фирменные цвета),
- разработка новой торговой концепции.

В ходе реализации проекта было принято несколько принципиальных решений. «Эконика» стала монобрендом: начиная с сезона осень-зима 2015/2016 клиентки будут покупать в салонах сети обувь под маркой эконика. При этом премиальная часть коллекции под брендом Alla Pugachova останется в качестве долгосрочной коллаборации. А с сезона весна-лето 2016 в линейке появится модная капсула – эконика2, которая будет включать в себя последние трендовые модели.

Кардинальные перемены произошли в логотипе и фирменном стиле компании. На смену знаку, который обыгрывал буквы Э и использовался в торговом пространстве в оформлении кассовых узлов, пришел символ, отражающий характер и основную идею обновленного бренда. Он был создан с учетом желания компании отразить ее российские корни. Поскольку российский характер во многом завязан на общении и дружбе, в основе нового логотипа заложена идея сообщества единомышленников, в данном случае – любителей моды, стиля и обуви.

Изменилось и само написание «Эконика», теперь оно выполнено в рукописной стилистике. Фирменные цвета привязаны к частям коллекции, но базовый – теплый, пастельный пудровый с акцентами также отражает женственность в характере бренда.



Логотип до и после ребрендинга

Значительные изменения предусмотрены в салонах сети. В основу торгового пространства заложена идея Дома стильной подруги, места встреч стильных подружек-единомышленниц бренда, которым «Эконика» всегда рада, где они просто общаются, узнают самые послед-

Ломоносов Михаил Васильевич



Только в бодром горячем порыве, в любви к своей родной стране, смелости и энергии родится победа. И не только и не столько в отдельном порыве, сколько в упорной мобилизации всех сил, в том постоянном горении, которое медленно и неуклонно сдвигает горы, открывает неведомые глубины и выводит их на солнечную ясность.

ние новости и тренды мира моды, вдохновляют друг друга. Цвета, материалы, отделка и все пространство обновленных салонов будут выполнены именно в этой идее и стилистике. Изменения коснутся и стандартов обслуживания сети, которые базируются на традициях гостеприимства, радушия, создают дружелюбную и уютную атмосферу. Первые салоны в новом концепте открылись летом 2015 года в шести городах - Ростове-на-Дону, Москве, Ижевске, Новосибирске, Нижнем Новгороде и Санкт-Петербурге. Постепенно реновация будет проводиться и в других.

Работу по совершенствованию качества услуг в 2014 году продолжил интернет-магазин «Эконики» – в частности, покупательницы получили возможность самостоятельно забирать свои заказы в удобном для них салоне. Специалисты отметили успехи интернет-магазина «Эконики»: он стал лауреатом конкурса «Золотой сайт» и вошел в тройку лучших в номинации «Интернет-магазин потребительских товаров».

«Эконика» традиционно поддерживает ценности семьи и материнства, и в первой половине 2015 года это нашло отражение в выпуске капсульной коллекции «Мама&Дочка». Носить такие же туфли, как у мамы – об этом мечтает в детстве каждая девочка. «Эконика» решила осуществить эту мечту: специально для юных модниц и их мам итальянские дизайнеры бренда создали уникальную капсульную коллекцию, состоящую из парных комплектов обуви и аксессуаров. Главными характеристиками моделей стали непревзойденное



Салон до ребрендинга



мастерство исполнения и безупречное качество. Капсульную коллекцию в рекламной кампании представила известная телеведущая Ирина Муромцева и ее две обаятельные дочери – Любовь и Александра.

Большая работа была проведена «Эконикой» в области развития взаимодействия и расширения способов коммуникации с покупательницами. На сайте компании была запущена видеOVERсия журнала «Гид по стилю», в которой «Эконика» вместе с директором моды Cosmoshopping Юлией Чайко рассказывают клиентам о главных трендах сезона в обуви и аксессуарах. Компания активно развивала свое присутствие в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook и Instagram), предлагая пользователям качественный и интересный контент и дополнительную возможность

Более **1 миллиона** человек постоянных покупателей, держателей дисконтных карт

Более **150 салонов** в России и Казахстане

Более **500 моделей** обуви и аксессуаров в коллекции каждый сезон

обратной связи. По данным на август 2015 года, количество подписчиков на страницы бренда в Facebook выросло до 22 000, в ВКонтакте – до 10700, в Instagram – до 6186.

В рамках PR-стратегии компания начала сотрудничество с популярными блогерами рунета, редакторами



Салон после ребрендинга

отделов мод популярных гляцевых журналов, которые выступали в роли экспертов и проводили модную оценку коллекций бренда будущих сезонов.

Увеличился и портфель социальных проектов компании. В салонах «Эконики» впервые прошел ряд акций, организованных вместе с Благотворительным фондом «Неопалимая купина». Подробнее о них можно узнать в разделе «Социальные и благотворительные проекты».

«Эконика» активно вовлекает клиентов в оценку коллекции на этапе ее разработки – проводит фокус-группы в зале образцов, собирает обратную связь и учитывает замечания клиентов при создании коллекции, вовлекает в оценку через социальные сети.

Активную работу компания ведет в части работы с претензиями и обратной связью от клиентов: работает горячая линия сети, оперативно закрываются вопросы, которые клиенты могут оставить как через сайт, так и в социальных сетях или на внешних форумах.

Компания также развивает проект по внедрению CRM-системы, которая позволит систематизировать базу лояльных клиентов и делать персонализированные предложения, исходя из предпочтений каждой покупательницы.



«Сити-XXI век» была образована более 15 лет назад. Сейчас это динамично развивающаяся девелоперская компания, которая возводит новостройки и объекты социальной инфраструктуры в столичном регионе. Широкий выбор конкурентоспособных предложений, высочайшее качество услуг, индивидуальный подход к каждому клиенту – преимущества, отличающие «Сити-XXI век» от многих других игроков строительного рынка.

«Сити-XXI век» не просто строит жилые дома и объекты инфраструктуры, а стремится создавать комфортную и благоприятную для развития личности

жизненную среду, занимаясь комплексной застройкой городских территорий в соответствии с собственной социально-архитектурной концепцией «Миниполис».

Все этапы работы по повышению качества продукта в компании «Сити-XXI век» были подробно описаны в Отчете за 2013 год. В 2014 году компания продолжила работу в соответствии с ними. Ежегодная оценка удовлетворенности потребителей, которая проводится в компании, показывает, что девелопер уверенно движется вперед в развитии и совершенствовании процесса продаж, качества строительства и услуг в сданных Миниполисах:

Уровень удовлетворенности	СИТИ-XXI ВЕК		
	2012	2013	2014
Работа застройщика (качество строительства)			
Работа управляющей компании			
Инфраструктура района			
Сервис продаж			
ОБЩИЙ ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ИНДЕКС	4,18	4,19	4,29

Так, в 2014 году компания полностью реализовала масштабный проект по формированию в Москве миниполиса «Строгинский». Его завершающим объектом стал новый учебный корпус Высшей школы экономики (Московского института электроники и математики), который мэр Москвы Сергей Собянин во время визита в Строгино оценил как «один из лучших университетских корпусов в России». С января 2015 года в здание переехали все три факультета МИЭМ НИУ ВШЭ – информационных технологий и вычислительной техники, прикладной математики и кибернетики, а также факультет электроники и телекоммуникаций. Одно из старейших учебных заведений страны нуждалось в новом корпусе еще со времен СССР, но воплотить проект в жизнь стало возможно только после заключения инвестиционного контракта с «Сити-XXI век». Стоимость проекта составила около 2 миллиардов рублей.

Девелопер сделал все, чтобы учебный процесс для студентов и преподавателей был максимально комфортным. Общая площадь здания – 22 тысячи квадратных метров, он рассчитан на 1820 учащихся и 400 сотрудников института. При строительстве применялись самые современные технологии и методы повышения энергоэффективности; здание также оснащено с учетом нужд людей с ограниченными возможностями.

В честь открытия комплекса «Сити-XXI век» подарила вузу оснащение для преподавательской аудитории – мебель из экологически чистых материалов и высокотехнологичное оборудование. Для студентов оборудовали уникальную лабораторию 3D-визуализации и компьютерной графики, которая поможет воплотить самые смелые идеи при помощи мультимедийных интерактивных технологий.

