БДВО

# Информационно издание на БДВО

# Стартира Mtel PR Challenge 2015

**За мобилно устройство, възможност за участие в организацията на 20-годишнината на Мтел и реализация на проекта, с който кандидатстват, ще се състезават студентите, участници в петото издание на**

**Mtel PR Challenge 2015**

За пета поредна година БДВО съвместно с Мтел ще дадат възможност на студентите в комуникационни професии да покажат своите възможности, състезавайки се по реален проект, зададен от телекомуникационната компания. Заданието, по което студентите ще имат месец за подготовка, е под надслов „20 години Мтел“, като участниците в конкурса ще трябва да разработят две концепции за отбелязването на годишнината – едната е предназначена за вътрешни публики, а другата – за външни.

Журирането ще се проведе на два етапа, като на първия специалистите от Мтел ще се запознаят с проектите и ще класират най-добрите за открита защита, която ще се проведе на 27 април 2015 г. в Огледалната зала в Северното крило на Ректората на СУ „Св. Климент Охридски“ . Желаещите да проверят своите възможности и да спечелят предоставената награда – мобилно устройство и възможност за участие в организацията на 20-годишнината на телекома, както и за евентуална реализация на спечелилия проект, следва да изпратят своите разработки по зададената тема не по-късно от 22 април на електронен адрес: office@bdvo.org

Освен проекта, кандидатите следва да изпратят контактна информация, информация за университета, специалността и курса на обучение, в който са, като и заявка за участие в конкурса, която можете да изтеглите от тук:

Заявка за участие в Mtel PR Challenge Contest 2015

Студентите, които кандидатстват в конкурса, следва да са завършили минимум трети курс от своето обучение по специалност Връзки с обществеността или друга комуникационна специалност или да следват магистърска програма.

Заданието на Мтел можете да намерите тук:

Mtel PR Challenge 2015 – задание

**Продължава на стр. 3**

## Проект: 20 години Мтел

**Тема:**
На 15 септември 2015 г. Мтел ще отбележи 20-ата годишнина от търговския старт на компанията.

**Цели:**
- ✓ Да популяризираме 20 годишнината на компанията.
- ✓ Да направим празника специален за всички целеви аудитории; да ги вдъхновим и ангажираме към събитието.
- ✓ Да утвърдим положителния имидж на компанията, като доказан лидер на телекомуникационния пазар.

**Аудитории:**
- ✓ Вътрешни публики:
- •около 3000 служители на компанията
- •70% от София и 30% от страната
- •средна възраст – 33 години

- ✓ Външни публики:
- •индивидуални и бизнес клиенти
- •представители на бизнеса, медиите, институциите и др.

**Продължителност на кампанията:** Август – октомври 2015г.

**Продължава на стр. 4**

# Предизвикателството: PR кампания

## Вашата задача:

- ✓ Да разработите две отделни концепции - за външните и вътрешните публики.
- ✓ Да представите идеите си по интересен и креативен начин.

## Външни комуникации

**Какво очакваме от вас?**

-Концепция за цялостна PR кампания с различни активности, с които да благодарите на настоящите клиенти и партньори на компанията и да привлечете нови.

-Предложение за текст на съобщение до медиите относно отбелязването на годишнината.

-Презентация на горните две в избран от вас формат (слайдшоу, видео клип, Prezi и др.), която да представя идеите ви ясно и с конкретни примери .

**Имайте предвид, че:**

-Бюджетът за кампанията не предвижда телевизионни реклами.

## Вътрешни комуникации

**Какво очакваме от вас?**

-Концепция за цялостна вътрешна PR кампания с различни активности, с които да подобрите екипния дух на служителите и да им благодарите за приноса през тези 20 години.

-Предложение за текст на имейл до служителите на Мтел с обявяване на активностите и покана да участват.

-Презентация на горните две в избран от вас формат (слайдшоу, видео клип, Prezi и др.), която да представя идеите ви ясно и с конкретни примери.

**Имайте предвид, че:**

-Всички възможни вътрешни комуникационни канали са на ваше разположение.

