



WOMAN

---

WHO MATTERS



# О ПРОЕКТЕ

---

“Woman Who Matters” — это первая Всероссийская премия, нацеленная на выявление и освещение лучших проектов, практик и программ Российских компаний в отношении женщин. Это премия о женщинах, для женщин и про женщин.



# Содержание

Предисловие .....	7
Цели и задачи .....	8
Номинации .....	8
Наука и образование .....	11
Социальная активность и благотворительность .....	19
Diversity & inclusion .....	29
Бизнес и сервис .....	39
Женское предпринимательство .....	55
Индустрия красоты .....	63
Здоровье и медицина .....	67
IT и современные технологии .....	77
Материнство и забота о ребенке .....	81
Мода и стиль .....	87
Блоги и сми .....	91
Безопасность .....	103
Архитектура, урбанистика и дизайн .....	107





## ПРЕДИСЛОВИЕ

**С**егодня во всем мире существует множество проектов и программ, ориентированных на женщин.

К сожалению, в России тема поддержки женщин развита не так сильно как на Западе, особенно в регионах, где вероятность занимать руководящие должности ограничена, как и возможности карьерного роста, не говоря о специальных проектах для женщин.

Наша премия не только освещает самые актуальные и яркие программы, созданные при участии женщин и для женщин, но и привлекает внимание к их вкладу в различные сферы деятельности, позволяет поделиться международным опытом в данной сфере, а также содействует продвижению в профессиональном плане. Мы верим, что создаём комфортную деловую среду для женщин и мужчин.

В прошлом году нас поддержали крупные международные компании (Danone, McDonalds, Google, MasterCard), ежегодно мы информируем общество о лучших проектах для женщин в России и в мире, помогаем в их реализации, а также в популяризации идей гендерного разнообразия, мы следим за основными трендами среди женских инициатив и призываем всех поддержать многообразные проекты в области женщин и присоединиться к нашему общему делу.

Для этих целей в 2017 году был также создан Форум «Woman Who Matters», который объединяет выдающихся личностей и компании из разных стран, объединенных темами Gender Inequality and Gender Diversity. В 2018 году к проекту в качестве попечителей и экспертов присоединились международные организации из Америки и Европы.

Директор Форума и Премии  
"Woman Who Matters", Анна Рудакова




## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

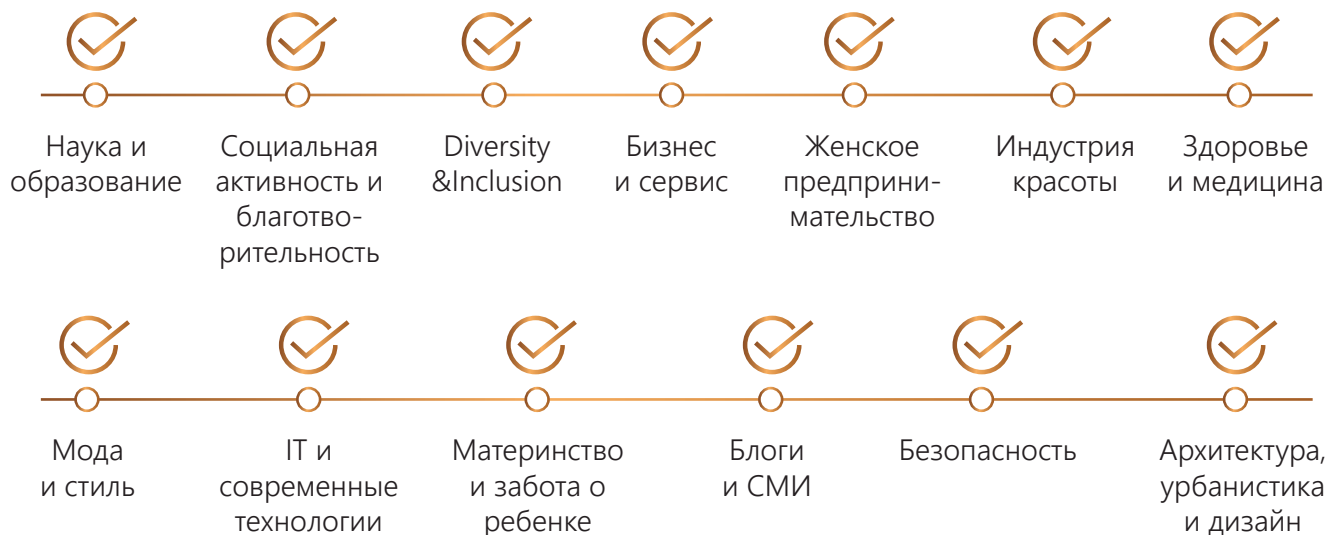
Освещение проектов в компаниях, направленных на женщин, созданных для женщин

Освещение самых ярких и актуальных проектов, созданных при участии женщин

Привлечение внимания к вкладу женщин в различные сферы жизнедеятельности

Популяризация опыта женщин, добившихся успехов в различных областях

## НОМИНАЦИИ











*Категория*  
**НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ**

# WOMAN INSIGHT

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

WOMAN INSIGHT  
Международная сеть  
центров женского  
развития

## ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА:

Россия, Украина,  
Казахстан

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



ТЫ ВДОХНОВЛЯЕШЬ ДРУГИХ,  
МЫ ВДОХНОВЛЯЕМ ТЕБЯ!

## О ПРОЕКТЕ:

Франчайзинговая сеть центров женского развития Woman Insight, которая объединяет женщин своей миссией - "Развивать культуру красивых отношений мужчины и женщины, для сохранения баланса природы и продолжения Жизни на земле".

Программа состоит из 3 технологий Светланы Керимовой: "Высший пилотаж в отношениях", "Sex- искусства" и Sex-fitness. Преподаватели - успешные Женщины города, которые имеют высокие результаты в личной жизни и обладают талантом вдохновлять! За 10 лет обучение прошли более 20 000 клиентов. Светлана Керимова - Владелица сети Центров женского развития WOMAN INSIGHT, online-платформы Sexeducation и журнала Journal WI.



womainsight.club

# Холдинг «Интересный Детский Сад» (ООО «Академия интересов»)

## О ПРОЕКТЕ:

Сеть детских садов «Интересный детский сад» существует на рынке частного дошкольного образования уже почти 10 лет. Помимо 3 садов в рамках холдинга было создано ивент-агентство «Бюро интересных праздников» и в этом году запущено франчайзинговое предложение.

На данный момент в садах обучается 400 детей. Выпускники сада поступают в одни из самых престижных школ Москвы.

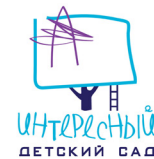
В сети холдинга «Интересный детский сад» проходят первые этапы физического и психологического развития детей, выявляются таланты ребенка, вырабатываются социальные навыки, развивается способности к сопереживанию. Во главе угла здесь стоят интересы ребенка, обучающие программы строятся на основе индивидуального подхода.



## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Холдинг  
«Интересный  
Детский Сад»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



[idetsad.ru](http://idetsad.ru) | [vk.com/idetsad](https://vk.com/idetsad) | [facebook.com/idetsad](https://facebook.com/idetsad)

# Mastercard и Московская Школа Управления Сколково

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Образовательная программа для женщин Mastercard | WLN и МШУ Сколково

## О ПРОЕКТЕ:

Целью проекта является создание благоприятной среды и возможностей для женщин, желающих повысить уровень своего образования и получить более глубокие знания в различных дисциплинах, которые могут помочь в процессе их дальнейшей самореализации.

Задача проекта - предоставить участницам возможность получить практические знания в области лидерства, интернет-маркетинга, принципов командной работы, креативного мышления, эффективной коммуникации и т.п.

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



Для этого мы пригласили ведущих преподавателей МШУ СКОЛКОВО, чтобы выбранные дисциплины были не только интересными, но и максимально полезными для участниц.

Все дисциплины подбираются исключительно в соответствии с пожеланиями аудитории через опрос.

Желание аудитории: получить дополнительное качественное бизнес-образование, опыт общения с коллегами и партнерами.

Данная программа предусмотрена для сотрудников и ключевых партнеров компании Мастеркард, которые в течении года посещают 5-6 образовательных модуля. Каждый модуль представляет собой 1 день обучения профессиональным навыкам и завершается выступлением приглашенного спикера из различных индустрий на свободную тему.

Особенность проекта состоит в том, что программа модулей разрабатывается на основе интересов и пожеланий всех участников.



В ходе осуществления проекта наша аудитория получают возможность приобрести необходимые знания, поднимая свое общение с коллегами и партнерами на принципиально новый качественный уровень.

