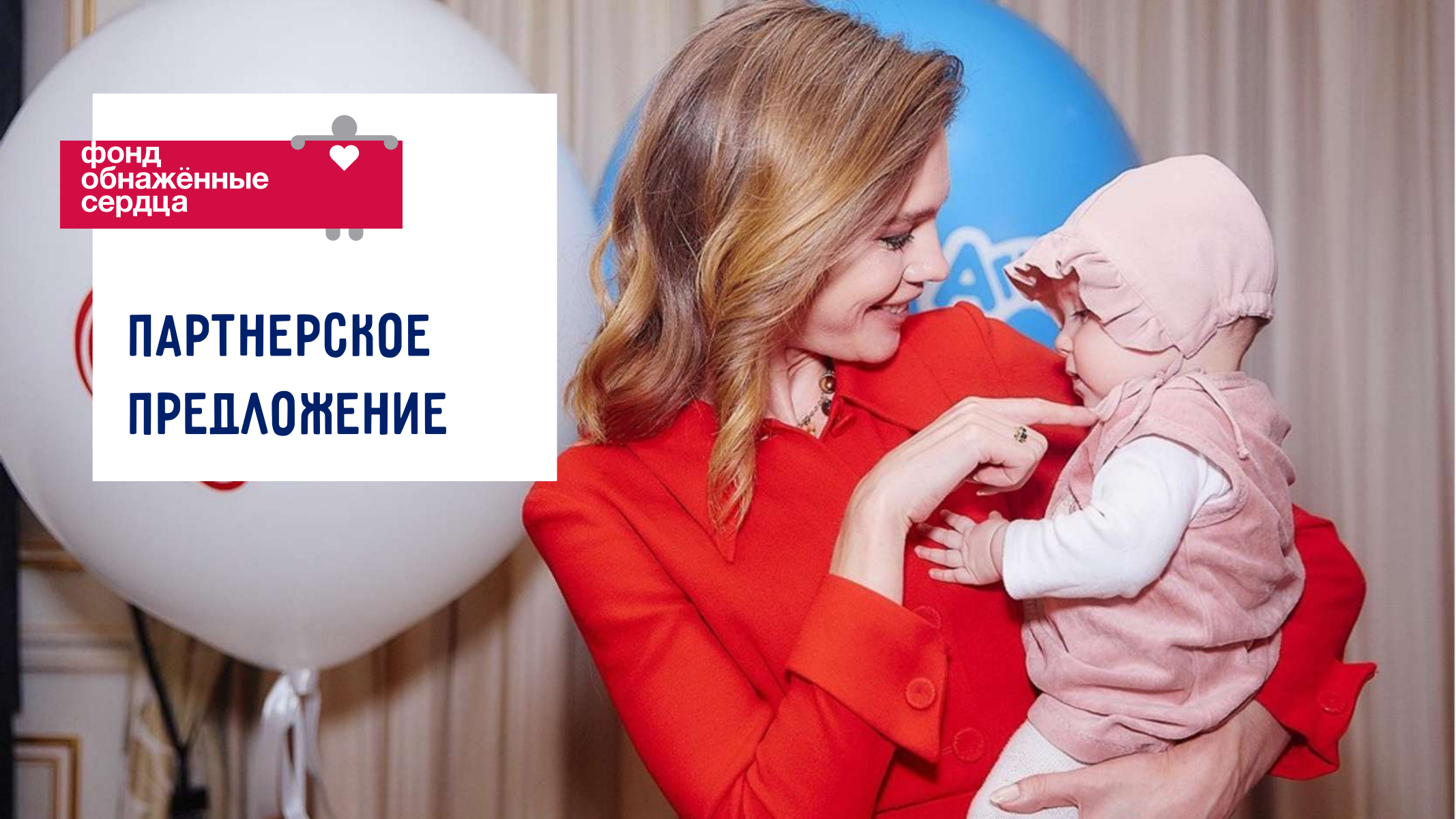




фонд
обнажённые
сердца

ПАРТНЕРСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

КТО МЫ?

Фонд помощи детям и молодежи «Обнажённые сердца» был основан Натальей Водяновой в **2004** году.

Мы помогаем **детям и молодым людям с аутизмом**, церебральным параличом, синдромом Дауна, интеллектуальными, двигательными и множественными нарушениями, а также членам их семей.

Наша миссия – создать общество, открытое к людям с нарушениями развития, через системную профессиональную поддержку и продвижение инклюзии в образовании, трудоустройстве и досуге.



НАШИ ДОСТИЖЕНИЯ

- **6 центров передовой практики** для обучения специалистов и помощи детям и молодым взрослым и их семьям – 2 собственных Центра поддержки семьи и 4 партнерских площадки;
- **30 525** детей и молодых взрослых с нарушениями развития получили помощь;
- **1028** обученных специалистов;
- Более **6000** человек посетили образовательные форумы и конференции Фонда
- Более **1,4 млн** уникальных посетителей информационной платформы nakedheart.online;
- **215** инклюзивных детских парков и площадок в 160 населенных пунктах.



НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ

1 Создание сети бесплатных услуг для особых детей и взрослых и членов их семей

- Центры поддержки семьи и службы раннего вмешательства
- Супервизия партнерских НКО и дошкольных учреждений
- Обучение специалистов работе с двигательными нарушениями
- Сопровождаемые трудоустройство, занятость и досуг для людей с РАС и/или интеллектуальными нарушениями

2 Развитие профессионального и родительского сообщества

- Обучение (семинары, лекции, мастер-классы, стажировки)
- [обнаженныесердца.онлайн](#)
- Правовая грамотность для родителей детей с нарушениями
- Форум / Конференции
- Издательская деятельность

3 Работа с общественным мнением



СООТВЕТСТВИЕ ФОНДА ЦЕЛЯМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ООН



Мы обучаем родителей и специалистов эффективным методам помощи, что повышает качество жизни детей и молодых людей с особенностями развития и помогает им успешно адаптироваться в обществе.



Мы помогаем людям с нарушениями развития успешно трудоустраиваться на открытом рынке.



Мы помогаем детским садам и школам становиться инклюзивными и успешно обеспечивать право на образование для детей с нарушениями развития и трудностями в обучении.



Мы создаем доступные услуги и способствуем равному доступу к образованию, досугу и работе для особых людей.



БИЗНЕС И НКО: ОБЪЕДИНЕНИЕ УСИЛИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

- Устойчивое развитие для бизнеса — это возможность стать частью глобальных изменений.
- Партнёрство с НКО помогает бизнесу сделать проекты более социально значимыми и объединить экспертизу обеих сторон. Бизнес располагает ресурсами для масштабирования социальных инициатив.
- Потребители ценят бренды с устойчивой социальной миссией.



- Фонд уже более 20 лет меняет отношение общества к людям с особенностями развития.
- Мы знаем, как создавать инклюзивные проекты: обучаем специалистов и помогаем людям с нарушениями развития интегрироваться в общество.
- Финансовая поддержка проектов фонда и включение социальной повестки в ДНК компании помогут существенно улучшить жизнь этих людей и положительно отразятся на восприятии бренда.



УСТОЙЧИВОСТЬ БРЕНДА: РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В МАРКЕТИНГЕ

- Для **70%** россиян при выборе товаров и услуг важно, чтобы бизнес поддерживал социальные инициативы.*
- **69%** потребителей * готовы платить больше за товары, если они становятся «более устойчивыми».
- **64%** покупателей ** выбирают бренд на основе его позиции по социальным вопросам. Совпадение ценностей с брендом становится ключевым фактором выбора.
- **61%** потребителей * предпочитают продукцию ответственных брендов: это простой способ внести свой вклад в решение социальных проблем.
- **31%** покупателей * обращают внимание на товары с информацией о благотворительных акциях на упаковке при совершении покупок, как онлайн, так и офлайн

Источники: *B2C-исследование E+ Change и Better (2024)
**Исследование Dentsu «Устойчивое развитие & ESG» (2022)

КАКУЮ ПОДДЕРЖКУ СОВМЕСТНОЙ КАМПАНИИ МОЖЕТ ПРЕДЛОЖИТЬ ФОНД «ОБНАЖЁННЫЕ СЕРДЦА»?

- Фонд работает с 2004 года и за это время заработал безупречную репутацию
- Надежная экспертиза в области аутизма, других особенностях развития и инклюзии
- Медиаресурсы фонда*:

1,7K

публикаций о
фонде в медиа
ежегодно

187K

подписчиков в
соцсетях фонда

55K

подписчиков
регулярной
рассылки

32K

посетителей
сайтов фонда
ежемесячно

*Уровень медиаподдержки обсуждается с партнером индивидуально

Благотворительные механики партнерства:

ОТЧИСЛЕНИЕ ПРОЦЕНТА ОТ ПРОДАЖИ ТОВАРА

ОТЧИСЛЕНИЕ ПРОЦЕНТА ОТ ПРОДАЖИ ТОВАРА

Определите категорию товаров или продуктов:

Выберите конкретную категорию товаров или продуктов или создайте специальную благотворительную подборку.

Направляйте процент от продаж в фонд:

Установите процент от продаж выбранной категории, который будет перечисляться в Фонд.



Эта механика позволяет покупателям осознанно выбирать товары, зная, что часть их покупки пойдёт на благотворительность, а бизнесу — внести свой вклад в решение социальных проблем через свои собственные продукты.



АГУША: ПРОЕКТ «ПРАВО НА СЧАСТЬЕ»

Бюджет проекта: 20 миллионов рублей в год

Механика акции: 1 рубль с каждой проданной упаковки творожка Агуша был передан в Фонд.

Результаты:

- **Рейтинг:** Проект вошел в топ-5 самых заметных социально-экологических кампаний брендов за 2021 год*.
- **Изменение отношения к детям с особенностями развития**:**
 - Готовность помогать таким детям увеличилась на 18%.
 - Чувство страха по отношению к таким детям уменьшилось на 12%.
- **Рост лояльность к бренду Агуша:**
 - «бренд, который я люблю» на 8 п.п.
 - «бренд, участвующий в благотворительности» на 18 п.п.
 - «бренд, близкий мне» на 12 п.п.
- **PR-результаты:** Кампания получила широкое освещение в СМИ и на популярных платформах, что способствовало повышению общественного интереса к проблемам детей с особенностями развития.
- **Вовлеченность:** Значительное увеличение участия и взаимодействия с акцией в социальных сетях, что привлекло внимание новых потребителей и укрепило имидж бренда.



