



**УТВЕРЖДЕНО**

Руководитель управления  
по кадровому администрированию  
Федоришина Т.Т.

**ПОЛИТИКА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ, ВОЛОНТЕРСКОЙ И  
СПОНСОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «МАГНИТ»**

Краснодар

2022

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
2. Цели, принципы, направления, формы благотворительной и волонтерской деятельности.....	5
2.2. Цели .....	5
2.3. Ключевые принципы .....	5
2.4. Приоритетные направления.....	5
2.5. Целевые группы.....	5
2.7. Форма оказания благотворительной помощи.....	6
2.8. Форма оказания волонтерской помощи.....	6
2.9. Этапы оказания благотворительной и волонтерской помощи .....	6
2.10. Критерии оказания благотворительной и волонтерской помощи.....	7
2.11. Порядок рассмотрения обращений.....	7
2.12. Требования к благополучателю.....	8
3. Цель, принципы, направления, формы спонсорской деятельности.....	8
3.4. Ключевые принципы.....	8
3.5. Приоритетные направления.....	8
3.6. Целевые группы.....	9
3.7. Форма оказания спонсорской помощи.....	9
3.8. Этапы оказания спонсорской помощи.....	9
3.9. Критерии оказания спонсорской помощи.....	9
3.11. Порядок рассмотрения предложений.....	10
3.12. Требования к спонсируемому лицу.....	10
4. Грант.....	10
4.1. Цель.....	10
4.5. Критерии предоставления гранта.....	10
4.8. Требования к соискателю гранта.....	10
5. Отчетность.....	11
6. Обратная связь.....	11
7. Заключительные положения.....	11

### **Назначение и область применения:**

Настоящая Политика определяет ключевые принципы, приоритетные направления и формы деятельности Компании в области благотворительной, волонтерской и спонсорской деятельности.

Положения Политики распространяются на все компании группы ПАО «Магнит» и подлежат соблюдению всеми сотрудниками Компании при взаимодействии с заинтересованными сторонами, разработке внутренних нормативных документов, распространении информации, любых видах коммуникации по вопросам, составляющим предмет Политики.

### **Сокращения, основные понятия и термины:**

**Безвозмездные сделки** - любые сделки, в которых Компания принимает на себя обязательства предоставить что-либо другой стороне (в том числе, но не ограничиваясь, обязательства по перечислению денежных средств, предоставлению материальных ценностей, выполнению работ, предоставлению услуг, передаче прав) без получения от другой стороны равноценной платы или иного равноценного встречного предоставления.

**Благополучатель** - некоммерческая организация, физическое лицо, получающие благотворительную помощь или иное безвозмездное предоставление от Компании.

**Благотворительная деятельность** - добровольная деятельность Компании по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче некоммерческой организации, физическому лицу материальных ценностей, денежных средств, выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки.

**Благотворительная организация** - некоммерческая организация, осуществляющая деятельность в интересах общества или отдельных категорий лиц в соответствии с Федеральным законом от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)».

**Благотворительная помощь** - финансовая, организационная и иная помощь, оказываемая Компанией некоммерческой организации, физическому лицу путем бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передачи материальных ценностей, денежных средств, выполнения работ, оказания услуг, оказания иной поддержки или содействия.

**Бюджет** – предусмотренная в бюджете Компании статья расходов (годовой лимит) на оказание благотворительной, волонтерской, спонсорской помощи, грантирования на соответствующий год.

**Волонтер** - физическое лицо, участвующее в волонтерской деятельности, организованной Компанией, по собственному желанию, на добровольной основе, исходя из личного волеизъявления.

**Волонтерская деятельность** - добровольная деятельность Компании в форме организации мероприятий безвозмездного выполнения работ и (или) оказания услуг физическим и юридическим лицам в целях социальной поддержки и защиты.

**Волонтерская помощь** - добровольная помощь Компании в форме безвозмездного выполнения работ и (или) оказания услуг.

**Грант** - денежные средства и (или) материальные ценности, передаваемые безвозмездно физическому лицу и (или) юридическому лицу на условиях и в целях, предусмотренных Компанией.