Таким образом, все объекты миниполиса Строгинский построены и введены в эксплуатацию. Это



Так, в микрорайоне «Радужный» (г. Видное), где компания ввела в эксплуатацию восемь жилых домов и детский сад на 180 мест, планируется также построить нетиповую школу на 550 мест, проектирование которой началось в 2014 году.

Одной из самых важных задач компания считает создание предпосылок для устойчивого развития территорий и местного сообщества, поэтому активно вовлекает потребителя в процесс создания продукта. В 2014 году появилась добровольная инициатива компании и жителей по дополнительному благоустройству территории района Строгино – проект «Народный парк». На территории 2 га, находящейся в непосредственной близости от построенных компанией жилых комплексов «Лазурный Блюз» и «Альбатрос», будет организована парково-прогулочная зона с велодорожками, скамейками, цветниками, газонами, малыми архитектурными формами, декоративным освещением. У жителей появятся комфортные условия для отдыха, общения, прогулок с детьми.

По завершении проекта произойдет качественное улучшение территории не только с точки зрения эстетического восприятия, но и безопасности. Совместное участие в проекте застройщика, власти и горожан является полезной и правильной практикой, позволяющей воспитывать неравнодушных людей к месту своего проживания, их заинтересованность в улучшении своего окружения.

четыре жилых комплекса, многофункциональный спорткомплекс «Янтарь», стадион «Янтарь» и учебный корпус ВШЭ (МИЭМ). Общая площадь застройки составила более 500 тысяч кв. м. Благодаря реализации компанией «Сити-XXI век» программы застройки была качественно изменена жизненная среда района Строгино: у жителей появилась возможность заниматься спортом, получать высшее образование рядом с домом и просто жить в современных и комфортабельных условиях.

Параллельно «Сити-XXI век» продолжила развитие других микрорайонов, которые также представляют собой проекты полноценной комплексной застройки.



Проект реализуется компанией совместно с Управой района Строгино и жителями. «Сити-XXI век» выступает его идейным вдохновителем, инициатором и инвестором. Компания уже вложила в осуществление задуманного 10 миллионов рублей. Дополнительные средства проект получает благодаря неравнодушию самих жителей и их посильной финансовой помощи. Работы планируется завершить до конца 2015 года.

Отличительной особенностью работы «Сити-XXI век» является и то, что компания не оставляет объекты после завершения строительства, а продолжает их развитие и способствует созданию сообщества жителей в микрорайонах. Большую роль в этом играют Соседские клубы – специально создаваемые девелопером площадки, где соседи могут посещать занятия по интересам, спортивные секции, реализовывать свои бизнес-идеи и просто общаться. Соседские клубы действуют в микрорайонах «Строгинский» и «Радужный». На их базе в 2014 году в полном объеме начала действовать программа патриотического воспитания и благотворительности, направленная на воспитание у юных жителей микрорайонов любви к Родине и стремления помочь тем, кто в этом нуждается. Для этого были открыты клубы «Патриот», где с ребятами занимаются тренеры и педагоги, способствуя их патриотическому, физическому и духовно-нравственному воспитанию. Дети посещают занятия военно-прикладными видами спорта, исторические уроки, беседы со священнослужителями, встречаются с интересными людьми – спортсменами, художниками и т.д. Часто в мероприятиях клуба принимают участие не только дети, но и родители, что способствует укреплению семейных ценностей.

Тема семьи лежит в основе концепции микрорайонов «СИТИ-XXI век», поэтому ей уделяется особое внимание в коммуникациях компании. В 2014 году ярким примером стал спецпроект девелопера на РБК, одном из крупнейших российских порталов, под названием «Микрорайон – город семейных ценностей». Наблюдения психологов, традиции, секреты семейной жизни и воспитания детей от известных людей, разговор с



СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННАЯ ПРОДУКЦИЯ

Более **60 объектов** жилой и коммерческой недвижимости

За годы работы реализовано и введено в эксплуатацию порядка **860 000 кв. м** площадей

Текущий портфель проектов – **940 000 кв. м.**

детьми на темы «Что такое Дом?», «Что такое работа?», «Что такое семья?», «Что такое уют?» - все это можно найти на страницах проекта. «Микрорайон на РБК» рассмотрел семью с разных сторон: бюджет, детская социализация, баланс времени, создание комфортных условий для всей членов семьи, бонусы для молодых людей, только начинающих семейную жизнь и многое другое. Одновременно здесь можно найти интересные сведения о конкретных микрорайонах в Москве и Московской области, об условиях проживания в них, инфраструктуре, транспортной доступности.



В 2014 году градостроительная концепция «Микрорайон» была высоко оценена экспертами и вошла в число 50-ти лучших проектов России, представленных на Форуме Общероссийского народного фронта с участием президента России. Компания также была отмечена профессиональным сообществом, о чем свидетельствуют престижные награды, в том числе FIABCI Prix d'Excellence, «Лучший реализованный проект года в области инвестиций и строительства», PRO Realty.

В течение 2014 года компания «Сити-XXI век» вела подготовку новых проектов: девелопер приобрел четыре земельных участка в ближнем Подмосковье совокупной площадью 60 га, которые планирует развивать по принципу микрорайонов. В трехлетней перспективе в Химках, Красногорске и Ленинском районе Московской области планируется реализовать проекты комплексной жилой застройки комфорт-класса с элементами бизнес-сегмента общей площадью строительства 578 тыс. кв.м. Благодаря приобретенным активам портфель текущих проектов компании вырос до 940 000 кв. м площадей. Таким образом, в полном объеме был выполнен стратегически важный для компании план по наращиванию портфеля земельных активов в 2014 году, и компания приступила к концептуальному проектированию новых микрорайонов.

Направление бизнеса ГК «Новард» по продаже промышленного и строительного оборудования осуществляет компания «Рутектор». Она вышла на рынок в 1994 году (до 2011 года работала под названием «Эконика-ТЕХНО»). Компания обеспечивает ключевые отрасли российской экономики высококачественным оборудованием и разрабатывает индивидуальные решения производственных задач.



Оборудование, поставляемое «Рутектором», позволяет охватить ключевые моменты производственного цикла. Ассортимент включает в себя промышленное оборудование для отраслей машиностроения, строительства, нефте- и газопроводов. Принципиально важно, что «Рутектор» занимается не только поставкой оборудования, но и подбором инновационных комплексных решений для производственной задачи любой сложности. Компания предоставляет клиентам полный комплекс услуг – от создания технических проектов, подбора моделей и комплектации оборудования до проведения монтажа и пусконаладочных

10 000 наименований оборудования

13 регионов присутствия

работ, гарантийного и послегарантийного обслуживания, поставок запасных частей и комплектующих. Единые корпоративные стандарты обслуживания гарантируют высокий уровень сервиса.

За многолетнюю историю в «Рутекторе» накопился богатый и уникальный опыт создания решений для повышения производительности современного промышленного производства и строительства. Он позволяет компании не ограничиваться общепринятыми рамками и предлагать заказчикам эффективные нетиповые решения. Именно поэтому в ходе ребрендинга в 2011

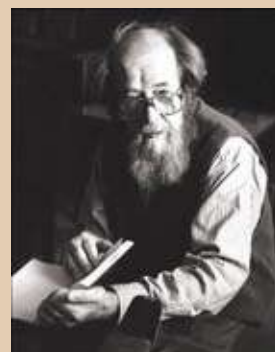
году компания обозначила для себя новый приоритет развития как центра знаний по созданию и внедрению передовых промышленных технологий для развития экономики России и усиления ее роли в мировом сообществе.

Изобретения и инновационные проекты компании «Рутектор» удостоивались различных наград, среди которых – золотая медаль в номинации «За качество и технические решения» VII Международного форума «Интерполитех», серебряная медаль в области приборостроения за инфракрасный карбоновый обогреватель «МАКАР TOP» X Московского международного Салона промышленной собственности «АРХИМЕД».

Компания «Рутектор» постоянно развивается и присутствует не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и во многих крупных городах России.

Солженицын Александр Исаевич

...Совсем не уровень благополучия делает счастье людей, а отношения сердец и наша точка зрения на нашу жизнь. И то и другое – всегда в нашей власти.



В 2006 году в Группе компаний «Новард» появилось новое направление деятельности по управлению коммерческой недвижимостью – компания «Новард Эстейт».

