



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ ВМЕСТО СУВЕНИРОВ

– социально ответственная ПОЗИЦИЯ. Задумайтесь!

Сувенирный бюджет одних только московских компаний составляет около **650 000 000** долларов. Эти деньги ежегодно «инвестируются» в бесчисленные календари, ежедневники, дорогой алкоголь... В то же время некоммерческие организации, помогающие десяткам тысяч нуждающихся – детям-сиротам, инвалидам, тяжелобольным... – не имеют достаточных средств. Элитное вино или операция на сердце? Мы выбираем добрые дела и готовы дарить надежду, а это значит – выбираем социально ответственную позицию.



– настоящие подарки.

Дарите радость тем, кто в ней нуждается!

Источник привлеченных пожертвований – корпоративные сувенирные бюджеты, то есть средства, предназначенные на подарки от имени компании. Как показывают исследования, большинство получателей традиционных корпоративных сувениров не испытывают признательности дарителю, а дарители не ощущают эффекта от этих масштабных вложений. Развивая инициативу, мы понимаем: благотворительность придает праздникам новый смысл. Когда место традиционных бизнес-сувениров занимает благотворительность – компания делает настоящие подарки, и те, кому они предназначены, по-настоящему благодарны дарителю.



– выбор десятков компаний.

Присоединяйтесь!

Более **2 100 000** долларов на добрые дела менее чем за три месяца привлекли участники инициативы «Благотворительность вместо сувениров». К концу 2007 года так поступили **83** компаний. В результате финансирование получили свыше **60** благотворительных программ и некоммерческих организаций. Определение благополучателя и суммы пожертвования – прерогатива компании. В конечном итоге помощь получили

- те, кому требуются дорогостоящие операции и медикаменты,
- дети, оставшиеся без попечения родителей,
- люди с особыми потребностями.