фонд
обнаженные
сердца

12 STOREEZ: ПРОЕКТ «HEARTS & STORIES»

Бюджет проекта: 30 миллионов рублей в год

Механика: 10% от продажи специальной коллекции «Hearts & Stories» передаются в Фонд. Аудитория бренда активно приглашалась к благотворительности, в офлайн магазинах и на сайте можно было сделать пожертвование в Фонд. Наталья Водянова стала лицом проекта.

Результаты:

- **Органический трафик:** Сайт и приложение 12storeez достигли максимальных значений трафика за год и удерживали высокий уровень в течение первых двух недель после начала кампании.
- **Трафик в магазинах:** В магазинах, где была представлена коллекция, наблюдался резкий рост трафика в период запуска кампании «Hearts & Stories».
- **PR-результаты:**
 - Total reach:** 19 688 558 человек
 - Legacy media reach:** 14 267 944 человека
 - New media reach:** 1 320 364 человека
 - Social Media:** total view 6 600 621 человека

@ruzina.style:

Какое радостное событие! Как же я нежно отношусь к Наталье и её благотворительному фонду! Браво! Пусть коллекцию ждет успех

@elena_zalashkova:

«Регулярно делаю переводы в «Обнажённые сердца» потому что у меня тоже ребенок с аутизмом. Обязательно что-то куплю из этой коллекции»



Hearts & Storeez

СОВМЕСТНАЯ КАПСУЛА
12 STOREEZ X ФОНД «ОБНАЖЁННЫЕ СЕРДЦА»



фонд
обнажённые
сердца



MERCURY:

ПРОЕКТ «ЮВЕЛИРНЫЕ СЕРДЦА»

Бюджет проекта:

10 миллионов рублей в год.

Механика партнерства:

50% от стоимости каждого украшения в виде сердца перечислялись напрямую в фонд. В каждой точке продаж были установлены терминалы фонда, позволяющие покупателям самостоятельно переводить 50% стоимости украшения без посредников.

Результаты:

- **Личное участие:** Покупатели чувствовали личный вклад в благотворительность, что усилило их эмоциональную связь с брендом.
- **Повышение лояльности:** Рост лояльности клиентов к бренду за счет прозрачности и вовлеченности в социальную инициативу.
- **PR эффект:** Получение положительного освещения в медиа и соцсетях, что способствовало улучшению имиджа бренда.



ZARINA: ПРОЕКТ «МОДА СО СМЫСЛОМ»

Бюджет проекта:

28 миллионов рублей в год.

Механика партнерства:

В рамках проекта «Мода со смыслом» бренд Zarina выпустил четыре коллекции, созданных совместно с Натальей Водяновой и Фондом. 10% от продажи каждой коллекции направлялись в Фонд. Принты для платьев, топов, юбок и аксессуаров были разработаны людьми с особенностями развития. Наталья Водянова лично участвовала в создании коллекции и снялась в рекламной кампании.

Результаты:

- **Продажи:** Увеличение объемов продаж коллекций в магазинах.
- **Узнаваемость бренда:** Повышение узнаваемости бренда Zarina благодаря участию известной личности и социально значимой инициативе.
- **Лояльность аудитории:** Рост лояльности клиентов к бренду за счет его вовлеченности в благотворительный проект.



АЙСБЕРРИ

Бюджет проекта:

3 миллиона рублей.

Механика партнерства:

При покупке десертного лотка мороженого «Вкусландия» 10 рублей перечислялись на поддержку благотворительных проектов Фонда.

Результаты:

- **Улучшение имиджа бренда:** Повышение позитивного имиджа бренда Айсберри за счет участия в благотворительной акции.
- **Вовлеченность потребителей:** Увеличение уровня вовлеченности потребителей в благотворительные инициативы через покупку продукции.



фонд
обнажённые
сердца



SELA: ПРОЕКТ «R РЕБЕНОК, R ТАК ВИЖУ»

Бюджет проекта:

1 000 000 рублей.

Механика партнерства:

2% от продажи специальной капсульной коллекции с рисунками детей с аутизмом были направлены на развитие основных проектов Фонда.

В съемках рекламной кампании капсулы участвовала семья подопечных фонда из Нижнего Новгорода.

Результаты:

- **Продажи:** Увеличение интереса к капсульной коллекции и продажам продукции Sela.
- **PR-результаты:** Общий охват спецпроекта составил 46,8 миллиона человек.

@annakolchu:

«Как мама ребёнка с аутизмом я в восторге»

@doctor.sanina:

«Это невероятно! очень тепло от этих фотографий»

R РЕБЕНОК,
R ТАК ВИЖУ



sela
mom & monsters

фонд
обнажённые
сердца



ВКУСВИЛЛ: ПРОЕКТ «ДОБРАЯ ПОЛКА»

Бюджет проекта:

1 360 000 рублей.

Механика акции:

В рамках проекта «Добрая полка» ВкусВилл начал продажу специальной линейки имбирных пряников с отчислениями в пользу Фонда. Продукт можно было заказать онлайн или купить в магазинах сети.