# Умная Заграница

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Умная Заграница -  
Образование и карьера  
за рубежом и в России

## О ПРОЕКТЕ:

“Умная Заграница” — это Система профориентирования для взрослых, позволяющая

1. сначала определить, чем именно заниматься конкретному человеку, чтобы это не только нравилось, но и было востребовано или перспективно,
2. а затем “прокачать” себя до нужного уровня, в России и за рубежом,
3. и получить нужные вакансии по всему миру.

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



В Систему входит автоматизированная платформа для самостоятельной работы, включая следующие инструменты:

- база грантов и вакансий
- конструктор документов
- прокачка резюме
- нетворкинг
- правильный выбор страны
- визовые формальности
- подготовка к собеседованию
- инструкции по нетворкингу
- лайфхаки на месте

*ask@smart-immigraiton.com*

*vk.com/smart\_immigration*

*умнаязаграница.com*




Умная Заграница [ask@smart-immigration.com](mailto:ask@smart-immigration.com) 8 (800) 301-05-64 [Войти](#)

# Сервис по поиску работы и учебы за рубежом

Сделайте первые шаги за две недели

[Поехали!](#)



<b>100</b> лет опыта команды	<b>270+</b> кейсов	<b>100+</b> специальностей	<b>12 000+</b> вакансий и грантов	<b>64</b> страны
---------------------------------	-----------------------	-------------------------------	--------------------------------------	---------------------



VOLUNTEER

VOLUNTEER

VOLUNTEER



*Категория*  
**СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ  
И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ**

# Представительство ОАО «Гедеон Рихтер» (Венгрия) г. Москва

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

«Неделя женского здоровья «Гедеон Рихтер»

## О ПРОЕКТЕ:

Во время «Недели женского здоровья «Гедеон Рихтер»» проходят разноплановые активности для широкой аудитории и журналистов, направленные на повышение осведомленности о важности заботы о женском репродуктивном здоровье и о необходимости регулярного посещения гинеколога. Символом проекта является гербера – цветок, который принято дарить тем, к кому испытываешь восхищение.

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



ГЕДЕОН РИХТЕР

В этом году темой проекта стала взаимосвязь женского репродуктивного здоровья и красоты: некоторые проблемы с внешностью (акне, стрии, гиперпигментация, морщины) связаны с нестабильным гормональным фоном, поэтому решать их нужно не только в кабинете у косметолога, но и на осмотре у гинеколога.

Так, ключевое событие этого года – подписание компанией «Гедеон Рихтер» соглашения о сотрудничестве с Государственным Эрмитажем, по которому вернут первозданную красоту, «вылечат» статую богини любви – Афродиты (Венеры Гатчинской).

[w-health.ru/week4woman](http://w-health.ru/week4woman)

С каждым годом увеличивается география проекта: помимо традиционных всероссийских активностей, в 2018 году крупнейшие мероприятия проекта прошли сразу в 7 городах России. В реализации «Недели женского здоровья» приняло участие более 200 человек.



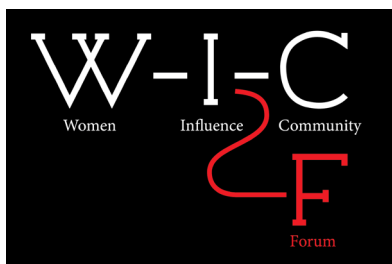
# Women Influence Community

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Woes Women Influence  
March

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Усиление женского влияния путем координации действий различных организаций/компаний/сообществ.

Одним из мощнейших ресурсов для развития мира является женское влияние. По мнению Women Influence Community, у женщин и мужчин разные ролевые модели. Представители обоих полов должны дополнять друг друга, а не перенимать несвойственные им качества, превращаясь в нечто обобщенное, среднее между мужчиной и женщиной. Сегодня необходим новый подход, сбалансированная стратегия женского влияния.

Проект Women Influence Community не ограничивается интернет-пространством. Янина рассказала, что в разных странах регулярно проходят форумы, с основным глобальным событием в Париже, участники которых не только обмениваются мнениями и опытом, но и в ходе общения формулируют общую философию. Янина считает, что сегодня одна из основных задач сообщества состоит в том, чтобы задать стратегические рамки для существующих движений, поддерживающих женщин.

Янина Дубейковская часто бывает в разных странах, общается с женщинами всего мира. Она обратила внимание, что россиянки уникально сбалансированы в плане гендерности и эмансипированности. Они понимают, в каком направлении следует двигаться, и созрели для действий.

Задача проекта - создание глобальной повестки событий, посвященных женскому влиянию, проходящих в марте 2019 года.



# Кимберли-Кларк

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Двигайся вперед вместе с Kotex!

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

В 2018 году бренд Kotex продолжил коммерческую программу “Двигайся вперед вместе с Kotex”, целью которой является поддержка молодых девушек в их стремлении двигаться вперед даже в “эти дни”. В рамках программы было разработано несколько активностей. Первой стала мотивирующая кампания, в которой 6 известных блогеров рассказывали свои вдохновляющие истории успеха и мотивировали обычных девушек двигаться вперед вместе с Kotex. Девушки могли поделиться историей своих достижений и принять участие в конкурсе от Kotex, где жюри выбирало лучшие работы. 10 победителей получили денежные сертификаты на дальнейшее развитие (мастер-классы, курсы, лекции, обучение). Позже началась Университетская программа, в рамках которой студентки получали образцы продукции, вовлекались в активности от бренда, участвовали в конкурсах и могли выиграть поездку в Англию на обучение. Всего было охвачено около 7 миллионов молодых девушек, многие из которых стали лояльными пользователями бренда Kotex.

*kotex.ru*





**kotex**<sup>®</sup>

Юлиана Бухольц, Танцовщица

**Наш знак. Мы можем**  
#ДВИГАЙСЯВПЕРЕД!



**kotex**  
ULTRA

КОМФОРТ  
и мягкость  
на все 100\*

10 НОРМАЛ

# KFC | Yum! Restaurants International Russia & CIS

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Heart Led Women

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Цели проекта: Развитие лидерских компетенций женщин через добровольческую деятельность и участие в волонтерских проектах  
Задачи проекта:

- Оценить лидерские компетенции женщин-участниц, выделить наиболее приоритетные для развития
- Подобрать для каждой участницы благотворительный/ волонтерский проект, через участие в котором она сможет развить необходимые компетенции
- Вовлечь участниц в существующие волонтерские проекты/ программы или помочь в организации собственного проекта
- Поддержать участниц на всех этапах реализации проекта
- Оценить развитие компетенций участниц по окончании проекта.

Предпосылки создания проекта:

Согласно опросу, 100% участниц волонтерских проектов отметили развитие лидерских компетенций после начала участия в волонтерской деятельности, 78% получили повышение по службе в течение первого года занятия добровольчеством.

Идеология проекта:

Развитие поколения женщин-лидеров  
Участницы программы отмечают развитие таких компетенций, как эмоциональный интеллект, честность и порядочность, мотивация, стрессоустойчивость, способность принимать решения, инновативность







*Камеория*  
**DIVERSITY & INCLUSION**

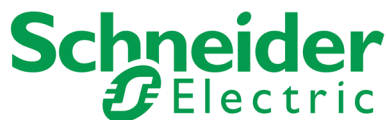
# АО Шнейдер Электрик

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Female  
Diversity&Inclusion

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Schneider Electric предоставляет равные карьерные возможности вне зависимости от пола, национальности, возраста, вероисповедания.

**1. Программа HeForShe.** Schneider Electric является участником глобальной программы от ООН-Женщины – HeForShe, в рамках которой подписаны договоренности о вовлечении лидеров компании в реализацию гендерных инициатив, увеличении общей численности женщин в компании особенно в лидерских ролях.

**2. Проект Gender Pay Equity** - политика равенства оплаты труда между мужчинами и женщинами. Используя международную методологию, мы регулярно проводим анализ уровня заработных плат наших сотрудниц. Мы формируем отдельный бюджет для выравнивания оплаты труда мужчин и женщин.

**3. Профессиональное развитие женщин.**

Нами успешно были реализованы следующие программы:

- Women in Leadership - программа развития лидерских и управленческих навыков.
- I want to be Sales Woman – программа по поддержке женщин, заинтересованных в карьере в сфере продаж.
- Career Connect – портал для поиска менторов.

**4. Flexibility@Work** - политика предоставления режима гибкого рабочего времени и возможности удаленной работы помогает сотрудникам в достижении баланса между работой и отдыхом

**5. Global Family Leave Policy** - внедрена глобальная политика предоставления дополнительных дней отпуска в связи с семейными обстоятельствами

**6. Программа Global Antiharassment policy и линия R&ED Line.**

В компании организована выделенная конфиденциальная линия поддержки, разработана специальная система обучения и план действий для сотрудников в случае столкновения с проявлением неэтичного поведения или ситуации.