**Имиджевые программы/проекты/акции** – мероприятия, направленные на формирование положительного социального имиджа (деловой репутации) Компании путем оказания благотворительной, волонтерской, спонсорской помощи.

**Инициатор/владелец бюджета** - сотрудник Компании/структурное подразделение Компании.

**Инициатор обращения** – юридическое или физическое лицо, направившее обращение об оказании благотворительной, волонтерской, спонсорской помощи.

**Комитет по этике и комплаенс** - коллегиальный орган Компании, не являющийся органом управления, основной задачей которого, в рамках настоящей Политики, является вынесение решений по исключительным вопросам оказания благотворительной, спонсорской, волонтерской помощи и грантирования.

**Компания, компания группы ПАО «Магнит»** – организации, входящие в группу компаний ПАО «Магнит».

**Некоммерческая организация** - юридическое лицо, не имеющее извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющее полученную прибыль между участниками.

**Нецелевое использование** - использование средств, полученных от Компании, в качестве благотворительной, спонсорской помощи, грантирования на цели, которые не соответствуют целям документа, являющегося правовым основанием их предоставления.

**Пожертвование** - дарение вещи или права в общеполезных целях юридическому лицу и (или) физическому лицу.

**Политика** - Политика благотворительной, спонсорской, волонтерской деятельности ПАО «Магнит».

**Программа/проект/акция** – мероприятие (активность), направленная на создание уникального продукта, услуги, результата в установленные сроки с учетом запланированных ресурсов.

**Спонсируемое лицо** – лицо, получающее вклад от спонсора/партнера.

**Спонсорство** - добровольная возмездная деятельность Компании по предоставлению материальных ценностей, денежных средств для организации и (или) проведения мероприятия (активности) в целях рекламы и продвижения фирменного наименования Компании, формирования положительной деловой репутации, распространения информации широкой общественности о социальных целях и роли Компании и (или) производимой Компанией продукции в экономической, социальной и культурной жизни общества.

**Спонсор** - лицо, предоставившее материальные ценности, денежные средства, услуги для организации и (или) проведения спонсорской активности в обмен на рекламу своей деятельности и (или) продукции:

**титულный спонсор** – финансирование получателя спонсорской помощи в объеме более 50% бюджета спонсируемой программы/проекта/акции, интеграция спонсора в название мероприятия;

**генеральный спонсор** – финансирование получателя спонсорской помощи в объеме 50% и более бюджета спонсируемой программы/проекта/акции, право решающего голоса;

**официальный спонсор** - покрытие расходов получателя спонсорской помощи в размере 25% бюджета спонсируемой программы/проекта/акции; информационный спонсор - выполнение задач по анонсированию и освещению спонсорского мероприятия в информационном пространстве Компании;

**технический (бартерный) спонсор** - обеспечение спонсорского мероприятия материальными ценностями (продовольственными/непродовольственными товарами) и услугами;

**спонсор (партнер)-участник** - финансирование получателя спонсорской помощи в объеме до 10% бюджета спонсируемой программы/проекта/акции, включение информационных материалов, выступлений, логотипов, предоставленных Компанией, в программу мероприятия.

**Спонсорская помощь** – предоставление материальных ценностей, денежных средств для организации и (или) проведения активности, а также непосредственного участия в целях рекламы, продвижения фирменного наименования Компании, формирования положительной деловой репутации, распространения информации широкой общественности о социальных целях и роли Компании и (или) производимой Компанией продукции в экономической, социальной и культурной жизни общества.

## 1. Общие положения

1.1. Политика разработана в целях формирования единого подхода к грантированию, благотворительной, волонтерской и спонсорской деятельности Компании, а также обеспечения прозрачного и понятного механизма реализации.

1.2. Политика разработана в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)», Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, уставом ПАО «Магнит», кодексом деловой этики ПАО «Магнит», политикой по противодействию коррупции ОАО «Магнит».

1.3. Все планируемые к реализации мероприятия (активности) по благотворительной, волонтерской, спонсорской помощи, грантированию в обязательном порядке подлежат согласованию с Руководителем по этическим ценностям [ethics@magnit.ru](mailto:ethics@magnit.ru).