В управлении компании «Новард Эстейт» находятся объекты формата стрит-ритейл в г.Москве и в регионах России, комплекс административно-офисных помещений и ряд небольших офисно-административных помещений.

Компания «Новард Эстейт Менеджмент Лимитед» занимается управлением коммерческой недвижимостью. Среди основных перспективных проектов – торговые центры шаговой доступности «Ларец», концепция которых эксклюзивна и актуальна для любого мегаполиса. Концепция ТЦ предполагает не только все необходимое для жизни рядом с домом, но и призвана ориентировать жителей микрорайона на духовное и физическое развитие, продвигать идеи добра, духовных ценностей, заботу о семьях, о здоро-



Фонвизин Денис Иванович

Нельзя не любить правил добродетели. Они — способы к счастью.

вье. Уникальностью концепции является создание в ТЦ теплой и дружелюбной атмосферы, вызывающей ощущение «дома, семьи, доброты, любви», чего так не хватает в крупных центрах.

Она предлагает сочетание только качественного ритейла с социальной функцией – творческие центры, места для семейного досуга, социальные акции, формирование сообщества жильцов микрорайона

Первый ТЦ «Ларец» общей площадью 6,6 тыс.м2 возводится в составе миниполиса «Радужный», застройку которого ведет компания «Сити-XXI век» в 5-м микрорайоне г. Видное. Ввод в эксплуатацию намечен на 2-е полугодие 2016 г.



Ответственность бизнеса: стратегия и управление

В течение 2014-2015 гг. Группа «Новард» продолжала прилагать усилия для того, чтобы бизнес компаний строился на российских традиционных ценностях, свидетельством чему послужила комплексная работа по формированию российской бизнес-модели. Бизнес-модель является отражением миссии холдинга и нацелена на то, чтобы предприниматели, которых волнует ценностно ориентированный подход к бизнесу, смогли ответить на насущные вопросы в ходе создания, планирования и реализации своей деятельности (более подробно в разделе «Вклад в развитие общества»).



2017 - цель соответствует Стратегии ГК ОВ inside - учитывает задачи отв.бизнеса

Система стратегического планирования в Группе компаний «Новард» основана на каскадировании генеральных целей всего холдинга к более частным на уровне дочерних компаний и реализуется посредством выполнения функциональных стратегий по каждому из основных бизнес-направлений. На уровне Группы определены стратегические приоритеты, которые в дальнейшем интегрируются в каждый из бизнесов.

Аспекты, связанные с ответственным ведением бизнеса, встроены в общую стратегию, поскольку компания считает их неотъемлемой частью своей деятельности.

На уровне Группы компаний разработана стратегия на пять лет до 2017 года, на основании которой разрабатываются базовые стратегии дочерних компаний. Каждая базовая стратегия дополняется функциональными стратегиями по направлениям: финансовая, по управлению персоналом, маркетинговая, коммуникационная и другие.

С целью реализации стратегии дочерние компании ежегодно разрабатывают и защищают бизнес-планы, а также представляют на рассмотрение руководства отчетность (ежемесячную, ежеквартальную, полу-годовую, годовую). Отчетность включает себя показатели по маркетингу, финансово-хозяйственной деятельности, а также основные сбалансированные показатели.

Сбалансированные показатели – комплексная система, которая оценивает эффективность деятельности Группы компаний в целом. Среди основных показателей стоит выделить:

- в отношении финансов – темп роста оборота, рентабельность продаж;
- в отношении маркетинга – уровень удовлетворенности потребителей, индекс соответствия продукта и концепции наиболее важным потребительским критериям, объем новых проектов;
- в отношении внутренних бизнес-процессов – уровень соответствия привлеченного финансирования



Ильин Иван Александрович

Это счастье – творчески работать, создавать в мире новую красоту... Это счастье – вести общение с людьми, вчувствуясь в их жизнь и постигая ее смысл; отдавать им свое лучшее и принимать их дары...



потребностям бизнеса, процент выполнения плана по оптимизации бизнес-процессов;

- в отношении развития персонала – доля сотрудников высшей и первой категории, индекс вовлеченности, производительность труда, индекс инновационной среды;
- в отношении безопасности и рисков – выполнение программы мероприятий в разрезе каждой дочерней компании.

К сбалансированным показателям, характеризующим степень ответственности бизнеса, относятся:

- оценка системы управления ответственным бизнесом со стороны президента;
- соответствие рекламных материалов ценностям компании;
- участие в профильных мероприятиях по ответственному бизнесу;
- количество проведенных акций по привлечению средств в БФ «Неопалимая купина»;
- количество реализованных социальных и благотворительных проектов;
- количество волонтеров, участвующих в социальных мероприятиях.

Высшим руководящим органом в Группе компаний «Новард» является президент. На его уровне функционирует рабочая группа по ценностям, сформированная в 2013 году, в состав которой входят топ-менеджеры холдинга.

Паустовский Константин Георгиевич

Человек, живущий «по сердцу», в согласии со своим внутренним миром, - всегда созидатель, обогатитель и художник.



креативных материалов, их анализ на соответствие ценностям компании);

- организация и проведение соответствующих мероприятий во внутреннем и внешнем контуре;
- продвижение повестки ответственного бизнеса в обществе.

В рамках согласования разработанных при участии директора по ответственности бизнеса регламентирующих документов в 2014 - начале 2015 гг. были проведены сессии по обсуждению «Политики по социальной и благотворительной деятельности» и «Ценностных ориентиров в рекламной деятельности», окончательное согласование которых было перенесено на осень 2015 года в рамках внедрения российской бизнес-модели.

Принципы ответственного бизнеса основаны на взаимовыгодном взаимодействии холдинга с заинтересованными сторонами и включают в себя:

- Ответственное отношение к сотрудникам, предоставление возможностей для раскрытия их потенциала, всестороннее вовлечение их в труд, создающий благо для общества
- Взаимовыгодное, открытое и надежное партнерство с потребителями и партнерами
- Возрождение духовных и морально-этических ценностей предпринимателей дореволюционной России

В 2014-2015 гг. было проведено пять встреч рабочей группы, на которых решался круг следующих релевантных задач:

- реализация плана-графика по ответственному бизнесу (в том числе, подготовка Отчета по ответственности бизнеса, проведение исследования на тему «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства», разработка и утверждение политик);
- разработка бизнес-модели;
- обсуждение кейсов, связанных с несоблюдением ценностей в холдинге.

Директор по связям с общественностью и ответственности бизнеса на уровне Группы компаний отвечает за реализацию повестки ответственного ведения бизнеса во всех дочерних организациях. В его задачи входит решение таких вопросов, как:

- участие в создании продукта (работа над креативной концепцией, закладывающей в свою основу социальную составляющую);
- повышение информированности руководства дочерних компаний в отношении вопросов, связанных с ответственностью бизнеса;
- участие в продвижении продукта (разработка

Ответственность перед сотрудниками и их семьями

Подход и принципы компании в области управления персоналом

Работа с персоналом в Группе компаний «Новард» является стратегически важным направлением, поскольку именно благодаря сотрудникам холдинг движется вперед и достигает успехов. В Группе стремятся создать для сотрудников оптимальные условия труда, обеспечить постоянное профессиональное развитие, высокую удовлетворенность, вовлеченность в достижение общих целей, сильную корпоративную культуру. Все эти приоритеты отражены в Политике управления персоналом Группы компаний.

Общее руководство кадровой работой в Группе компаний «Новард» осуществляет Департамент по персоналу и организационному развитию Управляющей компании. Он также оказывает методическую и практическую помощь службам по персоналу дочерних компаний, которые, в свою очередь, также реализуют полный цикл функций в области управления персоналом.

Подробно все принципы и подходы холдинга в области управления персоналом, особенности подбора, профессионального развития, мотивации сотрудников освещены в Отчете об ответственности бизнеса за 2013 год. В данном Отчете описаны изменения, цифры и нововведения, относящиеся к 2014 году.

Команда

В 2014 году число сотрудников Группы компаний существенно не изменилось и составило около 2300 человек. Основная часть коллектива сосредоточена в Московском регионе, однако в целом география довольно обширная – сотрудники холдинга трудятся более чем в 30 регионах России. Прежде всего, это персонал подразделений модной обувной сети «Эконика» и филиалов компании «Рутектор».