**7. Energy Girls Community** - создан клуб студенток инженерных специальностей для продвижения возможностей карьеры в технической сфере.

**8. #Women@Schneider-Electric** – кампания в соц.сетях по продвижению историй успешных женщин в Шнейдер Электрик.



[schneider-electric.ru/ru/about-us/diversity-and-inclusion.jsp?](https://schneider-electric.ru/ru/about-us/diversity-and-inclusion.jsp?)

# Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

ACT! (Activating  
Commitment to Talent)

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## АФФИЛИРОВАННЫЕ КОМПАНИИ ФМИ В РОССИИ



## О ПРОЕКТЕ:

Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» (ФМИ) в России уделяют особое внимание вовлечению и многообразию, так как это способствует достижению высоких бизнес результатов, созданию успешного будущего для сотрудников и общества.

Начиная с 2013 года, уже несколько раз был организован международный Форум АСТ. В мероприятии приняли участие талантливые сотрудники различных аффилированных компаний ФМИ — представители всех функций и всех регионов мира — как женщины, так и мужчины, представители высшего руководства и совета директоров ФМИ, внешние консультанты, поскольку мы убеждены, что реализация концепции «Вовлечения и Многообразия» является ответственностью каждого лидера компании.

В России компания реализовала следующие инициативы:

**Гибкие условия труда.** Программа Flexability включает в себя три основные инициативы: возможность работать удаленно, гибкие рабочие часы и укороченный рабочий день в пятницу.

**Подход к отпускам без сохранения заработной платы.** В 2016 году была предложена концепция Отпуска без сохранения заработной платы с целью удовлетворения просьб сотрудников по предоставлению такого отпуска по семейным обстоятельствам.

**Оплата листков нетрудоспособности.** Компания компенсирует 100% заработной платы в период болезни (до 60 дней в год) всем сотрудникам. Это обеспечивает дополнительную финансовую поддержку как мужчинам, так и женщинам (особенно тем, у кого



---

есть маленькие дети) независимо от того, как долго сотрудник работает в компании. Всем женщинам, собирающимся в отпуск по беременности и родам, компания оплачивает листок нетрудоспособности в размере 100% заработной платы.

**Дополнительные выходные за счет компании.** Компания предоставляет дополнительные выходные дни, оплачиваемые в 100% размере от заработной платы, сотрудникам в следующих случаях: рождение ребенка (для отцов), свадьба сотрудника или близкого родственника и т. д.

**Программа электронного обучения Unconscious Bias.** Цель программы Unconscious Bias облегчить понимание принципов многообразия как для менеджеров, так и для специалистов, развеять некоторые общие стереотипы и мифы, в том числе и о роли мужчины и женщины, и содействовать вовлеченности, объективности и справедливости.

**Программа реинтеграции Stay Tuned.** Программа направлена на сотрудников, возвращающихся из отпуска по уходу за ребенком, а также из краткосрочных зарубежных назначений и позволяет работникам оставаться в курсе развития бизнеса, основных событий в их отделах, происходящих изменений и т. д.

**Сертификат равной оплаты труда.** Помимо запуска разнообразных инициатив, мы решили пройти внешнюю сертификацию для подтверждения того, что в наших компаниях применяется принцип равной оплаты труда как для женщин, так и для мужчин. В конце 2017 – начале 2018 года аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России проходили внешнюю сертификацию, которую проводила независимая швейцарская организация Equal Salary, для того чтобы получить подтверждение равного подхода в оплате труда за одинаковую работу независимо от пола.

Мы хотим, чтобы у нас работали лучшие из лучших, и убеждены, что многообразие людей с их разным опытом, знаниями, точками зрения и идеями, а также создание благоприятных условий работы являются основой для устойчивого развития компании и достижения наших бизнес целей.

# ООО «Джонсон & Джонсон»

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Создание инклюзивной культуры для работающих матерей

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Создание максимально комфортной рабочей среды для работающих матерей, способствующей формированию чувства вовлеченности и повышению эффективности работы женщин, планирующих уйти в декрет, женщин, имеющих детей и (или) возвращающихся на работу после декрета, с помощью таких инициатив, как:

- предоставление медицинского страхования за счет Компании для детей младше 18 лет (включая личного врача-педиатра с обслуживанием на дому) и 50% скидки на программу страхования для детей старше 18 лет;
- расширение программы страхования жизни, от травм и от несчастных случаев: выплаты в случае диагностирования угрожающих жизни заболеваний;
- возможность предоставления 8 недель оплачиваемого отпуска (помимо прочих выплат);
- покрытие онкологических заболеваний программой добровольного медицинского страхования, включая амбулаторное и стационарное лечение;
- добавление опции Ведение беременности и роды в программу добровольного медицинского страхования;
- возможность принять участие в уникальной региональной обучающей программе развития женщин-лидеров Ascend. Благодаря этой программе представленность женщин-лидеров в совете директоров российского бизнес-юнита существенно возросла и уверенно держится на уровне более 50%;
- обеспечение плавного возвращения к работе при выходе

- 
- после декретного отпуска и/или отпуска по уходу за ребенком (удобный график и комфортный объем работы с учетом семейной ситуации сотрудниц);
- возможность использования специальных «родительских дней» (для посещения родительского собрания или детского утренника);
  - инициатива Flex Working, в рамках которой сотрудницы могут переходить на гибкий график и пользоваться опцией работы из дома;
  - организация психологических семинаров и лекций для родителей на тему общения с детьми;
  - ежегодный городской летний лагерь для детей от 3 до 15 лет (компания оплачивает 50% стоимости пребывания ребенка в лагере);
  - ежегодный Детский праздник в офисе Компании;
  - ежегодная Новогодняя елка и подарки для детей сотрудников.

Инициативы по D&I поддерживаются ключевыми лидерами бизнеса через структуру D&I Council – Россия, Украина и страны СНГ, в которую входят руководители бизнес-юнитов с четким ритмом встреч.

Помимо этого, на разных уровнях организации созданы инициативные группы, способствующие построению бизнес-адженды в направлении женского лидерства и уполномоченные реализовывать инициативы, поддерживающие философию равных возможностей. Например, группа WLI (Woman Leadership & Inclusion), которая активно участвовала в развитии инициатив, указанных выше.

# HAYS

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Diversity helicopter view – актуальность политики в России и международный опыт ее реализации

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Тема разнообразия (в частности гендерного разнообразия) входит в повестку обсуждения бизнес-сообщества по всему миру.

В России тема D&I только начинает обсуждаться. Hays как рекрутинговая компания понимает ценность человеческого капитала в построении бизнеса, поэтому решила выяснить, на какой стадии находится D&I Policy не только в зарубежных, но и в Российских компаниях. В исследовании акцент сделан в том числе на гендерном разнообразии – эту тему Hays вот уже несколько лет поднимают в исследовании Hays Leading Woman.

Цели проекта - привлечь внимание к политике разнообразия (в частности – гендерного) в мире карьеры и бизнеса в России.

Задачи проекта:

- поделиться результатами исследования D&I Policy в России;
- показать, как изменилось отношение к Gender Diversity в России за последние несколько лет (на основе данных исследований Hays Leading Women);
- рассказать о международном опыте реализации политики D&I, дать ответ на вопрос, почему тема привлекает все больше внимания мирового бизнес-сообщества в последние годы;
- рассказать, с какими проблемами сталкивается Hays в реализации политики, и как их решает;
- поделиться кейсом реализации программы Hays Leading Women на глобальном уровне.

# IBM

## О ПРОЕКТЕ:

IBM — компания равных возможностей, в 1899 году фирма-предшественник корпорации IBM приняла на работу первых трех женщин. Это было за 20 лет до того, как женщины получили право голосовать в США. В 1935 году IBM впервые обучила женщин специальности инженера по обслуживанию систем, и с этого времени женщины стали играть важную роль в бизнесе корпорации.

Продолжая традиции многообразия и обеспечения равных прав доступа к техническим специальностям, IBM ежегодно приглашает старшеклассниц и студенток на мероприятие под названием «Girls in IT», чтобы ознакомить их с практикой успешного построения женщинами карьеры в ИТ-отрасли.

Информационные технологии все глубже входят в деловую жизнь и досуг, и Компания IBM стараемся привлечь к ним как можно больше девушек, связанным с точными науками, и попытаться разрушить стереотипы о том, что в ИТ все профессии мужские.

Используя проверенный подход к обучению, Компания IBM проводит силами волонтеров мастер-классы и семинары по технологии блокчейн, кибербезопасности, дизайн-мышлению, предоставляет возможность девушкам учиться и задавать вопросы о передовых решениях IBM и «интернете вещей», а также говорить об аналитическом подходе, женской интуиции и лидерских качествах.

С 2014 года более 500 девушек участвовали в инициативе IBM «Girls in IT» в Москве.