## **2. Цели, принципы, направления, формы, критерии благотворительной и волонтерской деятельности**

2.1. Благотворительная и волонтерская деятельность – один из ключевых инструментов в формировании уникальной корпоративной культуры, реализации стратегии устойчивого развития и поддержки общества Компанией, в том числе формирующий положительный имидж Компании.

2.2. Благотворительная и волонтерская помощь не являются обязательством Компании и осуществляются в пределах ее возможностей.

### **2.2. Цели:**

2.2.1. Содействие в решении социальных проблем по основным направлениям благотворительной и волонтерской деятельности в регионах присутствия;

2.2.2. Создание условий для развития социальной и общественной инфраструктуры в регионах присутствия Компании, способствующей достижению общепользовательных целей и положительно влияющей на качество жизни людей, их развитие и социальное положение;

2.2.3. Распространение идей благотворительности и волонтерства среди сотрудников Компании путем информирования, а также активной поддержки их стремления участвовать в мероприятиях благотворительной и волонтерской деятельности, инициированных и (или) поддерживаемых Компанией;

2.2.4. Эффективное использование ресурсов Компании для достижения социально-экономических и общепользовательных результатов как в регионах осуществления хозяйственной деятельности, так и на федеральном уровне;

2.2.5. Соблюдение высоких требований в области корпоративной социальной ответственности Компании при реализации программ/проектов/акций по основным направлениям благотворительной и волонтерской деятельности.

### **2.3. Ключевые принципы:**

2.3.1. Соответствие локальным нормативным актам Компании и законодательству Российской Федерации;

2.3.2. Объективная необходимость (целесообразность);

2.3.3. Прозрачность и ответственность при принятии решений (обоснованность выбора благополучателя);

2.3.4. Адресность выделения средств;

2.3.5. Целевое расходование средств;

2.3.6. Контроль за целевым использованием средств;

2.3.7. Обратная связь и отчетность;

2.3.8. Отсутствие конфликта интересов и/или личной заинтересованности;

2.3.9. Отсутствие коррупции в любой форме ее проявления;

2.3.10. Добровольное участие;

2.3.11. Должная осмотрительность;

2.3.12. Благотворительная и волонтерская деятельность не предназначена для получения неправомерного коммерческого преимущества.

### **2.4. Приоритетные направления:**

2.4.1. Культура;

2.4.2. Образование и наука;

2.4.3. здравоохранение;

2.4.4. Спорт и здоровый образ жизни;

2.4.5. Создание и развитие инклюзивной среды;

2.4.6. Охрана окружающей среды;

2.4.7. Социально-экономические проблемы;

2.4.8. Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

### **2.5. Целевые группы:**

2.5.1. Социально незащищенные граждане (дети, оставшиеся без попечения родителей; дети из многодетных семей; престарелые люди, оставшиеся без попечителей; пенсионеры; люди с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ); ветераны военных и боевых действий);

2.5.2. Организации здравоохранения и социальной защиты населения (больницы, лечебные учреждения, дома-интернаты для детей, оставшихся без родителей, детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), престарелых и т.д.);

2.5.3. Организации развития культуры, образования и спорта;

2.5.4. Организации и учреждения, ориентированные на сохранение животного мира: оказание помощи бездомным, уязвимым, находящимся под угрозой исчезновения или редким видам животных, а также поддержка приютов для животных;

2.5.5. Некоммерческие организации и благотворительные фонды социальных сфер.

**2.6. Компания не оказывает благотворительную и волонтерскую помощь следующим группам лиц:**

2.6.1. Коммерческие организации;

2.6.2. Религиозные организации;

2.6.3. Учебные заведения, имеющие религиозный уклон в воспитательной работе;

2.6.4. Политические партии, движения, кампании, в том числе физические лица-кандидаты от политических партий;

2.6.5. Органы законодательной, исполнительной и судебной власти, органы местного самоуправления;

2.6.6. Военные организации и организации, имеющие военизированный характер;

2.6.7. Инициативные группы физических лиц без юридического статуса;

2.6.8. Иностранные организации;

2.6.9. Организации, выполняющие функции иностранного агента;

2.6.10. Организации, поддержка которых может быть истолкована, как скрытое лоббирование интересов Компании, либо получение неконкурентного преимущества в бизнесе, а также представлять собой скрытую форму взятки.