Приоритетные направления в области управления персоналом

В соответствии с Политикой управления персоналом основными целями и задачами Группы компаний до 2017 года в этой области являются обеспечение развития профессиональной ценностно-ориентированной команды сотрудников, инновационной среды и повышение уровня лояльности персонала.

Развитие профессиональной ценностно-ориентированной команды

Считая персонал основным капиталом, обеспечивающим реализацию стратегических целей бизнеса, Группа компаний «Новард» уделяет много внимания вопросам профессионального и личностного развития сотрудников.

По итогам ежегодной оценки для сотрудников с потенциалом формируются планы индивидуального развития. Наиболее перспективные вовлекаются в решение стратегически важных задач и включаются в работу над различными проектами. Таким образом расширяется их сфера ответственности и полномочия, а также им предоставляется возможность для самовыражения и личного развития. Успешные менеджеры могут стать «агентами изменений», на которых руководство в первую очередь опирается при внедрении любых нововведений.

Сотрудники, продемонстрировавшие наиболее вы-

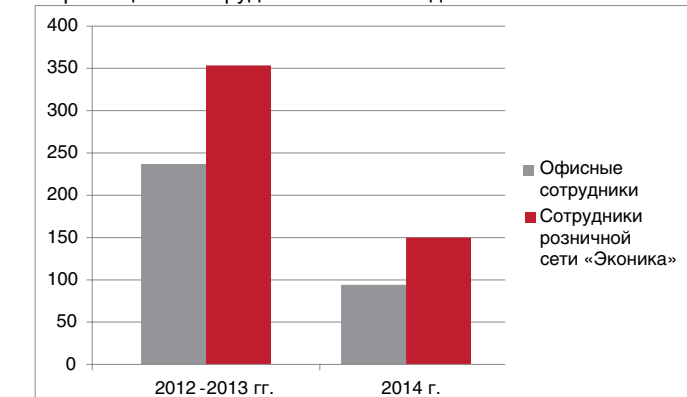
Распутин Валентин Григорьевич

Наше дело – жить правильно, пример жизнью подавать.



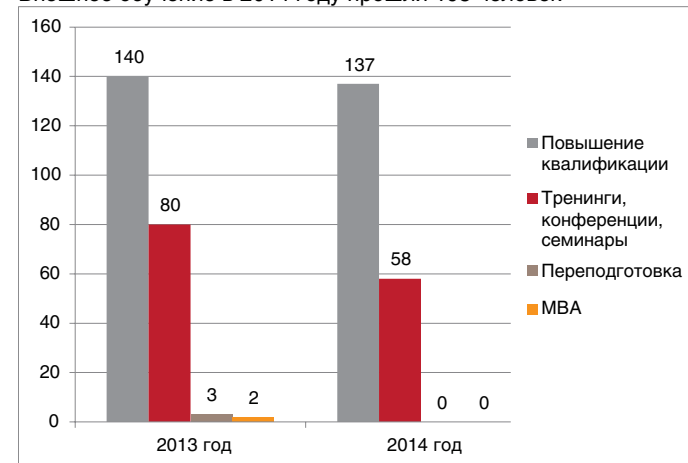
сокие показатели в ходе оценки профессионализма, также включается во внутренний кадровый резерв холдинга, который является важным источником кандидатов на руководящие должности. Системное управление кадровым резервом и увеличение процента сотрудников, состоящих в нем, а также закрытых ими вакансий, входит в число основных стратегических задач департаментов управления персоналом Группы до 2017 года. Группа стремится рассматривать на руководящие должности прежде всего своих сотрудников, проявивших высокую степень эффективности и вошедших в кадровый резерв, а также планирует расширить спектр возможностей, предоставив сотрудникам шанс более активно перемещаться на новые должности не только в одной из компаний, но и в рамках Группы компаний в целом.

Перемещение сотрудников на новые должности в 2012-2014 гг.



По результатам оценки в Группе компаний «Новард» формируются планы внутреннего и внешнего обучения персонала. Внешнее очное обучение в области профессиональной информации и знаний прошли 195 сотрудников Группы компаний, 9 из которых повысили квалификацию на базе MBA.

Внешнее обучение в 2014 году прошли 195 человек



На уровне Группы во внутреннем обучении основной акцент был сделан на развитие базы курсов для дистанционного обучения: на Интранет-портале был запущен специальный раздел «Центр развития», в котором предлагается саморазвитие корпоративных компетенций. Для совершенствования каждой из них подобраны электронные курсы, статьи, учебная литература. Также в Группе прошло внутреннее обучение по отработке навыков работы в автоматизированных программных продуктах, которые на данный момент используются в компаниях, был разработан и подготовлен дистанционный видеокурс по работе в системе электронного документооборота.

Кроме того, департамент по управлению персоналом ввел в практику новый для холдинга формат – годовую учебно-коммуникационную программу, которая в 2014 году называлась «Деловой стиль в «Новарде» и была направлена на развитие управленческих навыков, коммуникацию и управление временем.

Курс состоял из трех модулей: «Деловой стиль в одежде», посвященный дресс-коду, «В ногу со временем» - о личной эффективности и тайм-менеджменте, «Деловой стиль в коммуникациях» - рассматривающий навыки эффективного делового общения, правильной организации встреч и переговоров, особенности ведения деловой переписки и общения по телефону, а также технологии создания презентаций и технику успешных выступлений.

Внутреннее обучение персонала на уровне дочерних компаний, прежде всего, было связано с приоритетными бизнес-направлениями каждой из них. Так, в «Сити-XXI век» был проведен комплекс мероприятий по развитию идейного продукта «Миниполис», а также внутреннее обучение по стандартам общения и развитию коммуникативных навыков для сотрудников, которые взаимодействуют с внешними клиентами.

Гончаров Иван Александрович

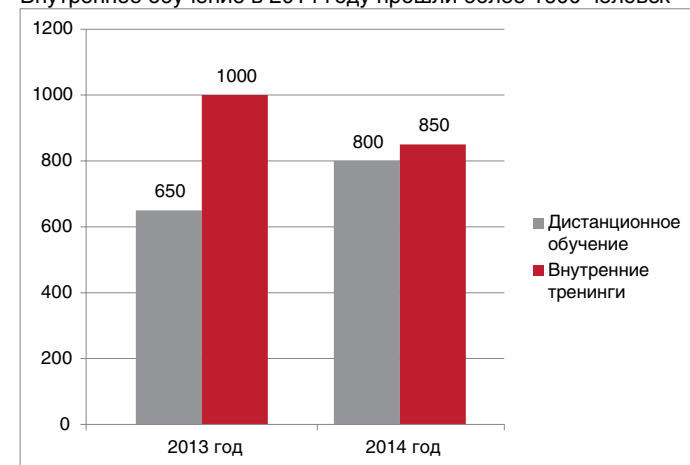
Широкий ум свойственен людям с глубоким сердцем и поэтому огромная любовь стоит рядом с великим умом. Оттого самых высоких вершин гуманности способны достичь только великие сердца, великие умы.



В «Эконике» приоритетным было обучение управляющих салонов, направленное на развитие управленческих навыков. Отдельная часть была посвящена обучению руководителей самостоятельно проводить тренинги для торгового персонала на местах. Кроме того, в компании прошло трехэтапное обучение новых сотрудников торгового персонала, сезонное обучение по новой коллекции. После курсов было организовано электронное тестирование по каждому этапу обучения и посттренинговое сопровождение на рабочих местах.

В компании «Рутектор» основное внимание уделили выстраиванию системы продаж: было проведено обучение с передачей опыта от компании Danfoss, а также курс для новичков по отработке навыков продаж и работы в контактном центре.

Внутреннее обучение в 2014 году прошли более 1600 человек



Развитие инновационной среды

В течение 2014 года были подготовлены важные изменения в системе непрерывных улучшений (инноваций) Группы компаний. Инновационность является составляющей бренд-кода Группы компаний «Новард» и всех дочерних компаний, поэтому в холдинге поощряются инициативы сотрудников, направленные на совершенствование различных процессов. Многие сотрудники ГК «Новард» предлагают самые разные идеи, касающиеся как их собственных функциональ-

ных обязанностей, так и работы смежных подразделений. Впоследствии каждое потенциальное нововведение рассматривается на инновационных комитетах компаний.