*ibm.com/ru-ru*

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

«GIRLS IN IT»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:





# FINANCIAL REPORT

3.456  
2.589  
1.258  
4.896



3.45  
2.58  
6.58  
12.3



8.52 6.47  
7.58 6.02  
5.56 7.43





*Категория*  
**БИЗНЕС И СЕРВИС**

# Азбука вкуса

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Женская территория:  
наставничество в  
ритейле

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Проект «Наставничество» реализован в 2006 году. Он позволяет женщинам, работающим в «Азбуке Вкуса», раскрыть свой внутренний потенциал и добиться новых профессиональных высот. В своей работе наставники применяют навыки, связанные с особенностями женской природы, в частности, опыт материнства, потребность в опеке и заботе.

Обучение в Институте наставничества длится 3-4 месяца. Тренеры развивают в слушателях коммуникативные навыки, объясняют, как оказывать психологическую поддержку подопечным, учат предотвращать и решать конфликтные ситуации. Каждый слушатель может персонально проработать свои компетенции с опытным коучем.

За 12 лет в Институте наставничества прошли обучение, успешно сдали экзамены и стали наставниками 370 сотрудников «Азбуки Вкуса». Проект «Наставничество» помог компании снизить текучесть кадров, увеличить лояльность, удовлетворенность и вовлеченность персонала супермаркетов. Более того, в «Азбуке Вкуса» сформировалось уникальное движение, позволяющее не только успешно адаптировать новых сотрудников, но и создавать дружные коллективы в каждом магазине. Огромную роль в формировании коллективов, живущих по принципу «один за всех – все за одного», играют женщины-продавцы, ставшие наставниками.





# ООО “В КОНТАКТЕ”

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Грантовая программа поддержки предпринимательниц #яделаюбизнес

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

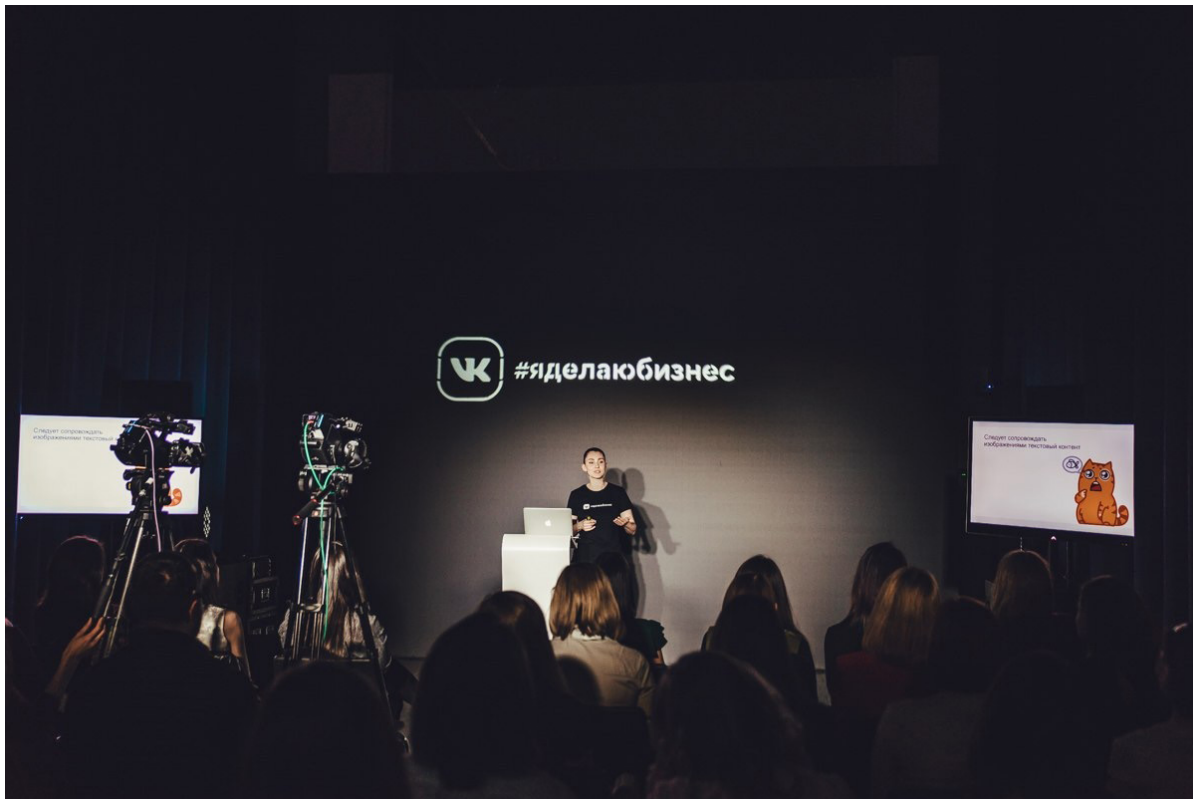
В этом году ВКонтакте впервые запустила грантовую программу поддержки предпринимательниц #яделаюбизнес. Задача нашей программы — дать стимул девушкам поверить в свои силы в создании бизнеса, а также показать инструменты, благодаря которым их бизнес будет быстрым и эффективным.

Программа длилась 2,5 месяца. Участницы Программы отбирались по результатам написанных мотивационных писем, а победительницы – по разработанным ими стратегиям. На протяжении программы с участницами были эксперты от ВКонтакте.

В рамках программы также состоялась серия открытых мастер-классов в формате VK Live. Представители ВКонтакте рассказывали о продвижении бизнеса в социальной сети. Также в Программе участвовали: журналистка Залина Маршенкулова, спортсменка Ляйсан Утяшева, член правления банка «Открытие» Надия Черкасова и предпринимательница Галия Бердникова. Каждая из спикеров поделилась своими знаниями.

Программа смогла объединить предпринимательниц из разных уголков России и построить сообщество в виде закрытого чата ВКонтакте, которое помогает друг другу решать различные бизнес-задачи даже после окончания Программы. Победительницы, смогли развить свой бизнес, привлечь новых клиентов и расширить зоны влияния своего бизнеса на новые аудитории.

*Хештег #яделаюбизнес в сообществе [vk.com/business](https://vk.com/business)*



# The Boston Consulting Group

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

WOMEN@BCG

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

BCG

## О ПРОЕКТЕ:

Программа Women@BCG направлена на поддержку женщин в вопросах карьерного и профессионального роста, нетворкинга и менторства.

В рамках этой программы реализуются как мероприятия для внешней аудитории, так и для сотрудниц компании, направленные на помощь в достижении успеха в профессиональной и в личной жизни. Встречи, тренинги, конференции и форумы, такие как BCG Female Leadership Conference и семинар по стратегии для женщин ADVANTAGE BCG, дадут вам возможность установить контакты со множеством преуспевающих женщин в BCG и узнать секрет их успеха, а также получить информацию об инструментах построения карьеры в компании.



[bcg.com/careers/women-at-bcg/default.aspx](https://bcg.com/careers/women-at-bcg/default.aspx)



# ПАО “Северсталь”

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Женский клуб  
ПАО «Северсталь»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Женский клуб Северстали – это первый женский клуб в российской металлургической компании.

Цель - ориентированная на бизнес-результат – это вдохновение женщин на строительство карьеры через развитие, придание уверенности в своих силах. Наш клуб проводит встречи участниц с топ-командой, организует тренинги по личностному и профессиональному развитию. При этом, мы развиваем сотрудничество с другими женскими клубами в России.

- Организаторы движения сделали большое тематическое исследование на тему гендерного неравенства в компании, на основании которого определили первопричины неравномерного продвижения мужчин и женщин в карьере.

Устранить эти причины – одна из целей Клуба;

- 19 марта 2018 г. состоялась первая Женская конференция «Северстали», в которой приняли участие 50 сотрудниц разного руководящего уровня из разных подразделений. На конференции девушки сформировали видение дальнейшего развития Клуба и поделились своим опытом друг с другом;

- За время существования клуба проведено 5 встреч с топ-менеджерами, 2 обучающих вебинара и несколько нетворкинг-мероприятий для всех участников;

- 1 женщина вошла в Совет Директоров компании.

[women.severstal.com/home](http://women.severstal.com/home)



# ВТБ Капитал

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Women's Internal Network (WIN) – это женское корпоративное сообщество, созданное сотрудницами ВТБ Капитал.