**2.7. Форма оказания благотворительной помощи:**

2.7.1. Пожертвование/дарение;

2.7.2. Безвозмездная или на льготных условиях передача материальных ценностей, денежных средств, продовольственных/непродовольственных товаров, в том числе собственного производства, а также собранных при участии покупателей и сотрудников;

2.7.3. Безвозмездное или на льготных условиях предоставление материальных ценностей, денежных средств, продовольственных/непродовольственных товаров в рамках договора перекрестной активности;

2.7.4. Безвозмездное или на льготных условиях наделение правом владения, пользования и (или) распоряжения любыми объектами права собственности, в том числе объектами интеллектуальной собственности;

2.7.5. Иные безвозмездные сделки;

2.7.6. Взнос: вступительный, членский, целевой.

**2.8. Форма оказания волонтерской помощи:**

2.8.1. Проведение волонтерских активностей и реализация социально-экологических проектов силами сотрудников Компании;

2.8.2. Организация массовых мероприятий, акций, слетов, форумов;

2.8.3. Проведение обучающих и просветительских мероприятий по волонтерству и устойчивому развитию;

2.8.4. Сборы гуманитарной помощи и оказание иной помощи малообеспеченным группам населения;

2.8.5. Онлайн-волонтерство (проведение онлайн-событий и поддержка волонтерских инициатив через интернет-мессенджеры/платформы, информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»).

2.8.6. Компания не оказывает финансовую поддержку волонтерским и социальным инициативам работников Компании, не включенным в периметр корпоративных инициатив, и не отвечает по обязательствам работников Компании, данным ими третьим лицам при реализации собственных добровольческих (волонтерских) инициатив.

**2.9. Этапы оказания благотворительной и волонтерской помощи:**

2.9.1. Планирование бюджета Компании на оказание благотворительной и волонтерской помощи;

- 2.9.2. Рассмотрение обращения/инициативы оказания помощи, проверка благонадежности потенциального благополучателя, диагностика программы/проекта/акции в целях нивелирования рисков;
- 2.9.3. Согласование формы и целей предоставляемой помощи;
- 2.9.4. Оказание благотворительной и (или) волонтерской помощи. Перечисление денежных средств осуществляется в безналичной форме;
- 2.9.5. Обеспечение контроля целевого использования (расходования) материальных ценностей, денежных средств, и/или результатов оказания помощи.

**2.10. Основные критерии оказания благотворительной и волонтерской помощи:**

**2.10.1. Технические критерии:**

2.10.1.1. Соответствие ключевым принципам и требованиям, изложенным в пунктах 2.3., 2.4., 2.5., 2.6., 2.7., 2.11., 2.12., Политики;

2.10.1.2. Положительная деловая репутация организации-благополучателя и ее руководителей.

**2.10.2. Содержательные критерии (количественные и качественные характеристики):**

2.10.2.1. Соответствие заявленной формы помощи направлениям и принципам благотворительной и волонтерской деятельности Компании;

2.10.2.2. Актуальность и востребованность заявленной формы помощи у представителей целевой группы;

2.10.2.3. Охват целевой группы, в интересах которых осуществляется благотворительная и волонтерская деятельность;

2.10.2.4. Опыт благополучателя и регулярность реализации программ/проектов/акций;

2.10.2.5. Актуальность, эффективность методов и инструментов, применяемых для реализации программы/проекта/акции.

2.10.2.6. Основанием для оказания благотворительной и волонтерской помощи является обращение потенциального благополучателя или инициатива Компании.

**2.11. Порядок рассмотрения обращений:**

2.11.1. Обращения об оказании помощи, поступившие от инициатора, рассматриваются в индивидуальном порядке путем проведения оценки на соответствие направлениям, критериям и требованиям к документации.

2.11.2. Обращение юридического лица оформляется на бланке организации, за подписью руководителя организации или уполномоченного лица с приложением учредительных документов и содержит:

2.11.2.1. Предмет программы/проекта/акции с четким представлением содержания;

2.11.2.2. Цель и причина оказания помощи;

2.11.2.3. Форма и объем помощи/участия (денежная форма – сумма денежных средств, материальные ценности – количественный перечень, волонтерская помощь – объем и вид работ);

2.11.2.4. План-график реализации программы/проекта/акции;

2.11.2.5. Обоснование актуальности и целесообразности поддержки, и его общепольного значения для целевой группы.