Инициативы поступают из разных источников: из опросов руководителей, личных анкет в системе оценки, а также с корпоративного Интранет-портала, на котором ресурс по сбору идей и предложений сотрудников был запущен в 2010 году. Реализуются инициативы тоже по-разному. Некоторые сотрудники самостоятельно воплощают в жизнь свои идеи, кто-то осуществляет это внутри своего подразделения, а кому-то для реализации своей инициативы приходится задействовать сотрудников разных подразделений. Наиболее значимые для бизнеса инновации входят в число финалистов и победителей соответствующей номинации корпоративной премии «Создаем с любовью» и поощряются ценными призами.

В 2014 году Служба персонала Управляющей компании подготовила проект запуска новой компьютерной платформы, которая позволила бы максимально полно реализовать задачи по сбору, анализу, обработке идей и предложений сотрудников, а также была бы более прозрачна с точки зрения мотивации и поощрения тех, кто непрерывно улучшает деятельность компании. Внедряемая система обеспечивает:

- публикацию инициатив в различных форматах;
- обсуждение инициатив сотрудниками в форме форума;
- контроль внедрения предложений по улучшению;
- возможность поиска необходимой информации;
- разграничение доступа к различной информации;
- построение различных отчетов и диаграмм;
- хранение инициатив и предложений по улучшению;
- применение рейтинга и корпоративной валюты для мотивации участников.

Запуск программной платформы состоялся в апреле 2015 года. Каждый сотрудник может войти в систему через специальную ссылку на корпоративном Интранет-портале, опубликовать свои инициативы или участвовать в обсуждении в качестве эксперта и повышать свой рейтинг, зарабатывая баллы за активную работу.

Таким образом в холдинге стремятся создать корпоративную культуру, в которой не бывает плохих идей, где сотрудники не боятся предлагать инициативы, а руководители не воспринимают их как критику. Главными результатами должны стать не только инновации, способствующие успеху компании на рынке, но и вовлеченность в общее дело, причастность к результату, обмен информацией и конструктивное межфункциональное взаимодействие.

Повышение уровня лояльности персонала

Лояльность сотрудников – важный критерий кадровой стабильности, демонстрирующий уважительное, корректное и благожелательное отношение к

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД СОТРУДНИКАМИ

Ильин Иван Александрович

Совесть есть первый и глубочайший источник чувства ответственности.



компании-работодателю, личную заинтересованность в ее успешном развитии. В каждой из компаний Группы проводится регулярный мониторинг уровня лояльности и вовлеченности сотрудников с последующей разработкой на его основе программ мероприятий, направленных на повышение лояльности и вовлеченности персонала и устранение/нивелирование деструктивных факторов.

Проведение опросов в компаниях прошло свой путь от изучения удовлетворенности и лояльности к исследованиям вовлеченности. Подобный переход связан с тем, что удовлетворенность сотрудников очень мало влияет на эффективность их работы. В то время как вовлеченность персонала напрямую взаимосвязана с результатами бизнеса компании.

В 2014 году исследование вовлеченности прошло в Группе компаний «Новард» в шестой раз. Основные цели исследования - не просто измерить настроенность сотрудников, а собрать данные для разработки или актуализации стратегии и повышения готовности персонала на всех уровнях к ее реализации, оценить эффект внедренных HR-практик и эффективность менеджмента, выделить ключевые факторы, которые будут стимулировать сотрудников компании добиваться лучших результатов.

Каждая компания должна найти свой баланс между нуждами сотрудников и интересами бизнеса. Мировые исследования подтверждают, что у лучших работодателей - высокий уровень вовлеченности сотрудников. Руководители в таких компаниях пользуются доверием подчиненных и формируют культуру, ориентированную на высокую производительность. Кроме этого, лучшие работодатели ориентированы на будущее и способны поддерживать высокие показатели в течение длительного времени.

Результаты исследования внимательно анализируются сотрудниками HR-службы, с активным участием непосредственных руководителей, а также с привлечением инициативных сотрудников из подразделений.

По результатам обсуждения в 2014 году был разработан план конкретных действий, который затем обсудили бизнес-комитеты в дочерних компаниях, а в управляющей компании - стратегический комитет. Как правило, после утверждения плана его реализация становится высоким приоритетом, сроки выполнения контролируются. Повышение уровня вовлеченности и удовлетворенности сотрудников в конечном итоге за-

висит от активной совместной работы и неравнодушного отношения к данному процессу у менеджмента компании, непосредственных руководителей и, конечно, самих сотрудников.

Все компании стремятся к построению долгосрочных отношений с сотрудниками, поэтому особо поддерживаются и поощряются сотрудники, проработавшие в холдинге более 5 лет. Они получают звание ветеранов и ежегодно награждаются в торжественной обстановке золотыми значками и ценными призами. В 2014 году впервые ветеранами стали еще 74 сотрудника. Всего же в Группе более 35% сотрудников, имеющих стаж работы в холдинге более 5 лет.



Развитие внутренних коммуникаций

В 2014 году в Группе компаний «Новард» был открыт внутренний портал профессионального сообщества специалистов по управлению персоналом «ПроПерсонал». Он предназначен для содействия развитию HR-менеджмента в холдинге через предоставление ресурсов для решения задач, связанных с профессиональной деятельностью. Основные задачи, на решение которых направлена деятельность профессионального сообщества – это содействие профессиональному развитию сотрудников Группы и создание дополнительных условий для профессионального общения специалистов по управлению персоналом, обмена опытом. «ПроПерсонал» предоставляет всем сотрудникам и руководителям отличную возможность получить современные знания по управлению человеческими ресурсами компании, совершенствовать свои умения и навыки практической работы с сотрудниками, развиваться как профессионально, так и лично. HR-специалистам удобный формат портала позволяет получить в одном месте актуальную информацию о российском трудовом законодательстве, технологиях управления персоналом, пообщаться и обменяться опытом с коллегами.

Корпоративные мероприятия

Главные корпоративные события 2014 года были посвящены 25-летию Группы компаний «Новард». По-

скольку главной целью собственники холдинга считают создание истинных ценностей для общества, юбилейные мероприятия стали не просто поводом отметить солидную дату, но еще и возможностью создать ретроспективу всех социально полезных инициатив, реализованных «Новардом» за всю историю его существования, и рассказать о них сотрудникам и партнерам, а также сформулировать ориентиры на будущее.

В течение года совместно с департаментом по связям с общественностью была реализована информационная кампания «25 добрых дел», которая посвящена работе, проводимой корпорацией в области социальной ответственности бизнеса с начала своего существования. О направлениях и проектах социально ответственной деятельности Группы компаний «Новард» в видеоинтервью рассказали президент холдинга А.А. Илиопуло и ответственные специалисты.

Важной частью масштабного праздничного мероприятия, посвященного юбилею Группы, стала презентация добрых дел, которые реализует Группа. В первую очередь, это создание модели ответственного ведения бизнеса, социальные и благотворительные проекты, социальные продукты и вклад в культуру и творчество.

В 2014 году состоялись также традиционные корпоративные мероприятия – церемония награждения корпоративной премией «Создаем с любовью», праздник, посвященный Дню защитника Отечества и Международному женскому дню, конкурс для детей сотрудников «Пятерочка», паломнические поездки к православным святыням (Толга, Переславль и Марфо-Мариинская обитель), Рождественская экскурсия для сотрудников в Музей предпринимателей и меценатов.

Продолжила работу театральная студия «Новарда», которая не только порадовала новыми спектаклями коллег, но и провела целый ряд волонтерских спектаклей – для подопечных Научно-практического центра медико-социальной реабилитации инвалидов им. Л.И.Швецовой, Хосписа №1 имени В.В. Миллиончиковой Департамента здравоохранения города Москвы, насельников Свято-Спиридоньевской богадельни православной службы «Милосердие».



Ответственность перед обществом

Продвижение повестки ответственного бизнеса

Социально ответственный бизнес должен сыграть важную роль в духовном возрождении России, поэтому холдинг активно продвигает повестку ответственного бизнеса во внешней среде. Для этого развивается сотрудничество с различными организациями, которые занимаются вопросами поддержки и развития предпринимательства в стране.

*Чехов Антон
Павлович*

Желание служить общему благу должно непременно быть потребностью души, условием личного счастья.