# Боряна Кирилова – член на журито на PR приз 2015

Боряна Кирилова е мениджър комуникации в Български дарителски форум (БДФ). Осъществява и поддържа комуникациите с дарителските фондации и компании – членове на Форума и се грижи за публичния образ на организацията пред медиите и институциите в опит да прави по-достъпни и интересни за максимално широка аудитория различните аспекти на филантропията. Преди работата си в Български дарителски форум е била журналист – във вестник „Капитал“ и в Българското национално радио и автор на свободна практика в редица други издания („Една седмица в София", „Капитал Лайт", списанията HER, MAX и др.).

**Какво е важното за теб в професията?**

Работя в Български дарителски форум вече 8 години и все още, след толкова време, ми харесва усещането, че всеки ден е различен и ме среща с хора, които правят неща със страст. Наскоро, например, дойде един човек – пенсионер, който беше посветил години наред ходене из институции, за да направи възможно отчисляването директно от пенсията му на малка месечна сума в подкрепа на Фонда за лечение на деца, следобяда пък – дойдоха хората от CSR отдела на голяма компания – TELUS International, които търсеха кауза, подходяща за доброволчески труд на целия им състав – близо 800 души, за района на София. Разказваха суперинтересни неща за корпоративната социална отговорност на компанията им в Гватемала и бяха страшно запалени да направят корпоративна фондация. И пак в рамките на деня, една дама, вече създала с наша подкрепа фондация за образователна подкрепа на деца от институции, се обади, за да се похвали с това, че първите мартеници на фондацията са се продали много успешно и това е и първото им по-сериозно финансово постъпление и беше много щастлива.

**Продължава на стр. 6**

Специално разказвам така подробно в детайли, защото си давам сметка че имам изключителния шанс да работя в сфера, в която хората влизат силно емоционално и имат желание да правят жестове, които дори и минимално, променят живота около нас. Имат и вярата, че нещата могат да зависят от тях самите. Това е много ценно и все още е рядкост.
Иначе и по-генерално – БДФ е мрежа на дарители – компании и фондации, които имат последователни CSR политики и инвестират средства, стоки и усилия в различни каузи. Поддържат програми и проекти, насочени към образование, здравеопазване, екология, човешки права и т.н и така променят средата, в която живеем.
Важното за мен е, че в работата ми има кауза и срещам хора, които държат да правят нещата, които ги вълнува, а това носи полза за други хора и организации. Научих се и на търпение, което преди това, в журналистиката, ми липсваше – тук резултатите се виждат бавно, ако си мнооого търпелив, и с времето. Но пък е особено удоволствие

**Какво правиш в момента?**

Целият ни екип и аз в това число, сме буквално „погълнати“ от новата система на DMS – Единен дарителски номер 17 777. Сигурно знаете, това е платформа за набиране на sms-и за хора, които имат нужда от лечение и за каузи и кампании и организации.

Съвсем наскоро тя стартира с нови възможности за дарение – можеш да дариш с sms абонамент и онлайн за кауза, която разпознаваш като твоя. Зад това на пръв поглед елементарно обяснение обаче стои близо 6 месечен труд и сега – и усилията да популяризираме системата. Идеята й е да дава възможност на хора и организации да набират средства – повече и по-лесно, и се надяваме новите механизми да помагат едновременно на дарителите, а и на тези, които търсят средства и съмишленици. Така че – ето, възползвам се и тук да кажа, ако искате лесен и удобен начин да дарите - можете да потърсиш кауза на dmsbg.com.
Наред с това обявихме един фотографски конкурс „Благотворителността през обектива“, чиято цел е да провокира любители – фотографи и професионалисти да търсят и снимат различните лица на филантропията, така както те ги виждат. Сега популяризираме и конкурса.
Правим и сайт на един от най-сериозните ни проекти - Енциклопедия Дарителството в България. Преди три години издадохме заедно с Американска фондация за България 3 тома истории на български дарители от 1878 до 1951 година - впечатляващи личности, които са виждали особен личен смисъл в това да даряват парите и имущество си за обществени цели, включително при загуба на близки хора са основавали фонд на тяхно име, с идеята едновременно да оставят спомен в поколенията и да подкрепят обществото в едни трудни в исторически план за нас години.