2.11.3. Обращение физического лица оформляется в простой письменной форме с приложением документа, удостоверяющего личность, и содержит:

2.11.3.1. Предмет обращения с четким представлением содержания;

2.11.3.2. Цель и причина оказания помощи;

2.11.3.3. Форма и объем помощи/участия (денежная форма – сумма денежных средств, материальные ценности – количественный перечень, волонтерская помощь – объем и вид работ);

2.11.3.4. Копии документов, подтверждающих необходимость оказания материальной помощи (счет-фактура от медицинского учреждения, договор на оказание оперативного лечения/обследования, выписка из истории болезни и т.д.);

2.11.3.5. Сведения о составе и материальном положении семьи (совокупном доходе членов семьи);

2.11.3.6. Сведения о мерах, предпринятых для получения полезного результата до обращения в Компанию.

2.11.4. В случае необходимости Компания имеет право запросить иные дополнительные документы.

### **2.12. Требования к благополучателю:**

2.12.1. Юридическое лицо - наличие надлежащей регистрации и банковского счета, осуществление деятельности на территории Российской Федерации;

2.12.2. Осуществление хозяйственной деятельности по соответствующим цели обращения кодам ОКВЭД не менее, чем в течение одного года до момента подачи заявления;

2.12.3. Соответствие заявленной по проекту благотворительной активности уставным целям и уставной деятельности организации.

2.12.4. Физическое лицо - гражданин Российской Федерации, постоянно проживающий на территории Российской Федерации до момента получения помощи.

2.13. Компания вправе не информировать заявителя об отказе в оказании благотворительной и волонтерской помощи.

2.14. Компания истребует от благополучателя отчет о потраченных денежных средствах и предоставленных материальных ценностях (при долгосрочном сотрудничестве – по итогам каждого года, при единовременном оказании помощи – по итогам реализованной программы/проекта/акции).

2.15. Компания самостоятельно определяет цели и формы оказания благотворительной и волонтерской помощи.

2.16. Компания вправе оказывать помощь через некоммерческие организации, созданные в соответствии с федеральным законодательством о благотворительной деятельности.

## **3. Цель, принципы, направления, формы, критерии спонсорской помощи**

3.1. Целью спонсорской деятельности является реализация программ/проектов/акций, направленных на продвижение фирменного наименования Компании, формирование положительной деловой репутации, распространение посредством рекламы информации широкой общественности о социальных целях и роли Компании и (или) производимой Компанией продукции в экономической, социальной и культурной жизни общества.

3.2. Реализация спонсорских активностей осуществляется Компанией исключительно на добровольной основе, в соответствии с бизнес-стратегией, финансовыми возможностями и приоритетами Компании.

3.3. При анализе целесообразности выделения ресурсов на поддержку спонсорских активностей прогнозируется эффект, который Компания получит в результате поддержки имиджевых программ/проектов/акций, в том числе охват и степень влияния на целевые аудитории в целях продвижения и повышения узнаваемости бренда Компании.

### **3.4. Ключевые принципы:**

3.4.1. Соответствие локальным нормативным актам Компании и законодательству Российской Федерации;

3.4.2. Взаимовыгодное партнерство;

3.4.3. Прозрачность и ответственность при принятии решений;

3.4.4. Адресность выделения средств;

3.4.5. Отсутствие конфликта интересов и/или личной заинтересованности;

3.4.6. Отсутствие коррупции в любой форме ее проявления;

3.4.7. Добровольное участие;

3.4.8. Практическая эффективность программы/проекта/акции;

3.4.9. Позитивное влияние на имидж Компании;

3.4.10. Спонсорская деятельность не предназначена для получения неправомерного коммерческого преимущества.

### **3.5. Приоритетные направления спонсорской деятельности:**

3.5.1. Мероприятия, направленные на продвижение бренда и формирование положительного имиджа Компании: проекты СМИ, спортивные, культурные, развлекательные, отраслевые мероприятия, конференции, форумы, выставки, семинары и т.п.;

3.5.2. Социально-значимые проекты как в регионах осуществления хозяйственной деятельности, так и на федеральном уровне.