Результаты:

- **Продажи:** Партия пряников раскуплена быстрее, чем ожидалось, за несколько недель.
- **Улучшение имиджа:** Позитивное влияние на имидж бренда ВкусВилл как социально ответственного.
- **Вовлеченность потребителей:** Повышение вовлеченности клиентов в благотворительные инициативы через покупку продукта.



PRESIDENT: ПРОЕКТ «PRESIDENT X SIMACH»

Бюджет проекта:

500 000 рублей.

Механика акции:

Бренд PRESIDENT совместно с дизайнером Денисом Симачевым выпустил лимитированную серию зубных паст и щеток PRESIDENT x SIMACH. Часть средств от продажи этой коллекции была направлена в Фонд.

Результаты:

- **Привлечение внимания:** Яркий дизайн упаковки привлек дополнительное внимание блогеров и СМИ к проекту.
- **Положительное влияние на бренд:** Укрепление имиджа бренда PRESIDENT как социально ответственного через сотрудничество с известным дизайнером и поддержку Фонда.



ÖMANKÖ

Бюджет проекта:

250 000 рублей.

Механика акции:

К апрелю, месяцу распространения информации об аутизме, ÖMANKÖ выпустил специальную коллекцию футболок с рисунками детей из проектов фонда.

Результаты:

- **Успех продаж:** Коллекция футболок была распродана за 2 дня.
- **Повышение осведомленности:** Привлечение внимания к проблеме аутизма и поддержка фонда через креативную кампанию.



ÖMANKÖ

фонд
обнажённые
сердца



Благотворительные механики партнерства:

ОТЧИСЛЕНИЕ БОНУСОВ НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

ОТЧИСЛЕНИЕ БОНУСОВ НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Сделайте фонд частью системы лояльности: Интегрируйте фонд в систему лояльности вашей компании, чтобы клиенты могли направлять свои бонусные баллы на благотворительность.

Позвольте клиентам выбирать способ поддержки: Дайте клиентам возможность настраивать регулярные переводы части баллов в фонд — ежемесячно или ежеквартально.

Акумулируйте и переводите баллы на благотворительность.



Эта механика позволяет клиентам активно участвовать в благотворительности с использованием своих бонусов, укрепляет их лояльность к вашему бренду и демонстрирует вашу социальную ответственность.



FLOWWOW

Бюджет проекта:

250 000 рублей.

Механика акции:

Сервис цветов и подарков Flowwow интегрировал Фонд в свою систему лояльности, позволяя пользователям жертвовать свои баллы на благотворительность.

Соотношение составило 1 балл = 1 рубль.

Результаты:

- **Собранные средства:** Успешное привлечение средств на поддержку фонда за счет пожертвований баллов пользователей.

Доброе применение бонусам Flowwow

Сделать доброе дело на Flowwow так же легко, как оформить еще один заказ. В любой момент входите в приложение, выбирайте сумму и перечисляйте бонусы в любую из трех активных организаций.

Только вы решаете, когда, кому и сколько пожертвовать. Спасибо за ваши добрые бонусы!



13 291 131 ₽
собрано на Flowwow

66 024
спонсора

[Перечислить бонусы](#)



Фонд помощи детям и молодежи «Обнажённые сердца»

Благотворительная организация, помогающая людям с аутизмом и другими нарушениями в развитии.

[Перечислить бонусы](#)

[Узнать о фонде](#)



фонд
обнажённые
сердца



AZIMUT: ПРОЕКТ «AZIMUT ЗАЖИГАЕТ СЕРДЦА»

Бюджет проекта:

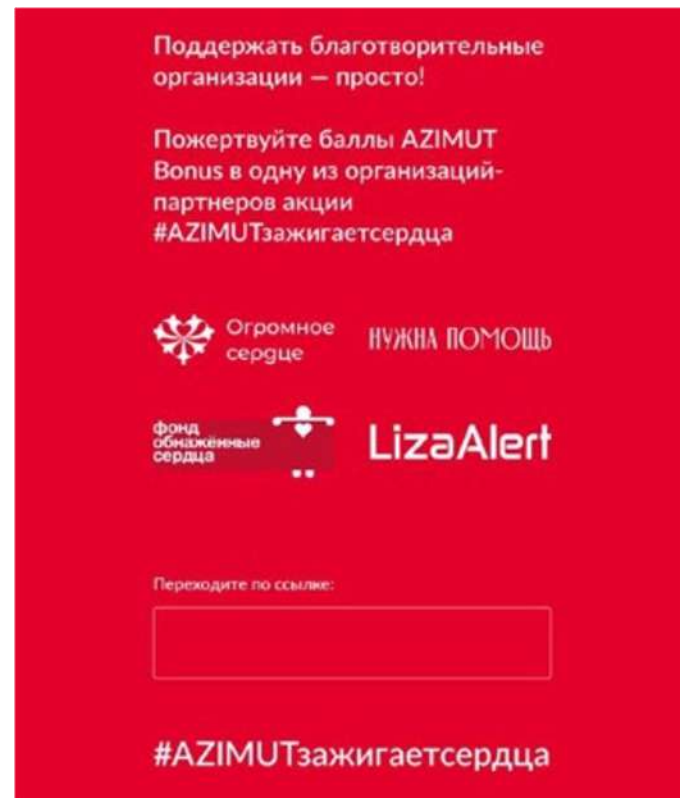
Предоставление номерного фонда в Москве, Нижнем Новгороде и Санкт-Петербурге.