**Продължава на стр. 7**

Впечатлява ме особено това как са успявали да превръщат личната си загуба в общественозначим жест и са вярвали, че това носи смисъл! Скоро ще сме готови и със сайта на Енциклопедията и всички тези истории на дарители ще могат по-лесно да стигат до още по-голяма аудитория.
Правя и поне още 10 други различни неща, за които ще ми отнеме поне още час да разказвам. Работата ни е силно екипна и когато ме питаш, какво правя, винаги се изкушавам да говоря във 2л. Мн.ч., защото без колегите си моята работа няма особен размах и смисъл.

**Какво мислиш за развитието и перспективите на професията?**

Аз си признавам честно, че не се преживявам като професионален ПР. Завършила съм българска филология, после дълги години се занимавах с журналистика. От 8 години поддържам комуникаците на БДФ и се стремя да правя каузата на дарителството и различни нейни аспекти максимално разбираема и по-популярна за широк кръг хора – медии, институции, бизнес, индивидуални дарители.
Мисля че в ПР е важно това, което важи за всяка една комуникация – да знаеш какво послание искаш да отправиш, да знаеш кои са хората и групите, до които целиш то да достигне, да си избрал добрите и верни средства за това, да си честен в думите си – за нашата сфера това важи с особена сила, защото дарителството е най-вече споделяне на ценности и намиране на съмишленици, и в по-малка степен – даряване на пари, труд и усилия. Вярвам в баланса на формата и съдържанието и се опитвам да не пренебрегвам съдържанието заради формата, колкото и тя да продава.

Всички влизаме в капана на клишетата, но ако специално ги разпознаваме и се стремим да ги избягваме, това също помага. Особено вярвам в силата и смисъла на думите, за мен изричането им е равнозначно на действие. В този смисъл виждам перспективите на тази професия – PR и комуникации, защото тя, в добрите й стандарти и спазването на етиката, изпитва респект към думите и вярва, че те имат особена сила да въздействат и променят – мисли, състояния, емоции, посоки...
Ценя усилията на колегите от бранша да държат на структуриране и поддържане на правила в него, на спазването на етичните принципи и да имат все по-високи изисквания към собствените си професионални стандарти.

**А за ПР приз?**

Виждам го като възможност силни и професионални кампании да намират "сцена",на която се състезават и да имат публика и жури, която да ги види и оцени. Вие вече имате 15 годишна история и всяка следваща година конкуренцията между проектите става все по-сериозна. Това амбицира агенциите и компаниите да участват с все по-добри проекти и стратегии за популяризирането им, а същевременно налага и по-високи стандарти, които да спазваме всички ние, ангажирани, пряко или не, с професията.
Всяко подобно състезание, което вече има история и което дава пространство за представяне на смислени и добри проекти и идеи, има смисъл да продължава.

## Важни дати в конкурса

| | |
|---|---|
| Приемане на проектите | **01 февруари – 17-ти април 2015 г.** |
| Журиране по първите три критерии за оценяване | **27 април – 15 май 2015 г.** |
| **16 и 17 май 2015 г.** | Публично представяне на кампаниите пред журито. Кандидатите ще бъдат уведомени по мейл за часа и мястото на презентиране, не по-късно от 13 май 2015 г., сряда. |
| **20 май 2015 г., в София.** | Церемония по награждаване |

# ПРОФ. Д-Р ЛЮБОМИР СТОЙКОВ ЗАЩИТИ ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЯ НА ТЕМА “МОДАТА КАТО КУЛТУРА И КОМУНИКАЦИЯ”

На 26.03.2015 г. се проведе публична защита за придобиване на научна степен “Доктор на науките”, в която проф. д-р Любомир Стойков защити дисертационен труд на тема “Модата като култура и комуникации”.

