

Кредит ДОВЕРИЯ

У большинства крупнейших мировых компаний есть социальные имиджевые проекты. К примеру, в 2008 году исполнилось 80 лет с момента, как Coca-Cola стала финансировать Олимпийские игры, а Danone уже давно организует "Кубок наций Данон" — чемпионат мира по футболу для детей, в котором каждый год принимают участие около 2,5 миллиона ребят из 40 стран мира.



Существует несколько целей, ради которых корпорации создают социальные проекты: это забота об окружающих, о стране, где ты работаешь, улучшение имиджа фирмы и, как факт, привлечение талантливых специалистов. Очевидно: работать хочется на ту компанию, которой можно гордиться.

Особенно важную роль имидж и репутация играют в сфере финансов, поскольку деятельность банков основана только на кредите доверия. Михаил Гундарин в "Книге руководителя отдела PR" отмечает: "Это связано с достаточно простым обстоятельством: если любая корпорация может что-то предъявить потребителю в качестве материального доказательства своей деятельности (а потребитель, соответственно, может это "прикинуть на себя", подвергнуть

личной экспертной оценке), то в финансовых учреждениях ситуация иная".

По мнению PR-специалистов, главные ценности в имидже банков — это надежность, стабильность, уверенность и респектабельность. Очевидно, что они связаны не только с непосредственной работой банков, но и с социальной деятельностью. Банки создают проекты в сфере культуры, спорта, благотворительности. Ниже — социальные проекты некоторых ведущих белорусских банков.

"Альфа-банк" уделяет внимание поддержке культурных мероприятий и развитию искусства: начиная с 2009 года, активно спонсирует классическую музыку, джаз, рок, театральное, изобразительное искусство, моду и кино. Среди постоянных проектов — фестиваль "Владимир Спиваков приглашает", впервые состоявшийся в 2010 году. Спорт — еще одно важное направление социальной политики "Альфа-банка". Популяризуя здоровый образ жизни,

Главные ценности в имидже банков — это надежность, стабильность, уверенность и респектабельность.

он поддерживает не только профессиональных спортсменов, но и любителей, которые занимаются футболом, гандболом, греблей, баскетболом и прыжками в воду.

Факсимильное издание 25 книг, напечатанных Франциском Скориной в Праге и Вильнюсе, — проект Национальной библиотеки Беларуси и Банка БелВЭБ. В основу "Книжного наследия Франциска Скорины" положены электронные копии книг первопечатника; издание воссоздает их, сохраняя особенности шрифтов и гравюр. Уже вышли 11 томов, и они переданы представителям дипломатических миссий стран, с которыми связана судьба Скорины, а также в научные, учебные, культурные организации. Проект был начат в 2013 году, а завершится к 2017-му, когда страна отметит 500-летие белорусского книгопечатания.

Одно из направлений деятельности "Белгазпромбанка" — поддержка искусства. Основной проект в этой сфе-



ре — "Арт-Беларусь", представляющий тематическую коллекцию живописи. Цель — продемонстрировать культурно-историческое прошлое нашей страны во всей его полноте и целостности, способствовать развитию белорусского искусства. В рамках "Арт-Беларуси" банк организует масштабные международные музейные проекты, ежегодную выставку "Осенний салон" с "Белгазпромбанком" и театральные фестивали "Теарт". Кроме того, банк спонсирует Международный благотворительный фонд помощи детям "Шанс" и Брестский гандбольный клуб имени Мешкова.

Белорусский народный банк выбрал приоритетным социальным направлением поддержку искусства. В то же время широкую известность получили образовательные проекты для детей: с 2014 года на русском и белорусском языках выходит серия обучающих комиксов "Прыгоды Льва Лявона". Ее придумали в банке с целью формирования у ребят финансовой грамотности. Уже

появилось три части, которые посвящены обмену валют, платежным карточкам и покупкам в интернете. Эти комиксы доступны на сайте Белорусского народного банка и на Едином интернет-портале финансовой грамотности населения. Первая и вторая части вышли и в виде книжки-раскраски.

"МТБанк" инициирует различные социально значимые проекты, важное место среди которых занимает поддержка талантливой молодежи. Так, например, этим летом в партнерстве с Центром Макса Мирного проводится "Кубок МТБанка" — серия теннисных турниров для детей, где на протяжении месяца соревнуются ребята двух возрастных категорий — до 12 лет и до 14 лет. На турнире собирается много перспективных игроков из разных центров — и государственных, и частных. Как отмечают сами участники, "Кубок МТБанка" — это возможность узнать новых соперников, получить ценный соревновательный опыт и — для души — выиграть призы.

"Я убедился, что куда больше удовольствия получаешь, когда отдаешь деньги и видишь, как благодаря им что-то появляется, например, госпиталь. Это же логично — вкладывать деньги в добрые дела, а не класть на счет в банке и позволять накапливаться и накапливаться".

Чарльз Фини, американский филантроп и бизнесмен, создавший всемирную сеть магазинов Duty Free Shoppers