Механика акции:

В день Святого Валентина гостям отеля предлагалось перечислить накопленные бонусные баллы в благотворительный фонд. Azimut предоставил Фонду гостиничные номера на общую сумму баллов, собранную в рамках акции.

Результаты:

- **Личное участие:** Гостям удалось почувствовать свою причастность к благотворительности.
- **Позитивное восприятие:** Azimut продемонстрировали свою социальную ответственность через поддержку благотворительных инициатив.



фонд
обнажённые
сердца



Благотворительные механики партнерства:

ИНТЕГРАЦИЯ IT-РЕШЕНИЙ

ИНТЕГРАЦИЯ IT-РЕШЕНИЙ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ



Интегрируйте благотворительность в свой продукт:

Встраивайте возможности для пожертвований прямо в ваш продукт или услугу. Это может быть сделано через специальные разделы, позволяющие пользователям делать перевод в рамках вашей экосистемы.

Предлагайте функции для пожертвований:

Обеспечьте пользователей возможностью легко перечислять деньги или кэшбек в Фонд через ваше приложение, сайт или другие IT-решения. Это может включать округление чека от покупки, специальные кнопки для пожертвований или опции для регулярных взносов.

Используйте игровые и интерактивные элементы:

Спецпроекты с игровой составляющей или другие интерактивные элементы способствуют эффективному вовлечению аудитории.

Проводите интегрированные акции и сборы:

Организуйте акции и сборы, которые интегрированы в ваш продукт. Это может включать специальные кампании, которые не только привлекают внимание к благотворительности, но и способствуют повышению лояльности и вовлеченности пользователей.



АВИТО

Бюджет проекта:

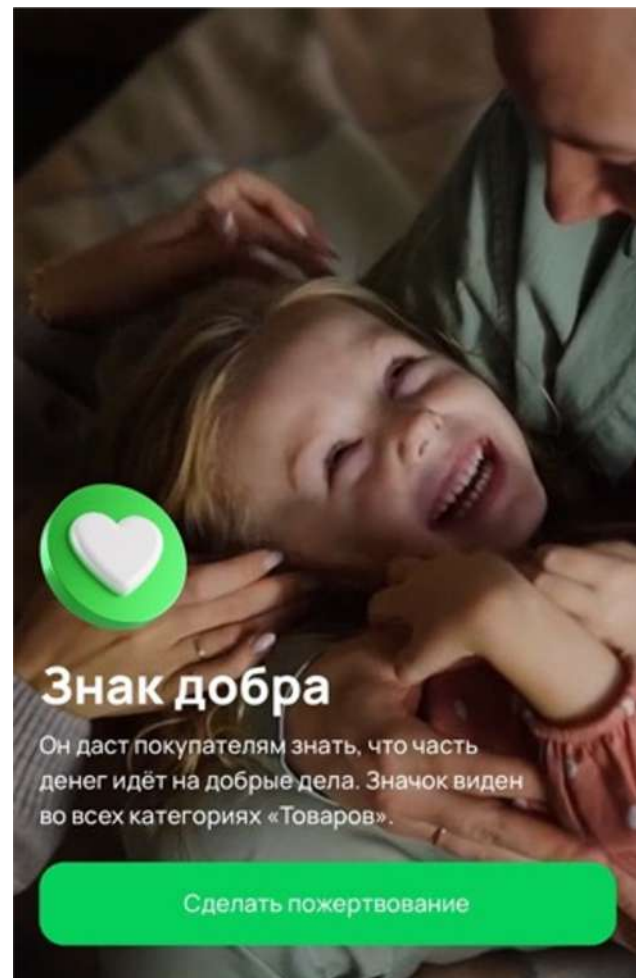
10 миллионов рублей в год.

Механика акции:

- **Рубль с каждого платного объявления:** направляется на благотворительность. Общая сумма сбора раз в квартал распределяется между фондами-участниками программы.
- **«Знак добра»:** Пользователи могут сделать пожертвование в фонд при публикации объявления и выделить его особым цветом и значком.

Результаты:

- **Узнаваемость бренда:** Повышение узнаваемости Авито как социально ориентированного бизнеса.
- **Вовлеченность:** Увеличение числа пользователей, участвующих в благотворительных акциях и использующих «Знак добра» для выделения своих объявлений.
- **PR-результаты:**
 - 160 публикаций с положительной тональностью в СМИ.
 - Общий охват более 42 миллионов человек.