Авторитетно научно жури в състав проф. д-р Петко Тодоров, проф. д.изк. Чавдар Попов, проф. д-р Маргарита Пешева – рецензенти на научната разработка, както и проф. д.ик.н. Никола Великов, проф. д-р Таня Парушева, проф. д-р Майа Богданова и доц. д-р Биляна Томова, даде висока оценка на предложената разработка като акцентира върху новаторския й подход, научните и научно-приложни приноси и единодушно реши на проф. д-р Любомир Стойков да бъде присъдена научна степен „доктор на науките” по научна специалност: “Организация и управление извън сферата на материалното производство” /култура, мода, комуникации/.

**Продължава на стр. 10**

Проф. д-р Любомир Стойков е дългогодишен преподавател по връзки с обществеността, мода, журналистика, имиджмейкинг и масови комуникации в УНСС, СУ "Св. Климент Охридски" и Националната художествена академия.

Автор е на множество публикации, монографии и книги в тези области, основател и почетен председател е на Българската академична асоциация за комуникации, няколкократен участник е в журито на PR приз, носител на специална награда на Българско дружество за връзки с обществеността за принос в развитието на PR Професията в България, връчена му по време на церемонията за обявяване на победителите в конкурса PR приз 2014, която се проведе на 26.06.2014 г. в София.

Авторефератът на дисертацията, рецензиите и становищата на членовете на комисията можете да видите на сайта на УНСС - http://konkursi.unwe.bg/?m=3&p=5

БДВО поставя началото на своя **нова инициатива в подкрепа на каузи**. На страницата на организацията и в бюлетина „PRактики" създаваме специална рубрика, в която да публикуваме информация за каузи в частна или обществена полза, които търсят подкрепа, независимо дали става дума за форми на доброволчество, гражданско или експретното участие, набиране на средства или други видове дарения.

В **новата рубрика „PRедай на PRиятел"** ще дадем възможност на всички нуждаещи се да получат своето място за изява и ще стимулираме процеса на разпространяване на информацията за провеждащите се кампании по всички канали на БДВО.

Новата ни инициатива е част от нашата програма за социална отговорност, която включва доброволна работа по значими обществени проекти, подкрепа за събития в полза на обществото като журанлистическите награди „Валя Крушкина" и проактивна работа за налагане на етични практики в публичните комуникации.

Първата кампания, която ще представим в рубриката „PRедай на PRиятел" е изложбата с кауза "No Man Is An Island - фотографии от острови" на любителя фотограф Дарин Русев. Всички средства от продажбата на снимките от изложбата и на албума на фотографа Александър Иванов "Пирин - вълшебната планина" се събират в полза на Наталия Маева, която страда от рядкото и тежко заболяване пулмонална хипертония. На Наталия й предстои двустранна белодробна трансплантация и следтрансплантационен период, за който всъщност са необходими средствата.

**Продължава на стр. 12**

Изложбата е организирана с безценното съдействие на **Евгени Димитров, собственик на Булфото, Йоана Велева, основател на +това, Боряна Вълева,** дизайнер, **Богдан Метев,** печат и екипът на **CIVITAS България.**

**Изложбата с кауза "No Man Is An Island - фотографии от острови" ще бъде в +това от 2 до 16 април 2015 г.**

Повече информация за изложбата е достъпна на www.facebook.com/helpnati

Повече информация за Наталия Маева и кампанията има на http://help-natalia.com

**Дарителските сметки*** за набиране на средства са:
**Уникредит Булбанк АД/ Unicredit Bulbank**
**BGN – BG97UNCR7000 1522 0893 44**
**EUR – BG43UNCR7000 1522 0893 46**
**BIC(SWIFT) – UNCRBGSF**

**Титуляр: Наталия Стефанова Маева/ Holder: Natalia Stefanova Maeva**

***Сметките са освободени от такси. Хората и фирмите (дарители) могат да се ползват с данъчни облекчения съгласно чл. 22 от Закона за данъците върху доходите на физическите лица и чл. 31 от Закона за корпоративното подоходно облагане.**