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Женское сообщество ВТБ Капитал создано по инициативе сотрудниц в 2013 году. Цель WIN – знакомить сотрудниц компании с моделями лидерства, лучшими и наиболее интересными практиками построения карьеры, успеха в бизнесе, персонального развития – и, тем самым, способствовать карьерному росту. За время работы проекта сотрудницы ВТБ Капитал имели возможность встретиться с руководителями и собственниками компаний – представителями разных индустрий. Каждый спикер WIN – пример успеха, уникальный опыт и мировоззрение, а информация из первых рук для участниц WIN – новые знания и примеры профессиональной и личной реализации. 23 октября 2013 года в Москве прошла первая встреча в рамках программы Women's Internal Network (WIN). С этого времени было проведено 16 мероприятий. Сегодня проект WIN по праву можно назвать одной из самых успешных внутрикорпоративных женских инициатив в России, реализуемой уже шесть лет. За это время проект собрал более 1000 участниц, в тематических встречах приняли участие 19 спикеров – CEO компаний частного и государственного секторов, представителей российских и зарубежных государственных институтов, а открытый диалог встреч стал визитной карточкой проекта.





WIN проходит два раза в год, являясь для сотрудниц компании открытой дискуссионной площадкой и уникальной возможностью личного и профессионального развития.

# Бургер Кинг Россия

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Программа развития и поддержки женского лидерства

## О ПРОЕКТЕ:

Программа развития и поддержки женского лидерства в Бургер Кинг Россия направлена на развитии основных компетенций лидерства и осознанном управлении всеми сферами жизни женщинами-руководителями компании (как в офисе, так и ресторанах сети).

Программа состоит из 16 тренингов, которая длится 6 месяцев и действует по настоящее время. Автор идеи – генеральный директор Бургер Кинг Россия – Дмитрий Медовый. Самая основная сложность была преодолеть скептицизм самих участниц. После первого дня тренинга участницы поняли, какие новые возможности может дать им программа и стали с энтузиазмом и доверием проходить весь курс. С 2017 года формирование новых групп участниц проходит уже на конкурсной основе из-за большого количества желающих.

Ряд бизнес показателей у участниц повысились от 5 до 30% по сравнению с теми лицами, кто не участвовал в программе; 65% участниц программы получили повышение в должности по итогам бизнес-результатов и уровню развития лидерства.

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



# Компания EY

## О ПРОЕКТЕ:

Программа «Деловые женщины» направлена на поддержку женского предпринимательства и расширение возможностей карьерного роста среди женщин. Программа включает ежегодный конкурс и серию образовательных проектов и проводится в России с 2013 года в рамках международной инициативы компании EY по поддержке предпринимательства. В конкурсе «Деловые женщины» могут принять участие состоявшиеся женщины-предприниматели и руководители высшего звена крупных российских и международных компаний. Критерии для отбора конкурсанток:

- Конкурсантка должна быть основательницей предприятия либо членом высшего руководства и вносить существенный вклад в развитие бизнеса;
- Конкурсантка должна нести основную ответственность за развитие предприятия в течение не менее двух лет;
- Компания участницы должна существовать на рынке не менее двух лет и иметь обороты за последние два года, превышающие 30 млн рублей ежегодно.

Статистика по проекту «Деловые женщины»:

- 140 участниц конкурса – предпринимательницы;
- 111 участниц конкурса – руководительницы высшего звена;
- 660 участниц в программе с 2013 года.

*ewwrussia.ru*

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Международная программа «Деловые женщины»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



# ООО «Европейская юридическая служба»

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Дистанционные профессиональные сервисы для сотрудников компаний в рамках концепции well-being – ресурс снижения экономического ущерба для бизнеса, повышения лояльности и мотивации персонала

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Проект призван реализовать в практике российских компаний использование дистанционных сервисов поддержки сотрудников в целях улучшения их морально-психологического состояния, жизненного благополучия, повышения производительности, мотивации и вовлеченности.

В рамках проекта исследована проблематика жизненного благополучия у сотрудников российских компаний. Изучены лучшие международные практики повышения уровня жизненного благополучия сотрудников компаний. Разработана уникальная российская технология, направленная на решение актуальных и острых житейских проблем сотрудников российских компаний.

В ближайшее время планируется привлечь к сотрудничеству ведущие российские компании с целью применения ими инновационных инструментов повышения уровня жизненного благополучия сотрудников.







*Категория*  
**ЖЕНСКОЕ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

# MARY KAY

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Секреты большого  
бизнеса с Mary Kay

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

MARY KAY®

## О ПРОЕКТЕ:

Отмечая 55 лет компании в мире и 25 лет в России, Mary Kay подчеркивает важность женской самореализации. Как компания, предоставляющая возможности для создания бизнеса для женщин, Mary Kay продолжает серию инициатив по поддержке женского предпринимательства и представляет проект «Секреты большого бизнеса с Mary Kay» при участии генерального директора Mary Kay Россия Аллы Соколовой, а также приглашенных успешных бизнесменов, бизнес-леди, руководителей крупных компаний и молодых предпринимателей. Проект включает в себя серию из 14 телепередач, которые транслируются с мая по декабрь 2018 г. на телеканале «Про Бизнес», а также в социальной сети YouTube.



[clck.ru/Ef9Gn](http://clck.ru/Ef9Gn)



# LUNDENILONA

## О ПРОЕКТЕ:

7 лет назад все началось с одного-единственного продукта - любимого многими женщинами 100% натурального эликсира для кожи и волос.

За эти 7 лет на сайте LUNDENILONA.RU женщинами оформлено более 600 000 заказов. Если быть точной и сложить все оформленные заказы из баз, обновляемых при смене сайта и платежных систем, то на сегодняшний день со всего мира принято 612 587 заявок. А если прибавить покупки, совершенные в магазинах LUNDENILONA, то мы явно перешагнули за 1 000 000.

У меня нет точной базы постоянных клиентов. Я не использую рассылки, воронки продаж и накопительные скидки. Не трачу денег на рекламу. Не покупаю отзывы. Не продвигаю сайт и блог, хоть он и богат уникальной информацией. Я даже Инстаграм веду нерегулярно и безграмотно.

Все эти годы LUNDENILONA продвигается благодаря мощному ингредиентному ряду и неоспоримой результативности. Эта косметика создана для женщин, для поддержания и совершенствования женской природной красоты.

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

LUNDENILONA

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



*lundenilona.ru*

# Cartier

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Cartier Women's Initiative Awards

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

*Cartier*

## О ПРОЕКТЕ:

В 2006 году Дом Cartier в партнерстве с бизнес-школой INSEAD и компанией McKinsey & Company учредили премию, целью которой является поддержка женщин-предпринимателей, возглавляющих социально значимые коммерческие проекты с финансово устойчивой бизнес-моделью. Конкурс мотивирует женщин на создание бизнеса и реализацию своего потенциала.

Финалистками становятся 21 участница из 7 регионов мира.

Главный приз для 7 лауреатов:

- US\$ 100 000
- индивидуальный курс занятий с бизнес-тренером

Второй приз для 14 финалисток:

- US\$ 30 000



[cartierwomensinitiative.com](http://cartierwomensinitiative.com)



# Legend New York

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

LEGEND NEW YORK

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

**Legend  
New York**

Центры красоты и косметологии

## О ПРОЕКТЕ:

Legend New York - лидер параллельных салонных услуг. Компания основана в 2013 году и на сегодняшний день обслуживает более 25 000 клиентов, в основе своей - это деловые женщины столицы и не только.

Нас ценят за значительную экономию времени, благодаря комфортному параллельному обслуживанию в 6-8 рук, качество и отличный сервис. Наша компания представлена 3 центрами красоты в самых знаковых местах Москвы: Новый Арбат, Москва Сити и новый центр красоты на Охотном ряду в торговой галерее «Модный сезон».



*lny.com.ru*





*Категория*  
**ИНДУСТРИЯ КРАСОТЫ**

# ООО «Юнилевер Русь»

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

РОССИЯ КРАСИВАЯ

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ – это российский бренд по уходу за собой, который активно развивается на рынке уже более 20 лет.

Ежедневно мы контактируем с миллионами девушек, которые пользуются нашими кремами, шампунями, мылом и другими продуктами по уходу за собой, по всей стране – от Владивостока до Калининграда. Мы близкий и родной бренд, который как никто другой понимает потребности наших женщин, и мы стремимся делать каждую из них немного счастливее каждый день.

Есть 2 силы, которые уже 20 лет ежедневно вдохновляют бренд на развитие и совершенствование – это безграничная и многогранная красота нашей природы и безоговорочная красота российских женщин. Нам действительно есть чем гордиться! Но в повседневной жизни, наполненной суетой, проблемами и сложностями мы забываем об этом.

Летом 2018 года героинями продуктов Чистая Линия Сила 5 трав стали женщины – жительницы регионов России: Байкала, Алтая и Камчатки. Девушки поделились своими личными историями о том, как семья и природа наполняют их жизненной энергией, тем самым вдохновляя и других российских женщин на новые свершения, на любовь к себе и родной природе.