В КОНТАКТЕ

Бюджет проекта:

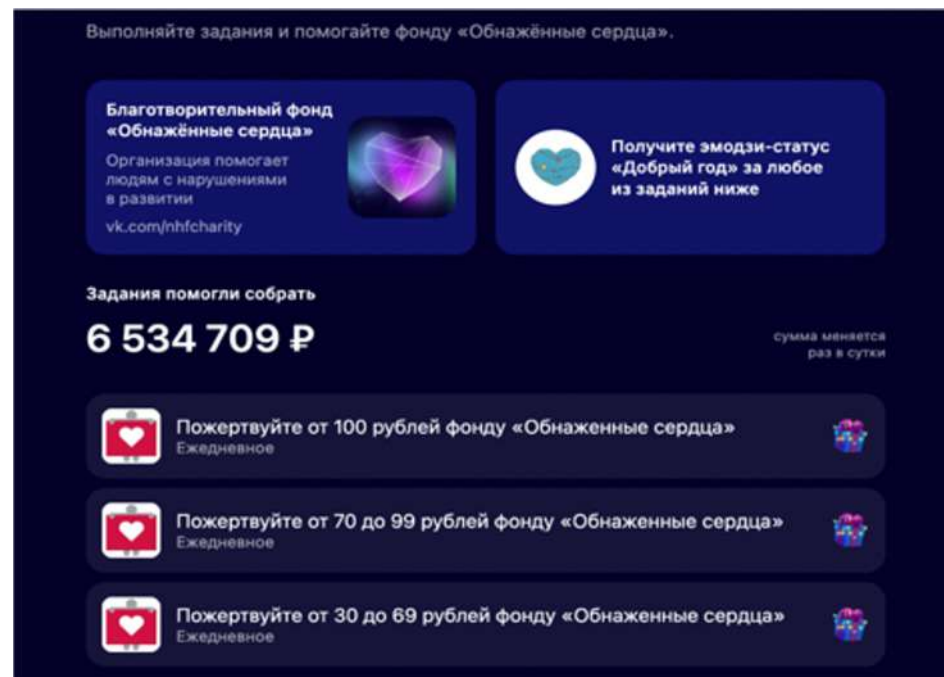
10 миллионов рублей.

Механика акции:

В новогодней игре (VK Чекбэк) пожертвование в Фонд было обязательным для прохождения на следующий этап в соревновании за главный приз.

Результаты:

- **Вовлеченность:** Удвоение времени, проведенного пользователями в социальной сети
- **Оповещение и прозрачность:** VK и Фонд сделали рассылку с результатами акции, что вызвало крайне положительную реакцию у участников.
- **Узнаваемость и доверие:** Повышение доверия к бренду VK и работе Фонда.



Лина Расс

3 февр. 2023 в 13:30

Это так трогательно 🥺



Екатерина Севастьянова

3 февр. 2023 в 14:40

Спасибо, красивая открытка,
Дане большой привет и только
хорошего в жизни 😊🙏



Екатерина Михайлова

3 февр. 2023 в 15:06

Здравствуйте! Я очень рада, что
смогла внести свой вклад!
Здоровья всем деткам и
спасибо специалистам за
работу с детишками! 🙏



фонд
обнаженные
сердца

Т-БАНК

Бюджет проекта:

1 500 000 рублей в год

Механика партнерства:

- Фонд входит в пул благотворительных организаций, куда клиенты банка могут направлять свой кэшбек или делать прямые пожертвования.
- Т-bank регулярно проводит благотворительные спецпроекты, вовлекая клиентов в благотворительность.
- Т-bank организует грантовые конкурсы, что приносит дополнительные средства в фонд.

Результаты:

- **Клиентская вовлеченность:** Активное участие клиентов в благотворительных проектах и конкурсах.
- **Имидж и социальная ответственность:** Повышение репутации банка как социально ответственного учреждения.
- **Финансовый вклад:** Прямое увеличение пожертвований через кэшбек и добровольные переводы.



фонд
обнажённые
сердца



Благотворительные механики партнерства:

ОРГАНИЗАЦИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

МЕХАНИКИ СПОРТИВНЫХ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



Отчисление процента от регистрационного взноса:

Определите процент от регистрационного взноса участников, который будет направлен в пользу Фонда. Это позволит участникам поддерживать благотворительность, участвуя в спортивных событиях.

Пожертвования как дополнительная опция:

Предложите участникам возможность сделать пожертвование в Фонд на этапе регистрации. Это можно сделать через опцию добавления пожертвования к регистрационному взносу или через отдельное поле для добровольного взноса.

Регистрация корпоративных команд с условием пожертвования:

Включите возможность регистрации корпоративных команд на спортивные мероприятия с обязательным условием пожертвования в Фонд. Это способствует вовлечению бизнеса в поддержку благотворительности.

Округление стоимости зрительского билета:

Предложите зрителям округлять стоимость билета на матч или соревнования в пользу Фонда. Это может быть сделано как опция при покупке билета.

Благотворительные тренировки:

Организуйте благотворительные тренировки, где стоимость билета на участие перечисляется в Фонд.



ФОНБЕТ И ФК ЦСКА

Бюджет проекта:

2 миллиона рублей

Механика акции:

- На полуфинальном матче с «Уралом» футболисты ЦСКА вышли в футболках со слоганом кампании (кол-во зрителей – 6 725). А спонсор Кубка России Фонбет пожертвовал в пользу Фонда 300 рублей за каждого зрителя матча на стадионе

Результаты:

- **Повышение уровня доверия к беттинговой компании и футбольному клубу:** на момент проведения акции особенно остро стоял вопрос с введением Fan ID, и данная механика помогла повысить лояльность аудитории болельщиков.
- **Повышение информированности** новой аудитории об аутизме.