# СТАРТИРА КОНКУРСЪТ CFO НА ГОДИНАТА 2015
# НИКОЛАЙ ГЪРНЕВ, УПРАВЛЯВАЩ СЪДРУЖНИК НА EY ЗА БЪЛГАРИЯ И МАКЕДОНИЯ

**Г-н Гърнев, от кога се провежда конкурсът CFO of the Year (Главен финансов директор на годината) и каква е неговата цел?**

- Създадохме конкурса за наградата CFO на годината с желанието да дадем повече популярност на професията на финансовите директори и да отличим приноса им за развитие на компаниите и екипите, с които работят. Финансовите директори не винаги получават необходимото разбиране за значението на тяхната работа и за влиянието, което имат за развитието на фирмите, индустрията и икономиката изобщо. Ние искаме това да се промени. Финансовите директори заслужават да бъдат отличавани за тяхната работа, а добрите практики, които те утвърждават, трябва да бъдат споделяни, дискутирани и възприемани от общността. Важно да говорим за добрите примери. Така се създава професионална култура, дава се пример на младите колеги и в професията се развиват норми и стандарти. Това е полезно за развитието на професионалистите, а още повече е полезно за развитие на нивото и културата на бизнеса и изобщо на средата, в която работим.

Миналата година организирахме наградите за първи път и колегите финансови директори оцениха нашата инициатива като добра и полезна за всички. Тази година предстои второто издание на конкурса.

**Продължава на стр. 14**

**2. Какъв е процесът на кандидатстване?**

- В началото на март стартираме процеса на номиниране на кандидатите. Финансовите директори могат сами да подадат своята кандидатура или да бъдат номинирани от свои колеги или управителните органи на съответната компания, като представят своите постижения през годината. Номинациите ще приемаме от началото на март до месец май, когато независимо жури ще направи оценката на кандидатурите. Победителят ще бъде обявен през юни по време на традиционния вече CFO Форум.

**3. Има ли ограничения за участие?**

- Изискване на конкурса е кандидатите да бъдат CFO или да заемат еквивалентна длъжност в публична или частна организация. Също така, те трябва да са на съответната позиция от минимум една година. По този начин журито може да проследи промените, реформите и цялостния принос на финансовия директор към резултатите на компанията.

**4. Какви са критериите, на базата на които определяте победителите?**

- Разработили сме няколко категории, в които ще приемаме номинации: стратегия за развитие на финансовата функция, ликвидност и риск, планиране и бюджетиране, контрол и отчетност.

За всяка категория следим различни показатели. Ще дам следния пример с категорията планиране и бюджетиране. Планирането и бюджетирането е една от най-традиционните задачи на финансовите директори. Но тя е свързана с определянето на начина, по който бизнесът може да постигне своите стратегически цели и задачи. Компанията изготвя финансов план веднага след определянето на нейната визия и цели. Той описва всяка една от дейностите, ресурсите, оборудването и материалите, които са необходими за постигането на тези цели, както и обвързването им със съответните срокове. Така през традиционния план на необходимите ресурси ние търсим оценката на бизнес средата, потвърждение на бизнес визията и целите, идентифициране на всякакви рискове и проблеми, свързани с определения бюджет.

**5. Има ли България изградена култура в областта на корпоративните финанси? Какво може да се направи, за да се подобри тази култура?**

- Култура има, но тя търпи развитие. Важно е общността на професионалистите от финансовата професия да следват етични норми и самата общност да не търпи компромис по повод неспазването на тези етични норми. Важно е да говорим за добрите примери, да утвърждаваме добрите модели на работа и да насърчаваме развитието на професионализма в екипите си.

**Източник:** списание Forbes

**Защо Вие като ПР специалист да номинирате свой колега финансов директор в конкурса CFO НА ГОДИНАТА 2015?**

***Имидж***

Участието в конкурса за наградата CFO на годината носи имидж както за самия кандидат, така и за компанията, за която той работи.

**Признание**

Защото Вие най-добре разбирате колко е важно добрите професионалисти в организацията да получават заслужено признание за усилията си, а добрите управленски практики, които утвърждавате в компанията, да бъдат споделяни и дискутирани.