Чистая линия помогает женщинам раскрыть свою природную красоту и стремится, чтобы каждая женщина в России понимала, что ее красота безгранична, как красота российской природы!

[chistaya-linia.ru/products/uhod-za-litsom/sila-5-trav](http://chistaya-linia.ru/products/uhod-za-litsom/sila-5-trav)



**ЧИСТАЯ  
ЛИНИЯ**  
ФИТОТЕРАПИЯ

КАМЧАТКА

**РОССИЯ  
КРАСИВАЯ**

АЛТАЙ

БАЙКАЛ

ЮЛИЯ МЕДВЕДЕВА

ТАТЬЯНА ГУРТЯКОВА

ОЛЬГА БОБРОВА

ЧИСТАЯ  
ЛИНИЯ  
СИЛА 5 ТРАВ  
КАМЧАТКА  
ВИТАЛЬНЫЙ  
КОМПЛЕКС

ЧИСТАЯ  
ЛИНИЯ  
СИЛА 5 ТРАВ  
АЛТАЙ  
КОМПЛЕКСНЫЙ  
ФИТОКОМПЛЕКС

ЧИСТАЯ  
ЛИНИЯ  
СИЛА 5 ТРАВ  
БАЙКАЛ  
КОМПЛЕКСНЫЙ  
ФИТОКОМПЛЕКС

СИЛА 5 ТРАВ

СИЛА 5 ТРАВ

СИЛА 5 ТРАВ

The advertisement features a central map of Russia with a white outline, set against a vibrant green background of foliage. The map is divided into three regions: Kamchatka (top right), Altai (bottom left), and Baikal (bottom center). Each region is associated with a 'Чистая Линия' product box and a 'СИЛА 5 ТРАВ' jar. Small circular portraits of the award winners are placed next to their respective products: Yulia Medvedeva for Kamchatka, Tat'yana Gurt'yakova for Altai, and Olga Bobrova for Baikal. The brand logo 'ЧИСТАЯ ЛИНИЯ ФИТОТЕРАПИЯ' is at the top, and the slogan 'РОССИЯ КРАСИВАЯ' is prominently displayed in the center.



*Категория*  
**ЗДОРОВЬЕ И МЕДИЦИНА**

# ООО «Буарон» «Культура здоровья»

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

АНО «Культура Здоровья»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

«Культура Здоровья» - информационно-образовательный проект, призванный передавать экспертизу со стороны компаний, работающих в области здоровья другим государственным и частным организациям. Участники проекта, таким образом, способствуют улучшению здоровья своих сотрудников, повышению их личных результатов и восстановлению баланса всех сфер жизни, а также популяризации идеи здорового образа жизни и активного долголетия.

Главная идея проекта «Культура Здоровья» в том, что забота о своем здоровье – задача посильная каждому, не требующая сверхъестественных усилий или инвестиций.

Экспертами программы были разработаны тематические модули:

- просто о питании
- просто о профилактике
- просто о движении
- просто об отношениях

Сами мероприятия носят «выездной характер»: эксперты проводят лекцию в удобное коллективу время на территории компании. Они помогают определить посильные и полезные привычки в области движения, питания, профилактики, которые в действительности оказывают доминирующее влияние на наше здоровье.

С 12 апреля по 14 сентября 2018 г. АНО «Культура Здоровья» было проведено 68 мероприятий: 21 мероприятие для людей трудоспособного возраста и 49 мероприятий для людей пожилого возраста в рамках программы Активное долголетие.

Проект «Культура Здоровья» также предоставляет возможность индивидуального сопровождения всем желающим внедрить в свою жизнь здоровые привычки и узнать больше о своем организме, снять «барьеры», которые мешают им сделать это самостоятельно. Всего за 7 месяцев в лекциях и мастер-классах приняли участие более 1000 человек.



Заботиться о себе - это естественно! В моих силах сделать мою жизнь другой. Вместе мы способны сделать мир лучше

*[cultureofhealth.ru](http://cultureofhealth.ru)*

# Enhel Group

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

ENHEL GROUP  
COMPANY

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



ENHEL GROUP  
COMPANY

## О ПРОЕКТЕ:

Юлия Энхель — основатель и президент холдинга ENHEL GROUP. За несколько лет построила успешный бизнес в области здоровья и красоты.

Юлия Энхель первая и единственная получила эксклюзивное право производить и продавать оборудование по обогащению воды водородом по всему миру. На сегодняшний день у ENHEL GROUP 17 заводов - в России, Японии, ОАЭ, странах Европы и СНГ. С 2016 году Юлия получила право на совместное производство и сотрудничество с клиникой Токио, и представила в России линейку эксклюзивной anti-age косметики для лица, а также продукцией для ухода за лицом, волосами и телом.

За деятельность своей компании Юлия удостоена: орденом знака «Звезда Славы Отечества» за выдающиеся заслуги, способствующие экономическому и социальному процветанию России, ее величию и славе; награды «Женщина - лидер бизнеса» в рамках конкурса «Московский предприниматель»; диплома за успешную деятельность в сфере московского предпринимательства в номинации «Инновационная деятельность» ежегодного конкурса «Московский предприниматель» и др.

Миссия Юлии в формировании здорового общества с высоким качеством жизни, где новейшие изобретения и технологии доступны каждому.

*[enhelbeauty.com/](http://enhelbeauty.com/)*



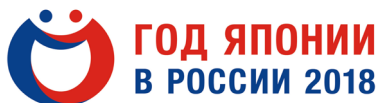
# Дневник Здоровья

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Дневник здоровья.

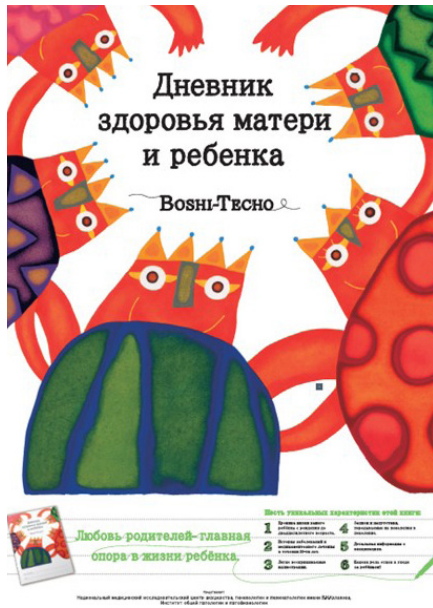
## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Перед Вами книга - учебное пособие, озаглавленная «Боши-Течо», «Боши» - означает «мать и детей», а «Течо» - «насто́льная книга». Используя её, Вы можете вести дневник состояния здоровья матери и здоровья ребенка в течение 20 лет. Она также пригодится врачам, наблюдающим Вас, для записи результатов медицинских обследований в течение беременности, родов и послеродового периода. В Японии каждая молодая мама после родов получает такую книгу для ведения записей. Когда ребенок подрастет, ему обычно дарят эту книгу на память. Эта книга для молодых матерей и отцов, а также, кто ждет только ждет своего будущего ребенка. В некоторых клиниках такая книга вручается будущей маме сразу во время первого визита к врачу. Эта книга может стать одной из опор моста между ребенком, родителями и медицинскими работниками, помогая и родителям, и медикам понять, как растет и развивается ребенок, что с ним происходит, на что следует обратить особое внимание в каждый из периодов его жизни.





# БФ «Национальный Фонд Поддержки Здоровья Женщин»

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ  
ПО ВОПРОСАМ РАКА  
ГРУДИ «ВМЕСТЕ»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФОНД  
ПОДДЕРЖКИ ЗДОРОВЬЯ  
ЖЕНЩИН

## О ПРОЕКТЕ:

Каждая женщина, столкнувшаяся с диагнозом рак груди должна иметь возможность получать бесплатную поддержку в процессе и после лечения.

Комплексная поддержка Центра включает индивидуальную и групповую психотерапию, консультации онколога, диетолога, лимфолога, юриста и онкопсихолога, семинары для родственников, mindfulness stress reduction для онкопациентов и др.

Все услуги предоставляются квалифицированными специалистами бесплатно.



[vmeste-bcc.ru](http://vmeste-bcc.ru)

# ООО «Новартис Фарма»

## О ПРОЕКТЕ:

Более 10% населения страдает мигренью. Этот процент еще выше среди трудоспособного населения. Женщины подвержены в 2-3 раза чаще, чем мужчины. Мигрень входит в топ десять причин по потере трудоспособности. Часто мигренью страдают люди, работающие на высоких позициях, и заболевание мешает им быть максимально продуктивными. Работодатель несет в связи с мигренью значительные потери, в основном это – не прямые затраты связанные со сниженной работоспособностью сотрудников во время приступа мигрени.