FONBET

Фонд
обнажённые
сердца

WORLD CLASS

Бюджет проекта:

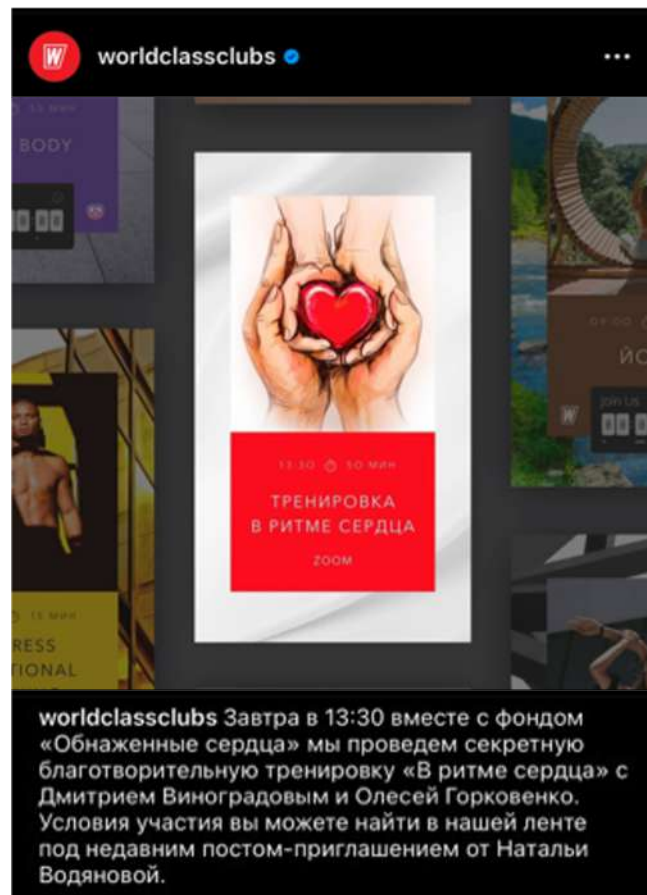
100 000 рублей

Механика партнерства:

Сеть фитнес-клубов World Class совместно с Фондом провела серию закрытых благотворительных тренировок под названием «В ритме сердца» с участием ведущих тренеров. Участие в тренировках было платным и ограниченным по количеству мест.

Результаты:

- **Быстрая регистрация:** Регистрация на тренировки была закрыта менее чем за сутки, что свидетельствует о высоком интересе к мероприятию.
- **Личное участие:** Участники получили возможность поддерживать свою физическую форму и одновременно внести вклад в благотворительность.
- **Повышение осведомленности:** Проект способствовал привлечению внимания к Фонду и формированию позитивного имиджа World Class среди участников фитнес-сообщества.



фонд
обнажённые
сердца



СИЛА ВЕТРА

Бюджет проекта:

80 000 рублей

Механика акции:

«Сила Ветра» организовала серию благотворительных регат в пользу Фонда. В регатах участвовали как блогеры, так и любители парусного спорта. Все вырученные средства от продажи билетов на регаты были направлены в Фонд.

Результаты:

- **Привлечение внимания:** Проект привлёк внимание как широкой аудитории, так и целевой группы любителей парусного спорта.
- **Создание позитивного имиджа:** Регаты способствовали формированию положительного имиджа «Силы Ветра» среди участников и зрителей.



Благотворительные механики партнерства:

ВОВЛЕЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ



Бюджет проекта:

2 000 000 рублей в год

Механика акции:

Российский фэшн-ритейлер организовал корпоративный сбор средств среди своих сотрудников. Сборы проходили в рамках внутренних мероприятий компании.

Результаты:

- **Приобщение сотрудников LIME к благотворительности.** Благодаря сборам сотрудники смогли почувствовать личное участие в помощи семьям, воспитывающим детей с нарушениями в развитии.
- **Регулярные отчеты фонда,** помогли бренду и сотрудникам лучше познакомиться с работой фонда и составить представление о том, как расходуются благотворительные средства.



Благотворительные механики партнерства:

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

Отчисление процента от выбранных позиций в меню:

Выберите блюда, процент от продаж которых будет направляться в Фонд. Это позволяет и клиентам и ресторану легко и просто поддерживать благотворительность.

Специальное меню в пользу Фонда:

Создайте специальное меню, предназначенное для поддержки Фонда. Это меню может быть приурочено к конкретному событию или кампании. Процент от продаж этого меню направляется в Фонд.

Благотворительное мероприятие с гостями:

Организуйте благотворительное мероприятие, такое как завтрак, бранч или ужин, где часть или вся стоимость участия направляется в Фонд. Эти мероприятия создают уникальные возможности для гостей поддержать Фонд в приятной обстановке и способствуют привлечению дополнительного внимания к ресторану.



PERELMAN PEOPLE

Бюджет проекта:

350 000 рублей в год.

Механика партнерства:

Благотворительный десерт: 100 рублей с продажи определенного десерта направляются в Фонд.

Кроме этого ресторанная группа поддерживает Фонд с помощью различные форматов:

- Кейтеринг на мероприятиях;
- Благотворительные гараж-сейлы от блогеров.

Результаты:

- **Рост узнаваемости:** Поддержка Фонда через кейтеринг, коллаборации и гараж-сейлы способствует повышению узнаваемости бренда и положительного имиджа среди клиентов.
- **Активизация клиентов:** Проекты привлекли внимание постоянных и новых клиентов, укрепив их связь с брендом и его социальной ответственностью.