***Лидерство***

Споделянето на добри практики помага за създаването на професионална култура, дава пример на младите колеги и опосредства развитието на културата на бизнеса и средата, в която работим. Компаниите, които участват с финансовия си директор демонстрират своето лидерство и високо ниво на професионализъм.

Номинационна бланка, както и условията за участие в CFO наградите може да намерите тук

# Фондация Лале връчи за 10-ти път наградите “Проект на годината”

На 23 март 2015 г., в Камерна зала България в София се проведе церемонията по обявяване на носителите на “Проект на годината 2014” на Фондация Лале. Това бе десетото издание на конкурса, който отличава успешни проекти в неправителствения сектор. Както всяка година номинираните разнообразни проекти от цялата страна бяха оценени по критерии: резултати; устойчивост на дейностите във времето; финансова ефективност; участие на целевите групи и местната общност; новаторство и приложимост на идеята в други населени места.

Отговорната работа по оценка на проектите и определяне на победителите имаше жури в състав: Виолина Маринова, Председател на УС и главен изпълнителен директор на Банка ДСК; Никола Добрев, Главен изпълнителен директор на КЦМ 2000 АД; Н. Пр. Г-жа Аник Ван Калстър, Посланик на Кралство Белгия в България; Севда Шишманова, Програмен Директор на Българска Национална Телевизия, Георги Господинов, писател и Кирил Домусчиев, председател на КРИБ.

Отличените проекти получиха традиционно специално изработени от проф. Георги Чапкънов, а церемонията се проведе с медийното партньорство на Българска Национална Телевизия, вестник Капитал и Информационен портал на неправителствените организации в България ngobg.info - партньор на БДВО.

Първият победител бе представен от Севда Шишманова и Никола Добрев - проект „Спиране на процеса на маргинализация на ромите в гр. Кюстендил чрез създаване на модел за развитие на общността” на Ноу-хау център за алтернативни грижи за деца към НБУ.

**Продължава на стр. 17**

Виолина Маринова и Георги Господинов обявиха втория носител на награда – проектът на Сдружение „Еквилибриум" Русе „Подобряване на качеството на социалните услуги чрез активна политика за фондонабиране, участие на общността и изграждане на публичен имидж".

Н. Пр. Аник Ван Калстър и Кирил Домусчиев връчиха наградата на третия победител в конкурса - Национална кампания „Да бъдеш Баща" на Асоциация Родители и партньори.

Конкурсът Проект на Годината 2014 беше обявен в края на миналата година за десета поредна година и е провокиран от множеството добри проекти, реализирани всяка година в цялата страна. Всеки един проект е дело на мотивирани хора, вложили много от себе си за успешното му изпълнение.

До 12 февруари 2015 бяха номинирани 30 разнообразни проекта от цялата страна. Дванадесет от тях се изпълняват в малки градове и села, осем са реализирани в големи градове, пет – в столицата. Три проекта се изпълняват в няколко населени места, два са с национално покритие, а два – с международно участие. Проектите са представени от граждански организации и партньори, финансиращи организации, членове на екипа, доброволци и граждани, участвали в дейностите.

Проект на годината е ежегоден конкурс за граждански организации, които през настоящата година са изпълнявали проект за подобряване на условията, възможностите и качеството на живот на хората или на общността в дадено населено място, без разлика на размера и източника на финансирането, мястото на реализация, типа на дейностите или хората, които те обслужват.

Повече информация за конкурса и историята му, можете да намерите тук.

## Мануела Дюлгерова – Тотева пред портала NGOBG.INFO

**За дарителството, корпоративната социална отговорност и работата с неправителствения сектор, като философия и практика в Аурубис България**

За да бъде отговорен един бизнес, преди да започне да работи в полза на общността, трябва да работи в полза на служителите си. В „Аурубис България" те са 800 души, като почти всички са местни жители", разказва Мануела Дюлгерова-Тотева, мениджър „Комуникациии".

„Аурубис България" работи много добре с неправителствения сектор и на местно, и на национално ниво. Виждаме как организациите в него се развиват и израстват.Съдя и по проектите, по които работим съвместно с тях. Има изключително интересни идеи!", разказва още дамата.