Так, многолетние партнерские отношения связывают корпорацию с Общероссийской общественной организацией «ОПОРА РОССИИ», членом Президиума которой является президент «Новарда» А.А. Илиопуло. Вместе с коллегами он участвует в решении острых актуальных проблем, с которыми сталкиваются российские предприниматели, а также является одним из инициаторов проекта «ОПОРА-Созидание», содействующего развитию социально ответственного предпринимательства, распространению лучших практик и моделей корпоративной благотворительной и социально направленной деятельности, восстановлению традиций благотворительности и меценатства российского предпринимательства.

Исследование «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства»

В 2014 году Группа компаний «Новард» совместно с КПМГ и фондом «Единое общество» при поддержке ОПОРЫ РОССИИ инициировали масштабный проект по исследованию ценностных основ социальной деятельности российских предпринимателей, который был презентован в начале 2015 года. Полная версия исследования размещена на главной странице сайта ГК «Новард». В частности, был проведен опрос 45 компаний крупного, 30 компаний среднего и 50 компаний малого бизнеса.

Много лет Группа компаний сотрудничает с независимой общественной организацией «Ассоциация менеджеров России», представляющей интересы российского профессионального делового сообщества. Президент А.А. Илиопуло входит в ее Совет директоров.

Сегодня отечественная концепция социальной ответственности бизнеса в России находится в стадии формирования. Немногочисленная категория предпринимателей последовательно занимается внедрением принципов ответственного бизнеса по собственному моральному убеждению, стремясь создавать что-то действительно ценное для общества. Поэтому важно вовлекать в диалог по этой проблеме как можно больше представителей делового сообщества и предоставлять возможность собственникам и топ-менеджерам обмениваться опытом. Вот почему холдинг регулярно поддерживает самые значимые конференции, конкурсы и форумы, посвященные теме социальной ответственности бизнеса. В 2014 году спикеры корпорации приняли участие в различных мероприятиях, среди которых конференции «Благотворительность в России» («Ведомости»), «Корпоративная социальная ответственность и этика бизнеса» (ТПП), Конференция «Корпоративная социальная ответственность: лишний балласт или спасательный круг?» (РБК), III Форуме МАКО «Глобализация: вызовы и возможности», международном форуме «People Investor 2014» (организуется «Ассоциацией менеджеров России») и других.



Исследование позволило выявить те факторы, которые являются основными для развития социальной деятельности бизнеса в современной России, а также определить роль и влияние современных теорий КСО и устойчивого развития на социальную деятельность российского бизнеса.

Директор по связям с общественностью и ответственности бизнеса ГК «Новард» Мария Захарова на презентации исследования «Ценностные основы социальной деятельности российского предпринимательства»



На сегодняшний день имеется множество мотивов, которые побуждают компании осуществлять социальную деятельность. Исследование показало, что на первый план для крупного, среднего и малого бизнеса выходят личные ценности. Данный факт свидетельствует о том, что при осуществлении социальной деятельности важнейшую роль играет личность руководителя, владельца, именно от его ценностных установок зависит направленность, объем и масштаб социальной деятельности компании.



Объем денежных средств, затраченных на ведение социальной деятельности, полностью коррелирует с размером компании. При этом крупные российские компании затратили на социальную деятельность значительно больше средств, чем их иностранные коллеги.



Основные целевые группы, на которые направлена социальная деятельность компаний крупного, среднего и малого бизнеса, практически совпадают, разница заключается в преобладании тех или иных групп:



Основные выводы, которые были сформулированы в ходе исследования:

- 100% респондентов реализуют социальную и благотворительную деятельность
- Морально-этические нормы – основное руководство к реализации проектов более чем у 20% опрошенных компаний
- Существует серьезный разрыв между восприятием социальной деятельности у населения и бизнеса
- Среди мотивов, побуждающих к ведению социальной деятельности, российские компании выделяют личные ценности, семейные традиции и традиции компании, а для западных компаний большее значение имеют такие мотивы, как корпоративные требования, повышение значимости бренда и самореализация

Коллег (которые инвестируют в образовательные программы для молодежи и персонала и его медицинское обеспечение, поддержку экологии), больше ориентированы на:

- Помощь людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, оказание помощи религиозным организациям
- Поддержку инфраструктуры, обеспечение занятости населения, социальное обеспечение
- Участие в городских программах
- Заботу о сотрудниках в части санаторно-курортного обеспечения, поддержку неработающих пенсионеров, жилищные программы

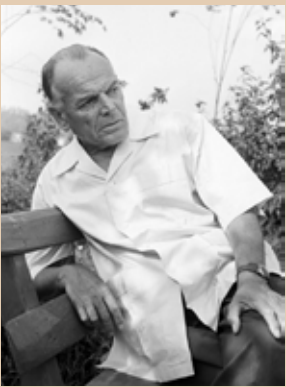
Российская бизнес-модель, основанная на традиционных российских ценностях

Уникальность российской бизнес-модели заключается в том, что она нацелена не только на финансовую эффективность, но и на созидание блага для заинтересованных сторон (сотрудники, общество, потребители и другие).

Работа над формулировкой модели была инициирована в 2013 году рабочей группой «ОПОРА-Созидание» и была доведена до стадии формирования фактуры к середине 2015 года. На момент июня 2015 года были проведены две рабочие сессии с целью формулировки основных посылов модели, а также ее последующей доработки.

Паустовский Константин Георгиевич

Без чувства своей страны — особенной, очень дорогой и милой в каждой ее мелочи — нет настоящего человеческого характера. Это чувство бескорыстно и наполняет нас великим интересом ко всему.



**Радищев Александр
Николаевич**

*Добротелю я называю навык
действий, полезных обществен-
ному благу.*



который хранит в своих стенах историю «золотого века» российского предпринимательства (конец XIX-начало XX вв.), сведения и факты о знаменитых династиях деловых людей – Прохоровых, Третьяковых, Рябушинских, Алексеевых и др., а также их меценатской и благотворительной деятельности.



Сотрудники холдинга и члены их семей с удовольствием посещают экскурсии Музея, знакомятся с бытом предпринимателей прошлых веков, с их традициями ведения дел, семейным укладом.

Музей создан в 1992 году усилиями историков-энтузиастов. «Новард» оказывает финансовую помощь в оплате аренды помещения музея. Для корпорации это партнерство имеет большое значение: ведь в ее миссии зафиксирована преемственность российских традиций предпринимательства и меценатства. О них мало кто знает, а Музей играет в этом смысле уникальную просветительскую роль и располагает интересной информацией, которая вполне может пригодиться современным бизнесменам на практике.



Проект модели включает в себя следующие основные разделы:

- Особенности национального характера и наследие
- Ценности, лежащие в основе модели
- Особенности преломления ценностей в бизнес-процессах:
 - создание продукта (качество, ценообразование)
 - продвижение (позиционирование, маркетинг, PR, реклама)
 - взаимодействие между сотрудниками
 - взаимодействие с заинтересованными сторонами (потребители, госорганы, партнеры, поставщики)
 - социальная и благотворительная деятельность
- Вовлечение сотрудников в реализацию бизнес-модели

Дальнейшие шаги работы над моделью предполагают проведение серии экспертных сессий с привлечением внешних неравнодушных специалистов, а также презентацию модели более широкому кругу заинтересованных сторон.

Сотрудничество с Музеем предпринимателей, меценатов и благотворителей

Группа компаний «Новард» уже несколько лет сотрудничает с Музеем предпринимателей, благотворителей и меценатов. Это единственный в России музей,

Ответственность перед нуждающимися

Социальная ответственность бизнеса – тема, которая остается актуальной не одно десятилетие.

Глубокие размышления по теме дают нам такую цитату: «В каждой работе – пишет Иван Ильин – имеется идейное направляющее «для чего?»... Где и как моя профессия включается в дело – совести, веры, права, моего народа, моего Отечества? Как мне ему лучше всего служить? Не так, чтобы я механически крутил шарманку своей повседневной работы; но чтобы я самым наилучшим образом способствовал делу. Чтобы вечером я чувствовал: сегодня благодаря мне стало немного лучше на белом свете, и завтра пусть будет также, и каждый последующий день...»