Проект «Мы сильнее мигрени» ориентирован на поддержку сотрудников, страдающих мигренью и предоставление сотрудникам условий, способствующих наилучшему контролю над заболеванием, а именно: предоставление доступа к специалисту по головной боли в том числе по страховке ДМС; проведение обучающих сессий для сотрудников для повышения осведомленности о заболевании, электронный дневник для учета приступов мигрени; комната восстановления здоровья в офисе для краткосрочного пребывания во время приступа. Программа «Мы сильнее мигрени» позволит улучшить условия работы для сотрудников, повысить их производительность, мотивацию, положительно повлияет на социальный имидж работодателя.

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

«МЫ СИЛЬНЕЕ  
МИГРЕНИ»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:







*Категория*  
**IT И СОВРЕМЕННЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ**

# АВВУУ

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

#АВВУУ HUB

**H** – Harmony/Гармония

**U** – Unique/Уникальность

**B** – Balance/Баланс

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

**АВВУУ**<sup>®</sup>

## О ПРОЕКТЕ:

---

Проект **HUB** включает основные направления, необходимые для построения, развития и поддержания уникальной корпоративной культуры:

### **H – Harmony/Гармония:**

Проекты для поддержания здорового образа жизни, гибкого графика, офиса без ограничений и дресс-кода, создание особенных комфортных зон для работы, организация правильного питания.

### **U – Unique/Уникальность:**

Уникальность сотрудников подчеркивается в проектах научно-популярного лектория АВВУУ Talks, программе мероприятий по интересам «Лето с АВВУУ», клубах, регулярных конкурсах и мастер-классах, проектах социальной ответственности.

### **B – Balance/Баланс:**

Для нас важно иметь возможность уделять достаточно времени всем аспектам нашей жизни, как рабочим, так и личным, поэтому запущены проекты детской игровой комнаты в офисе, поддержки семей при рождении детей и с маленькими детьми, регулярные мероприятия для детей сотрудников, есть возможности решить личные вопросы в офисе, а также представлена специальная помощь в сложных жизненных ситуациях.



В результате проведенного глобальный опрос сотрудников «Yes! Survey» в текущем 2018 году были получены впечатляющие результаты - уровень рекомендации компании и гордости работой в компании сотрудниками АBBYY существенно выше рынка. Для нас это важный показатель успешности проекта HUB.





*Категория*  
**МАТЕРИНСТВО И ЗАБОТА  
О РЕБЕНКЕ**

# ООО «ИНКЭМП.РУ»

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Incamp.ru

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Incamp.ru - первый интернет-каталог детских лагерей и мероприятий с бесплатным сервисом бронирования путевок.

Миссия incamp.ru - популяризация отдыха в детских лагерях.

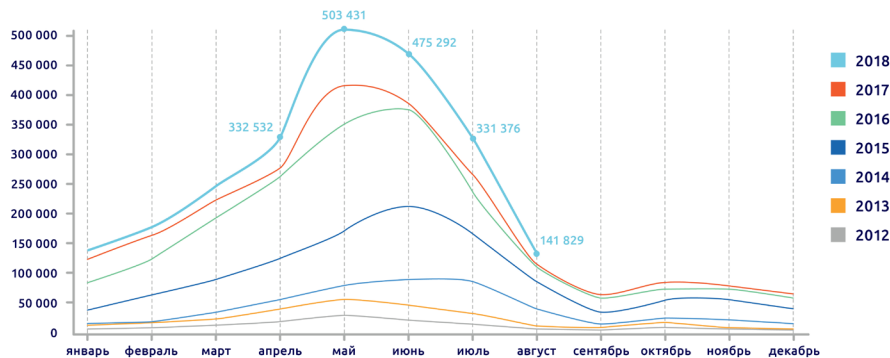
Цель проекта - предоставить посетителям сайта бесплатный, удобный, надежный сервис бронирования путевок в детские лагеря и досуговые мероприятия.

По состоянию на август 2018 года на incamp.ru представлены :

- более 6000 честных отзывов родителей об отдыхе детей с публичными ответами организаторов;
- собственный рейтинг лагерей;
- функция сравнения программ детского отдыха;
- блог с полезными советами о детском отдыхе, интервью с педагогическим составом детских лагерей, видеообзоры;



Динамика спроса на детский отдых по визитам на сайт, 2012-2018гг.



2011-2018 ООО "Инкэмп.ру"  
Первый информационный интернет-каталог детских лагерей и мероприятий с бесплатным сервисом бронирования

Компания является членом международной ассоциации детских лагерей ICF, членом МОО "Содействие детскому отдыху", членом Ассоциации Программных детских лагерей, лауреатом премии «Золотой сайт - 2015» в номинации «Лучший детский сайт», финалистом премии «Позитивный контент - 2017» в номинации «Социально-ориентированный коммерческий интернет-проект», победителем бизнес-премии «Бабочка - 2016» в номинации «Женский проект», организатором Фестиваля детских лагерей на площадке Московского международного салона образования.

*incamp.ru*

# Юнилевер Русь, бренд Dove

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Проект Dove по  
повышению самооценки

## О ПРОЕКТЕ:

Бренд Dove реализует глобальный проект Dove Self-Esteem Project, помогая девочкам обрести уверенность в себе. В России образовательный проект стартовал в сентябре 2014 в партнерстве с НИИ Гигиены Министерства здравоохранения РФ.

Тренинг по повышению самооценки со специальными тренерами-психологами прослушало более 379 тысяч девочек, а их родители получили специальные брошюры с советами по воспитанию - развитию уверенности в себе у детей. Ежегодно тренинги от бренда Dove проходят более чем в 1000 школ в 39 городах России

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



[dove.com/ru/DSEP.html](http://dove.com/ru/DSEP.html)

# 7 sisters + La NEIGE Collection

## О ПРОЕКТЕ:

Социальный проект, призывающий женщин не бояться трудностей материнства.

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Отражение. Мама-дочь



## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

LA NEIGE  
COLLECTION

+  
7sisters.ru  
ЖЕНСКИЙ ОНЛАЙН ЖУРНАЛ





*Категория*  
**МОДА И СТИЛЬ**

# Speranza Couture

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Wedding Rooms: бренд  
Speranza Couture

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Создатель проекта - Надежда Юсупова. История началась с основания свадебного салона Wedding Rooms, объединившего лучшие мировые тренды свадебной моды, чтобы помочь каждой девушке найти "то самое" платье мечты. К 2015 году Надежда Юсупова приняла решение создать собственный бренд Speranza Couture, отвечающий желаниям современных невест. Все коллекции бренда шьются из лучших французских и итальянских тканей. Дизайнер лично выбирает их на крупнейших выставках в Париже. Факты:

- Надежда Юсупова - лучший российский свадебный дизайнер-2017, по версии международных свадебных журналов WHITE Sposa и Wedding.
- Новая коллекция "Я сама...", показанная в рамках Mercedes-Benz Fashion Week, стала своеобразным символом успешной десятилетней работы Надежды Юсуповой в свадебной индустрии. В этот раз акцент был сделан на роскошные вечерние образы. Это наряды для торжеств, светских приемов и балов







*Категория*  
**БЛОГИ И СМИ**

# Академия женского развития Woman Time

---

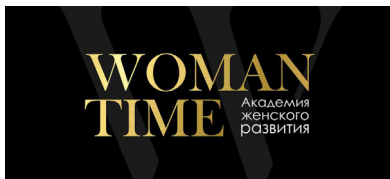
## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Образовательный проект Woman Time

## О ПРОЕКТЕ:

Цель проекта - популяризация тайм-менеджмента для женщин. Задачи проекта - продвижение женского планирования в России и за рубежом, способствование формированию тренда для женщин успешных в деловой среде и семье.

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



*womantime.club*

# ИД «Коммерсантъ»

## О ПРОЕКТЕ:

Проект появился как приложение к газете Коммерсантъ, чтобы подробно и широко рассказывать о мире моды изнутри. «Коммерсантъ. Стилль. Женщины» — полноценный путеводитель по модным тенденциям, который рассказывает о моде не как о высоком искусстве, а как о прикладной части жизни.

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

«Коммерсантъ Стилль.  
Женщины»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

**Коммерсантъ** *стилль*



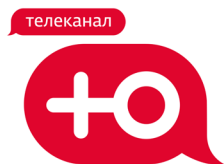
# Канал «Ю» (АО «ТВ сервис»)

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

«Женись на мне»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Проект женись на мне помогает женщинам понять, что от их решений зависит их будущее. В первую очередь они получают определенность, которая дает им возможность двигаться дальше с четким пониманием того, что происходит. Более того, способность слышать себя и свои желания дает серьезную защиту от стереотипов и общественного мнения.

В поддержку смелых и сильных женщин, которые наперекор стереотипам могут сами решать свою судьбу, и делать первый шаг, была размещена петиция на change.org

Петиция разлетелась по интернету и была поддержана СМИ и лидерами мнения.