Екипът на компанията работи постоянно с община Пирдоп и община Златица по Партньорска програма за развитие на региона, тъй като заводът се намира между двете населени места. Всяка година компанията дарява на всяка от общините по 230 000 лв. Представители на общинските ръководства и компанията разглеждат приоритетите за предстоящата финансова година, след което набелязаните проекти отиват на второ четене – от вътрешния CSR комитет на „Аурубис България". Той се състои от около 20 служители от региона, които най-добре знаят какви са нуждите на общността. След като предложенията бъдат обсъдени, идва решението на ръководството кои от избраните проекти да бъдат финансирани. Средствата се разпределят най-често между 5-6 организации, сред които са читалища, спортни клубове, ансамбли, училища, медицински центрове и др. „В нашия край има дефицит на малки, местни НПО, но това означава, че има свободна ниша, която може да се развива", обяснява Мануела.

**Продължава на стр. 19**

„Аурубис България" развива политиката си на социално отговорна компания предимно на местно ниво. Пример за приноса й в национални каузи е партньорството и спонсорирането (за втора поредна година) на „SOS детски селища-България" в Балканския велосипеден тур на Даниел Миленов и Люпчо Кръстев. Двамата младежи, израснали в SOS къщи, решават да посетят децата от няколко SOS селища, за да ги мотивират и да ми покажат, че могат да успеят в живота. През 2014 г. момчетата са пропътували 1700 км в шест балкански държави. Велосипедният тур тази година ще бъде през май, а маршрутът ще обхване държави от цяла Европа, тръгвайки от България с финал в Австрия.

Вече трета година компанията подкрепя и 7 учители на фондация „Заедно в час", които преподават в Пирдоп и Златица. „В края на всяка година виждаме промяна в резултатите на учениците. Тези учители не са професионални педагози, а практици в други области и имат много различен стил на преподаване. В началото регистрирахме лек спад в успеха заради завишените изисквания и новия подход, но сега резултатите са страхотни! Децата са по-добре подготвени за това, което ги очаква в живота", обяснява Мануела.

"Аурубис България" помага и на едно социално предприятие да отвори врати, като подарява машина за производство на еко хартиени торбички и чашки на хора с двигателни и зрителни увреждания. „Те ходят на работа с желание, чувстват се полезни, получават доходи и резултатът е видим. Вече дори големи търговски вериги започнаха да поръчват от тях", разказва с усмивка Мануела.

Компанията подкрепя финансово всички спортни клубове в Златица и Пирдоп. Голямата гордост на региона е клубът по борба в Златица, който се слави като най-добрият в България и който събира стотици фенове на спорта по време на националното първенство в града. Сред спортните таланти, зад които „Аурубис България" гордо застава, са световният ни шампион по плувен маратон Петър Стойчев, както и лекоатлетката Диляна Минкина от Пирдоп, най-добрата на национално ниво в юношеска категория. Младежката школа на „Лудогорец" и нейните бъдещи футболни таланти за втора година също ще получи финансова подкрепа, така че да отхвърли грижите и да размаха свободно криле за един орлов полет.

Всяка година компанията получава над 300 молби за дарения, най-често от НПО. „Изборът често е труден. Допитваме се за съвети до Българския дарителски форум и Фондация „Помощ за благотворителността в България", тъй като те разполагат с нужния капацитет и знание за гражданския сектор", разказва Мануела.

Доброволчеството е сфера, в която екипът на „Аурубис България" тепърва започва да се развива. Поради естеството на работа в металургичното производство влиянието върху природата е неизбежно. И ръководството, и служителите на компанията са наясно с това и активно

**Продължава на стр. 20**

се включват в зелени проекти като залесяване на гори и почистване на водни басейни в района. В акцията по почистване на бреговата линия на язовир Душанци миналата година например са се включили не само служители на компанията, но и деца от еко клубовете в училищата от региона. „Подобни инициативи в металургичната индустрия се организират по-рядко, тъй като не сме офисна компания и при нас процесът на производство е непрекъснат. Но когато ги има, колегите с охота и мотивация се включват и допринасят за опазване на природните ресурси", коментира Мануела. Тя споделя, че не липсват реакции от еко активисти. „Ние винаги сме отворени за въпроси и комуникация, но не влизаме в диалог при неаргументирани нападки. Често ни канят като пример за добра практика на различни събития и това ни кара да мислим, че CSR политиката ни е наистина успешна. Нашата компания е в позицията на истински дарител, което се разпознава и от неправителствения сектор", обяснява Мануела.