Каждый из нас, друзья – партнеры, сотрудники холдинга, и просто доброжелательные читатели Отчета самых разных профессий, подразделений, интересов и лет - действительно вправе думать, что год был прожит не зря. Все потому что, в этом хрупком и тесном мире благотворительность компании ведет свой собственный календарь. У него негромкий «дневниковый» характер. Но мы имеем полное право перелистать записи прошлого года, потому что все это – про нас с вами.

«Как родные» - забота о детях

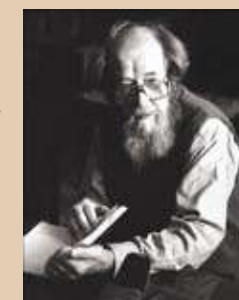
- Уделяя по-прежнему пристальное внимание построенному компанией «Сити-XXI век» и открытому Духовно-социальному центру им.Платона Левшина, мы финансировали учебные материалы, интерактивные доски, замену фильтров, детские экскурсии в Москве и Греции. Поскольку в основе нашего сотрудничества лежит мотивация педагогов и учеников (вне зависимости от состояния здоровья и жизненной ситуации) к передаче-получению качественных, глубоких и одновременно нравственных знаний – холдинг ежемесячно поддерживает православную Гимназию центра материально.



- Чтобы помочь воспитанникам «Дома сирот» Тверской области, мы перечислили средства, на которые построены 3 отопительные, две варочные печи и русская печь для выпечки хлеба руками насельников.
- Чтобы учащимся Церковно-Приходской школы №1 Москвы были доступны глубокие и качественные знания, мы помогали в оплате учителей, поддержании в достойном состоянии помещений школы, покупке не-

**Солженицын
Александр Исаевич**

*- Избыток - это не прогресс!
Прогрессом я признал бы не
материальный избыток, а все-
общую готовность делиться не-
достающим!*



обходимого для занятий учащимся из малообеспеченных семей.

- Нужная обувь от «Эконики» передана в интернаты Тверской области, Храм Георгия Победоносца в Старых Лучниках (Москва).
- С нашей поддержкой сделан ремонт в здании воскресной школы в п. Золотково (Владимирская обл.) и НОДУ «Тверской православный детский сад Святой Анны Кашинской» (Тверь). Этот год стал для учреждения особенным: при финансовом содействии ГК «Новард» здесь открыта группа дневного пребывания для 10 детей-беженцев.
- Мы позаботились о детском летнем отдыхе для воспитанниц Свято-Успенского Дуниловского монастыря (Ивановская обл.) и о подготовке к школе детей приюта Покровского Хоткова ставропигиального женского монастыря.
- Для Желыбинского интерната Тульской области 2014-й стал переломным: годом расформирования. Одних ребят направили к родственникам, других в Новомосковскую специальную (коррекционную) школу-интернат для детей-сирот. В ушедшем году мы сумели несколько раз встретиться – для поездок в храм, для проведения экзамена в парикмахерском классе, для общения в городе мастеров «Мастерславль». Главное, наверное, для того, чтобы замечательный мальчик Миша обрел своих маму и папу среди волонтеров «Новарда».



• И, конечно, собираем деток школу! Акция с одноименным названием на этот раз поддержала учащихся средней общеобразовательной школы «Переславская православная гимназия имени святого благоверного великого князя Александра Невского» и детей-беженцев. Купленные для них школьные принадлежности были переданы через службу «Милосердие».

• Стабильная ежемесячная помощь московскому кризисному центру «Дом для мамы» позволяет проекту работать и развиваться.

• Сохраненные семьи, материнское здоровье, прежде всего, детские жизни – все это соотносится и с другим благотворительным партнером холдинга – Центром «Свеча материнства» (Тверь). Общение со специалистами по прерывающей работе (именно на оплату их труда направляются средства) имеет результаты: из 115 женщин 18 отказались от прерывания беременности.

Опека людей старшего поколения

«Старость - не радость, но и ее должно переживать, не роняя достоинства, не впадая в жалобную растерянность, отчаянное озлобление, и даже уметь с удовлетворением воспользоваться некоторыми преимуществами этого возраста», - писал А. Т. Твардовский.

• Ради этой цели поддерживается Фонд Героев Советского Союза, участников Великой Отечественной войны «Звезда»: на праздничных встречах ветеранов теперь можно увидеть изготовленные с нашей помощью ролл-апы с фотографиями военных лет, а наши подарки ко Дню Победы стали ежегодными.

• Ради нее – регулярные пожертвования направляются Сестричеству в честь вмч. и целителя Пантелеимона (Москва), деятельность которого связана с уходом за лежащими больными сестрами милосердия. Поверьте, их труд нелегок и оплачивается чрезвычайно скромно.

• Достойные условия проживания холдинг помогает поддерживать и монастырским богадельням. В течение года насельницы Подворья Успенского Пюхтицкого монастыря (скит в п. Юдино Московской обл.) получили помощь в оплате покупки теплой одежды, ревизии системы отопления специалистами ДК «Рутектор».

• Свято-Елисаветинский монастырь (Калининградская обл.) с помощью наших пожертвований ведет строительство «Дома милосердия» - богадельни для престарелых.

• О Свято-Спиридоньевской богадельне службы «Милосердие» стоит сказать особо. Адресатом акции «Стань Дедом Морозом!» в 2014 году она стала впервые, и впервые приняла поздравления от корпоративной театральной студии. Поддержка проекта в рамках инициативы «Благотворительность вместо сувениров» в 2014 году была третьей по счету. В разные годы в ней приняли участие как управляющая, так и

все дочерние компании. Присоединившись в 2012-ом году к числу российских компаний, направляющих корпоративные «подарочные» бюджеты на нужды социальных проектов, холдинг больше не оставляет эту добрую акцию без внимания, приглашая к началу партнеров - поздравительными открытками и личным примером. Здесь существует единственная мерка: человеческое достоинство. Оттого – уют столько, сколько не в любой гостиной, цвета столько, сколько не в каждой детской. «Убаюкивающее» постельное белье, пушистые шерстяные тапочки, лекарства, поддерживающие жизнь, музыка и проза в удобных наушниках – все это меркнет по сравнению с главной «терапией», бесконечной терпеливостью сестер милосердия и всех сотрудников проекта. Только представьте, что испытания, которые выпадают на нашу долю вместе с болезнью близких – это их ежедневные переживания. Сознательный жизненный выбор, жертвенное призвание, в котором заработная плата не соотносится со словом «вознаграждение» ни морально, ни математически. Самым земным нуждам - коммунальные и кадровые выплаты, хозяйственные и медицинские расходы – адресован наш вклад. Вместо тысячи слов.

Корпоративное кредо «Создаем с любовью» - высокая планка, личное убеждение, наконец, парус корабля, под которым мы следуем выбранным курсом стремительно и безостановочно. А для того - уверенно меняем слово на дело, а сувениры на сострадание.

Группой компаний «Новард» перечислено:

- 2012 год (УК, ЭКОНИКА) – 346 000 рублей
- 2013 год (УК, ЭКОНИКА) – 445 000 рублей
- 2014 год (УК, НЭМЛ, СИТИ) – 500 000 рублей
- 2015 год (УК, СИТИ, НЭМЛ) – 680 800 рублей

Поддержка традиционных российских ценностей

Мы справедливо считаем, что православные храмы и монастыри сегодня - хранители тех истин, что дают

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕД НУЖДАЮЩИМИСЯ

основу и полноту государственной, семейной, личной жизни. Мы вместе с другими создаем эти национальные святыни, чтобы нам и нашим детям было куда приехать из суеты повседневности.

Наша лепта:

• Участие в проекте «200 храмов» Москвы: пожертвование на возведение деревянного храма в Коломенском.

*Толстой
Лев Николаевич*

В жизни есть только одно несомненное счастье – жить для других.



• Подворье Патриарха Московского и всея Руси храмов Николо-Перервинского монастыря г. Москвы: проведение работ по водоснабжению и чистке теплообменника Иверского собора специалистами ДК «Рутектор».

• Свято-Троицкая Сергиева Лавра: финансовая помощь на питание студентов, покупка коллекции экспонатов в музей Московской духовной академии.

• Спасо-Преображенский монастырь (Рязанская обл.): газификация монастыря, оборудование столярной мастерской.

• Свято-Успенский Вышенский монастырь (Рязанская обл.): финансирование работ в медицинском корпусе.

• Свято-Успенский Дуниловский монастырь (Ивановская обл.): помощь в ремонте купола Покровского храма, подготовке к посевной.