### **3.6. Целевые группы:**

3.6.1. Некоммерческие и коммерческие организации при условии реализации ими проектов, соответствующих ключевым принципам и критериям оказания Компанией спонсорской помощи.

#### **3.6.2. Компания не оказывает спонсорскую помощь следующим группам лиц:**

3.6.3. Религиозные организации;

3.6.4. Учебные заведения, имеющие религиозный уклон в воспитательной работе;

3.6.5. Политические партии, движения, кампании, в том числе физические лица-кандидаты от политических партий;

3.6.6. Органы законодательной, исполнительной и судебной власти, органы местного самоуправления;

3.6.7. Военные организации и организации, имеющие военизированный характер;

3.6.8. Любые инициативные группы физических лиц без юридического статуса;

3.6.9. Физические лица, не зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей;

3.6.10. Иностранные организации;

3.6.11. Организации, выполняющие функции иностранного агента;

3.6.12. Иные организации, поддержка которых может быть истолкована, как скрытое лоббирование интересов Компании, либо получение неконкурентного преимущества в бизнесе, а также представлять собой скрытую форму взятки.

#### **3.7. Форма оказания спонсорской помощи:**

3.7.1. Титульный спонсор;

3.7.2. Генеральный спонсор;

3.7.3. Официальный спонсор;

3.7.4. Информационный спонсор;

3.7.5. Технический (бартерный) спонсор;

3.7.6. Спонсор (партнер)-участник;

3.7.7. Членский взнос.

#### **3.8. Этапы оказания спонсорской помощи:**

3.8.1. Планирование бюджета Компании на оказание спонсорской помощи;

3.8.2. Рассмотрение предложения о спонсорстве/инициативы участия в мероприятии, проверка на благонадежность потенциального спонсируемого лица, диагностика программы/проекта/акции в целях нивелирования стратегических, финансовых, репутационных, коррупционных и иных рисков;

3.8.3. Согласование имиджевой программы/проекта/акции;

3.8.4. Безналичное перечисление денежных средств или оказание иной согласованной формы поддержки;

3.8.5. Обеспечение контроля целевого использования (расходования) материальных ценностей, денежных средств и/или результатов реализации имиджевой программы/проекта/акции.

#### **3.9. Критерии оказания спонсорской помощи:**

##### **3.9.1. Технические критерии:**

3.9.1.1. Соответствие ключевым принципам и требованиям, изложенным в пунктах 3.4., 3.5., 3.6., 3.11., 3.12. Политики;

3.9.1.2. Положительная деловая репутация организации-заявителя и ее руководителей.

##### **3.9.2. Содержательные критерии (количественные и качественные характеристики):**

3.9.2.1. Актуальность и востребованность программы/проекта/акции у представителей целевой группы;

3.9.2.2. Опыт спонсируемого лица в реализации программ/проектов/акций по выбранному направлению;

3.9.2.3. Наличие у спонсируемого лица собственного вклада в программу/проект/акцию или участие иных спонсоров;

3.9.2.4. Эффективность соотношения затрат к планируемому результату;

3.9.2.5. География охвата целевой группы;

3.9.2.6. Релевантность целевой группы.

3.10. Основанием для оказания спонсорской помощи является предложение о спонсорстве или инициатива Компании.

#### **3.11. Порядок рассмотрения предложений:**

3.11.1. Предложения о спонсорстве, поступившие от инициатора, рассматриваются Компанией в индивидуальном порядке путем проведения анализа и оценки на соответствие направлениям, критериям и требованиям к документации.

3.11.2. Предложение оформляется на бланке организации, за подписью руководителя организации или уполномоченного лица с приложением учредительных документов и содержит:

3.11.2.1. Предмет программы/проекта/акции с представлением содержания;

3.11.2.2. Форма и объем помощи/участия (денежная форма - сумма денежных средств, материальные ценности – количественный перечень товаров, услуги – объем и вид работ);

3.11.2.3. План-график реализации программы/проекта/акции;

3.11.3. В случае необходимости Компания имеет право запросить иные дополнительные документы.