В Москве прошел флешмоб «Невесты в городе», в рамках которого более 20 молодых женщин в свадебных платьях с табличкой «Женись на мне» прошлись по центру Москвы, спустились в метро. Информация распространилась по социальным сетям и СМИ.

Перформанс с невестами вызвал бурю эмоций и обсуждений: прохожие снимали невест на видео и выкладывали фотографии с ними в соцсети. Акция стала вирусной в соцсетях: посты с геотегами и хэштегом #ЖенисьНаМне, а также публикации в Stories, в пабликах и прямые эфиры. Эта акция пришлась по вкусу и туристам, которые активно делились впечатлениями от увиденного в своих блогах и выходили в прямые эфиры по всему миру.

[u-tv.ru/shows/zhenis\\_na\\_mne](http://u-tv.ru/shows/zhenis_na_mne)



# **ЖЕНИСЬ НА МНЕ**

премьера реалити  
с **16 апреля** по будням  
**в 15:30**  
на телеканале



# Канал «Ю» (АО «ТВ сервис»)

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

«Мама дорогая!»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

телеканал



## О ПРОЕКТЕ:

В рамках продвижения реалити «Мама дорогая!» были созданы проморолики, цель которых - показать яркий и бескомпромиссный образ сильной женщины.

Задача проекта - привлечь внимание к теще, как к суперженщине, которая умеет всё и готова на многое, особенно ради счастья своей семьи. Это женщина, которая прошла огонь и воду, не боится выглядеть смешно, она такая, какая есть.

Программа «Мама дорогая!» уже успела завоевать популярность. Каждый выпуск смотрят в среднем 400 тыс. женщин. Источник: Mediascope, проект TV Index, Россия (города 100 тыс.+), 2018 г., Ж 4+, AvRch(000)



[u-tv.ru/shows/mama-dorogaya/](http://u-tv.ru/shows/mama-dorogaya/)



# Канал «Ю» (АО «ТВ сервис»)

## О ПРОЕКТЕ:

Героини проекта «Сборная жен. Футболисты» впервые рассказали на всю страну, что даже за спиной известного спортсмена женщина может быть не менее успешной, с активной жизненной позицией. Канал «Ю» получил много положительных отзывов в соцсетях. Больше средств массовой информации стало освещать затронутую тему.

Программу посмотрело 2,5 миллиона российских женщин. Источник: Mediascore, проект TV Index, Россия (города 100 тыс.+), 2018 г., Ж 4+, Rch(000).



[u-tv.ru/shows/sbornaya-zhen-futbolisty/](http://u-tv.ru/shows/sbornaya-zhen-futbolisty/)

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

«Сборная жен.  
Футболисты»

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



# Екатерина Гордон, юридическая компания «Гордон и сыновья»

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Гласность как форма защиты!

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

В 2018 году перед нами была поставлена задача – наладить работу ключевых СМИ и юристов с целью защиты прав наших клиентов, преимущественно женщин. Опытным путем мы доказали, что гласность действительно является формой защиты! В течение года мы организовали помощь и спродюсировали медиа-освещение в ведущих СМИ истории наших клиентов, вследствие чего были получены положительные судебные решения и освещены в СМИ сложные коррупционные и конфликтные ситуации.

Также результатом проекта стало открытие нашего собственного информационного портала, на котором мы публикуем эксклюзив нашей юридической компании. Мы доказали на деле, что гласность действительно является формой защиты. Безопасность женщины в России и результативность правовой работы вышли на новый уровень благодаря нашему проекту – гласность как форма защиты!

[gordonsons.ru](http://gordonsons.ru)

The screenshot displays the website interface for 'Гордон и сыновья'. At the top, there is a red navigation bar with the company logo on the left and menu items 'О КОМПАНИИ', 'УСЛУГИ', 'НОВОСТИ', and 'СМИ' in the center. On the right side of the bar are search and menu icons. Below the navigation bar, there is a row of social media icons and a phone number '8 (999) 800-04-04'. The main content area features a large video player on the left with a woman's face in the background and the text 'Гласность как форма защиты!'. To the right of the video player is a vertical list of video thumbnails with titles and dates. The video player shows a timestamp of '06.11.2018' and zero comments or views. The video list includes items such as 'Гласность как форма защиты!', 'Украденные квартиры детей-сирот', 'Сенсация! Крах Урбан Групп: кто виноват?', 'Дело: убийство в Тулесе', 'На мужа Елены Летучей подает в суд за неуплату алиментов', 'Кадиллак – убийца?', 'Опасно, Бреус!', and 'Блогеры против Бузовой: судьба пропавших миллионов?'.

# Холдинг RAMBLER GROUP

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Интернет-журнал  
WMJ.ru

## О ПРОЕКТЕ:

WMJ.ru – гляцевый интернет-журнал для стильных и активных молодых девушек, которые хотят быть в тренде. Эксклюзивные интервью и видео со звездами, репортажи с красных дорожек, отчеты с Недель моды, fashion- и beauty-подборки, тесты, гороскопы, материалы о сексе, отношениях, карьере, путешествиях – мы уже собрали для вас самое модное и полезное на нашем сайте!

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



wmj.ru







*Категория*  
**БЕЗОПАСНОСТЬ**

# Woman's rights watch

---

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

Женщины Вправе или  
Woman.rights.watch

## ЛОГОТИП КОМПАНИИ:



## О ПРОЕКТЕ:

Проект направлен на оказание квалифицированной юридической помощи женщинам и детям в семейных спорах. Задачи проекта: Комплексная поддержка (включая юридическое, психологическое и финансовое консультирование) женщины в семейном споре и обеспечение психологически комфортных условий его разрешения. Сокращение пути от проблемы к реальной помощи. Обеспечение доступности и понятности правовой помощи при решении семейных конфликтов.

Цели проекта: Повышение юридической грамотности среди женщин. Формирование у женщины привычки обращаться к адвокату и консультироваться с ним в превентивных целях как условие реализации юридической безопасности и защищенности женщины внутри семьи еще тогда, когда возникновение проблемы можно предотвратить. Пропаганда мирного решения семейного конфликта в правовом поле, не прибегая к судебным процедурам. Результаты проекта: Мы делаем правовую помощь доступной для любой женщины независимо от ее материального положения. Сотни женщин ежедневно получают полезную информацию о своих правах из наших образовательных статей на сайте в разделе правовые новости и в блоге в Instagram @woman.rights.watch, через который любая женщина может также получить консультацию по насущному для нее вопросу pro bono.

*Сооснователи проекта: Ольга Волкова и Виктория Дергунова  
women-rights.com*









*Категория*  
АРХИТЕКТУРА, УРБАНИСТИКА  
И ДИЗАЙН

# WALL

## Архитектурное бюро

---

### НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА:

АРХангелы

### ЛОГОТИП КОМПАНИИ:

**WALL**

### О ПРОЕКТЕ:

Бюро WALL основано в январе 2014 года в Москве архитекторами Рубеном Аракелянном (кандидат архитектуры, член СМА, преподаватель МАрхИ и МАРШ, номинант на премию президента РФ в области науки и инноваций, лауреат международных и российских конкурсов) и Айком Навасардяном (скульптор, член СМА, лауреат международных и российских конкурсов).

Ключевые проекты: объект ТПУ Павелецкая, жк СИМВОЛ и ZILART для компаний ДОНСТРОЙ и LSR Group, павильоны на территории ВДНХ, зона ЭКСПО с архбюро SPEECH, ТПУ Новопесчаная, дома на Хорошевском Шоссе для компании RDI, кампус МГУТУ, территория Архангельское, ТПУ в Марселе совместно с DELLIVERS&ASSOCIES, проект винодельни в Армении.

Номинации бюро: Первая российская молодежная архитектурная биеннале 2017, АРХНОВАЦИЯ 2017, Золотое сечение 2017, АРХ Москва 2015-2017, Московская Архитектурная Биеннале 2014, 2016.

*facebook.com/architects.WALL*



# Партнеры

---



при поддержке



партнер



Генеральный партнер.  
Спонсор блока: «Архитектура,  
урбанистика и дизайн»



партнер



при поддержке



партнер

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ



ПАРТНЕРЫ СЕКЦИЙ



ПАРТНЕРЫ АРХИТЕКТУРНОГО БЛОКА



ПАРТНЕРЫ МЕРОПРИЯТИЯ





УЧАСТНИКИ



**АДРЕС ОФИСА:**

info@socprof.ru +7 (495) 646 56 56  
Ленинская слобода, 26, МОСКВА, 115280,  
Бизнес-центр "Омега-2"

 <http://womanwm.ru>

 [womanwm.ru](https://www.instagram.com/womanwm.ru)