**Съвети**

*„Стремим се винаги да отговаряме на молбите за помощ, но в някои от тях няма конкретика. Изречението „Бихме искали да бъдем подпомогнати" не дава никаква информация – каква е каузата, какви са сроковете, какъв е обхватът, има ли други източници на финансиране? Подобна молба трудно би могла да бъде взета под внимание. Когато структурирате искането си, спазвайте зададените параметри. Молбата трябва да изглежда като един кратък бизнес план, който включва цифри и срокове", обяснява Мануела и добавя: „За нас е важна устойчивостта на проекта. Ние не се захващаме с дадена дейност спорадично и еднократно. Затова е важно да планирате проектите си на годишна база. Много е трудно за големите компании да разгледат предложение, което идва в средата на годината. Корпоративните структури не са особено гъвкави в това отношение, защото трябва да планират бюджета си на годишна база, да се мине през няколко нива на одобрение и т.н.", съветва тя и обръща внимание на правилния избор на партньори: „Освен от корпоративния сектор, опитвайте да търсите и други източници за финансиране. Една корпорация може да подпомогне вашата дейност, но не и да се позиционира като основен ваш донор".*

Целият материал можете да намерите на страниците на портала ngobg.info – партньор на БДВО.

A message from The Smarts' 3rd floor. Experience is an advantage. Talent is a must. Send your CV and portfolio to job@thesmarts.eu

## Създаване и реализация на ПР кампании

**Кога:** 31 март – 24 април 2015 г. в дните вторник и петък 18.30 – 20.30 ч.

**Лектор:** Ани Алашка
Организациите днес повече отвсякога имат нужда от професионалисти с опит в публичните комуникации, които да управляват с разбиране всяко послание и да подкрепят бизнес стратегията с PR програми, които добавят стойност. Ако искате да разберете природата на PR и да използвате
силата на ефективните комуникации, този курс е за вас.

## Ефективна работа с медии

**Кога:** 28 март 2015 - 29 март 2015 от 10:00ч.

**Лектор:** Росен Бъчваров
Курсът "Ефективна работа с медии" е базиран на теорията и практиката в областта на публичните комуникации, като дава основните знания за това как да бъдат организирани контактите с медиите и медийната политика. Представя основните принципи на функциониране на медиите в страната, като гради практически умения за взаимодействие с журналистите, включително организирането на успешни телевизионни, радио и интервюта за пресата. Съществен акцент в курса е умението за създаване на запомнящи се послания, както и тактиките за успешно справяне с най-често прилаганите журналистически хватки.

## Проучване за ПР в Европа European Communication Monitor

Стартира тазгодишното проучване за ПР в Европа European Communication Monitor, провеждано от екип от EUPRERA и EACD. От името на БДВО бихме искали да ви поканим да се включите в него, като попълните въпросника тук: http://www.communicationmonitor.eu/

Участието на повече ПР специалисти от страната ни ще осигури по-голяма представителност в крайните резултати, което ще способства за по-пълна картина а особеностите и тенденциите в професията на европейско ниво.

Повече информация за проучването може да видите тук.

**Редакционен екип на броя:**

**Асен Асенов**
**Десислава Василева**

**Очакваме вашите мнения, коментари и предложения за материали на координатите на редакцията:**

**Българско дружество за връзки с обществеността**

София 1574, ул. „Кирил Божиков“ 20
Тел: 02/ 495 85 82
Ел.поща: office@bdvo.org
www.bdvo.org

**С любезното съдействие на:** DEA SOLUTIONS, Idea Advertising & PR, BCNL, NGOBG.info, Postbank – Решения за твоето утре