#### **3.12. Требования к спонсируемому лицу:**

3.12.1. Наличие надлежащей регистрации и банковского счета, осуществление деятельности на территории Российской Федерации;

3.12.2. Осуществление хозяйственной деятельности по соответствующим цели обращения кодам ОКВЭД не менее одного года до момента направления предложения о спонсорстве;

3.12.3. Соответствие заявленной по проекту спонсорской активности уставным целям и уставной деятельности спонсируемого лица.

3.13. Компания вправе не информировать потенциальное спонсируемое лицо об отказе в оказании спонсорской помощи.

3.14. Компания истребует от спонсируемого лица отчет о потраченных денежных средствах и предоставленных материальных ценностях по итогам каждой реализованной спонсорской программы/проекта/акции

## **4. Грант**

4.1. Целью грантирования, осуществляемого Компанией на конкурсной основе, является поддержка научных, научно-технических, инновационных, образовательных, развивающих и волонтерских программ и проектов, проведение научных и иных исследований в сферах смежных с деятельностью Компании или представляющих для нее интерес.

4.2. Реализация грантовых активностей осуществляется Компанией исключительно на добровольной основе, в соответствии с бизнес-стратегией, финансовыми возможностями и приоритетами Компании.

4.3. Основанием для инициирования выдачи гранта является организованный Компанией или третьим лицом конкурс и полученные в установленном порядке конкурсные заявки.

4.4. Представленные на конкурс работы рассматриваются и проверяются на соответствие условиям конкурса при участии Комитета по этике и комплаенс.

4.5. Критерии предоставления гранта и требования к его соискателю определяются для каждого отдельного конкурса решением Комитета по этике и комплаенс. Размер гранта, условия предоставления гранта и срок реализации проекта определяются условиями конкурса.

4.6. Победитель конкурса, организованного Компанией, определяется решением Комитета по этике и комплаенс.

4.7. Победитель конкурса получает право на заключение соответствующего договора с Компанией и безналичное получение денежных средств/материальных ценностей.

4.8. Компания истребует от грантополучателя отчет о потраченных денежных средствах и предоставленных материальных ценностях (при долгосрочном проекте – по итогам каждого года либо единовременно по окончании проекта, на *реализацию* которого выделен *грант*).

## 5. Отчетность

5.1. Компания регулярно раскрывает информацию о благотворительной, волонтерской, спонсорской деятельности, грантировании в ежегодном отчете в области устойчивого развития и размещает информацию на сайте: [www.magnit.com](http://www.magnit.com).

## 6. Обратная связь

6.1. Каждый сотрудник Компании или представитель любой группы заинтересованных сторон, обладающий информацией о достоверно известных или предполагаемых нарушениях положений настоящей Политики, может проинформировать об этом по следующим каналам связи:

- Антикоррупционная горячая линия ПАО «Магнит» 8-800-600-04-77;
- Электронная почта руководителя по этическим ценностям [ethics@magnit.ru](mailto:ethics@magnit.ru);
- Форма обратной связи на сайте: <https://www.magnit.com/ru/anti-corruption/>;
- Контакт-центр ПАО «Магнит» 8-800-200-90-28, [info@magnit.ru](mailto:info@magnit.ru).

## 7. Заключительные положения

7.1. Благотворительная, волонтерская, спонсорская помощь, грантирование осуществляются Компанией в рамках утвержденного бюджета на соответствующий период.

7.2. Благотворительная, волонтерская, спонсорская помощь, грантирование осуществляются Компанией вне рамок утвержденного бюджета, направлений, принципов и критериев настоящей Политики только по отдельным решениям Комитета по этике и комплаенс.

7.3. В целях реализации настоящей Политики Компания разрабатывает и внедряет соответствующие локальные нормативные акты и распорядительные документы.

7.4. Настоящая Политика подлежит пересмотру в случае изменения законодательства Российской Федерации в сфере благотворительной, волонтерской, спонсорской деятельности или стратегических целей развития бизнеса, но не реже одного раза в три года.

7.5. Актуальная версия Политики в свободном доступе размещена на официальном сайте Компании: [www.magnit.com](http://www.magnit.com).

7.6. Контроль за соблюдением требований настоящей Политики осуществляет Департамент комплаенс и антимонопольной практики.