ДЕСЕРТ «СИНИЙ ВЕЛЮР»*

в поддержку людей с аутизмом



* 100Р с продажи каждого десерта будут переданы в Фонд «Обнажённые сердца»

BEREZKA GROUP

Бюджет проекта:

240 тысяч рублей.

Механика акции:

Благотворительное меню: 20% от продажи позиций из специального меню, предложенного в апреле, направлялись в фонд.

Результаты:

- **Продвижение специального меню:** В рамках продвижения специального меню Фонд и ресторанный группа организовали завтрак для нижегородских блогеров, что способствовало дополнительному освещению акции в социальных сетях и локальных СМИ.
- **Повышение осведомленности:** Завтрак с блогерами помог повысить осведомленность о проекте и деятельности Фонда, привлекая новых клиентов для бренда и обеспечивая Фонду поддержку со стороны местного сообщества.



фонд
обнажённые
сердца

PIMS: ПРОЕКТ TEAMOUR

Бюджет проекта:

200 000 рублей.

Механика акции:

Ко дню всех влюбленных PIMS и Фонд запустили специальный напиток TEAMOUR на основе гречишного чая и ягод. Часть средств от продажи напитка были переданы в фонд. Акция продолжалась 2 недели. Напиток можно было приобрести в Москве и Санкт-Петербурге.

Результаты:

- **Продвижение специального напитка:** на Покровке, 10 прошел блогерский уикенд: амбассадоры бренда и фонда украшали special drink дарили любовь и прекрасное настроение, что способствовало дополнительному освещению акции в социальных сетях и СМИ.
- **Повышение осведомленности у новой аудитории:** благодаря сотрудничеству с «зумерским» брендом фонду удалось выйти на новую аудиторию, а PIMS - обратиться к аудитории фонда (женщины, 35-45 лет)



Благотворительные механики партнерства:

СОВМЕСТНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ

АВИТО

Бюджет проекта:

500 тысяч рублей от продажи дождевиков.

Механика акции:

В апреле, месяце информирования об аутизме, Авито и Фонд создали совместную коллекцию взрослых и детских дождевиков с рисунками детей их проектов фонда. Спецпроект получил название **“Человек дождя”**. Известным людям предлагалось дополнить дождевики своими рисунками, а пользователи могли приобрести кастомизированный дождевик на аукционе на платформе Авито. Кульминацией проекта стал показ коллекции дождевиков, в котором участвовали дети из проектов фонда и обычные модели.

Результаты:

- Более **160 публикаций** в федеральных и региональных СМИ, **12 наград** в области ESG, рекламы и социального маркетинга (премии: Ecom&Retail Awards, Бренд года, RedApple и др.)
- **Повышение осведомленности:** создание серии роликов со знаменитостями и с историями семей, получивших помощь фонда, приглашение к сотрудничеству блогеров - помогло рассказать о работе фонда и жизни людей с аутизмом. Общий охват в новых медиа составил **8,7 млн уникальных посетителей**.



фонд
обнажённые
сердца



Партнерство с Фондом «Обнажённые сердца» — это возможность для вашей компании внести вклад в решение важных социальных проблем и продемонстрировать свою ответственность перед обществом. Такие партнерства укрепляют вашу репутацию и повышают лояльность клиентов.

Мы открыты к созданию новых форматов и готовы работать вместе, чтобы ваши идеи поддержали важные цели. Давайте вместе создавать значимые и устойчивые изменения и вдохновлять других!

НА КАКИЕ ЦЕЛИ МОГУТ ПОЙТИ СРЕДСТВА?

Вы можете выбрать проект фонда, который наиболее точно вписывается в задачи устойчивого развития вашего бизнеса или перечислить средства на уставную деятельность, и тогда деньги пойдут в тот проект, где они сейчас нужнее всего.



Центры поддержки семьи

бесплатные услуги для семей + стажировочные базы для обучения специалистов в Москве и Нижнем Новгороде



Ранняя помощь

супервизия партнерских дошкольных учреждений Санкт-Петербурга по программам поведенческого раннего вмешательства для детей с аутизмом



Сопровождаемое трудоустройство

обучение специалистов для помощи молодым людям с аутизмом и/или интеллектуальными нарушениями в поиске и устройстве на работу и адаптации на рабочем месте



Двигательные нарушения

обучение специалистов с целью повышения качества жизни детей с церебральным параличом и множественными нарушениями



«Обнажённые сердца онлайн»

информационная платформа для специалистов и родителей по помощи людям с нарушениями развития



ОСТАВАЙТЕСЬ НА СВЯЗИ

♥ обнаженныесердца.рф
♥ обнаженныесердца.онлайн

 vk.com/NHFcharity
 ok.ru/nakedheart
 vb.me/Фонд «Обнажённые сердца»
 t.me/nakedheartfoundation
 youtube.com/nakedheartfoundation
 dzen.ru/nakedheartfoundation

♥ **Мария Смирнова**
Директор по развитию
smirnova@nakedheart.ru

♥ **Анна Сухова**
Менеджер по
фандрейзингу и
коммуникациям
sukhova@nakedheart.ru