• Свято-Введенская островная пустынь (Владимирская обл.), Московское подворье Спасо-Преображенского Валаамского монастыря: поставка оборудования дочерней компании «Рутектор».



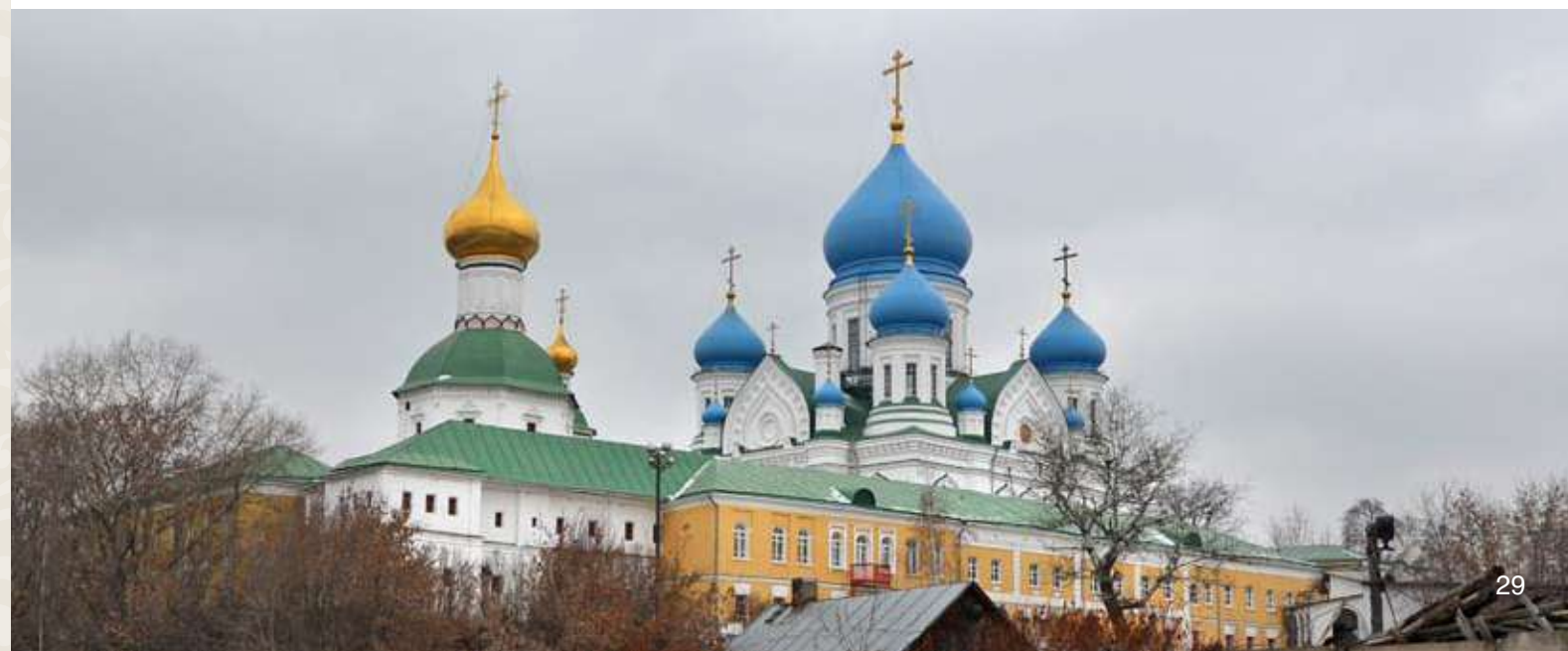
*Фонвизин
Денис
Иванович*

Не тот богат, который отсчитывает деньги, чтоб спрятать их в сундук, а тот, который отсчитывает у себя лишнее, чтоб помочь тому, у кого нет нужного.

ции «Миниполис» Ириной Хмелевской, привлечением жителей миниполисов «Строгинский» и «Радужный» к различным акциям в поддержку московского Фонда.

• Развитие дочерней компанией ЗАО «Сити XXI век» направления «Соседский клуб» повлияло на организацию детской площадки в шаговой доступности от миниполиса «Радужный» (Видное). Семьям приехавшим и жителям близлежащих домов теперь предоставлено в распоряжение красивое игровое пространство во дворе старинного храма свт. Николая с. Ермолино.

• У группы компаний есть и определенные традиции: мы дарим Рождественские и Пасхальные подарки приютам и воскресным школам (Свято-Успенского Дуниловского, Свято-Успенского Вышенского, Покровского Хоткова Никольского (Переславль) монастырей, храмов Сретения (Ярославль) и Рождества Богородицы (п. Золотково).



- Марфо-Мариинская обитель (Москва): пожертвование на уставные нужды.
- Никольский женский монастырь (Переславль): помощь на строительство гостиницы, церковной лавки и крестильного храма в Годеново.
- Храм Георгия Победоносца в Старых Лучниках (Москва): ежемесячное финансирование восстановления иконостаса одного из приделов.
- Храм Новомучеников и Исповедников Российских в Строгино: помощь на написание иконостаса нижнего храма.



Самое время помочь!

...Так посчитали мы, узнав о людях, пострадавших от украинских событий. Невозможно планировать человеческое горе - так же, как и сердечный отклик на него. Минувший год проверил нас на способность сочувствия пострадавшим.

• Тонну гуманитарной помощи, собранной сотрудниками холдинга, а также жителями миниполисов, мы направили Подворью Валаамского монастыря в Приозерске (Ленинградская обл.), давшее приют более чем ста беженцам. И сегодня дети проживают в обители, продолжают школьное обучение.

• Была взята на содержание группа из 10 малышей Православного детского сада им. св. Анны Кашинской (Тверь). Для детишек это единственная возможность получить полноценное питание и развитие.

Есть помощь, в которой окружающие люди нуждаются постоянно: переливание крови. Дни донора проводятся в холдинге несколько раз в год: волонтеры-сотрудники совместно со станцией переливания крови сдают ее для детей Московского областного онкологического центра.

Культура

В том числе культура здорового образа жизни – главное действующее лицо мероприятий, прошедших при поддержке ГК «Новард»:

- Рождественский, Пасхальный, Покровский и Юбилейный праздники Фонда «Церковь и культура» на площадках Большого театра и Цирка на Вернадского;
- Ежегодный Пасхальный фестиваль (Мичуринск);
- Деятельность общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России»;

Достоевский Федор Михайлович

Сострадание есть высочайшая форма человеческого существования.



- Проекты Российского Клуба Православных Предпринимателей;
- Сопровождение мероприятий Клуба «Динамо-Москва» по хоккею с мячом;
- Проекты «Благородного собрания».

Поддержка СМИ

- Журнал «Славянка» по-прежнему ежемесячно получает финансовую поддержку на издание и благотворительное распространение тиража в социальных учреждениях.
- Портал «Православие и мир» радуется достижениями. Рост посещаемости:
В 2013 году:
- 75 000 – средняя посещаемость в день;
- 1 500 000 – аудитория в месяц;
- на Пасху 2013 года посещаемость составила 290 000 уникальных пользователей в день.
В 2014 году:
- 90 000 – посещаемость в день, рост 15% при общем существенном спаде интереса к церковной проблематике;
- 1 900 000 – аудитория в месяц и рекорд - 2,624,747 (январь 2014);
- на Рождество 2014 года – 420 000 уникальных пользователей в день.
- Остается под опекой холдинга и сайт «ОПОРА-Созидание» - информационная площадка социально-благотворительного проекта рабочей группы «Предпринимательство и Православие» (более подробно в разделе «Вклад в развитие общества»).

Контакты для обратной связи:

Мария Захарова,
Директор по связям
с общественностью
и ответственности бизнеса
ГК «Новард»
E-mail: zaharova@novard.ru
Тел.: +7 (495) 684-41-27 (доб. 41-66)



Марина Лебедева,
менеджер по связям
с общественностью
Управляющей компании ГК «Новард»
E-mail: lebedeva-m@novard.ru
Тел.: +7 (495) 684-37-78 (доб. 41-64)



Группа компаний «Новард»

127055, Москва,
Институтский переулок, дом 16.
Тел.: (495) 781-79-90 (многоканальный)
Факс: (495) 684-38-28
E-mail: inf@novard.ru

