

# ЛАПА В ПОМОЩЬ

НЕСМОТРЯ НА ТРЕНД НА ГУМАНИЗАЦИЮ ОТНОШЕНИЯ К ПИТОМЦАМ, ПРОБЛЕМА БРОШЕННЫХ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ ОСТАЕТСЯ ОЧЕНЬ ОСТРОЙ В РОССИИ. ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ НА ЭТОТ СЧЕТ НЕТ. ПО НЕКОТОРЫМ ОЦЕНКАМ, ТОЛЬКО В МОСКВЕ И ПОДМОСКОВЬЕ В ПРИЮТАХ СОДЕРЖАТСЯ СВЫШЕ 16 ТЫС. КОШЕК И СОБАК, КОТОРЫМ НУЖЕН НОВЫЙ ДОМ. ЭФФЕКТИВНОГО МЕХАНИЗМА РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ В НАЦИОНАЛЬНОМ МАСШТАБЕ ПОКА НЕТ — ЗАБОТОЙ ОБ ЭТИХ ЖИВОТНЫХ В ОСНОВНОМ ЗАНЯТЫ ВОЛОНТЕРЫ. МЕЖДУ ТЕМ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ФОНДЫ СОВМЕСТНО С БИЗНЕСОМ ПЫТАЮТСЯ ПОМОЧЬ ВОЛОНТЕРАМ И ПОПУЛЯРИЗИРОВАТЬ ТАКИЕ ПРОЕКТЫ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ. ИЛЬЯ ВАДИМОВ

Президент фонда продовольствия «Русь» Юлия Назарова вспоминает, что организация в 2018 году совместно с X5 Retail Group и компанией Mars начала устанавливать короба по сбору кормов для животных в гипермаркетах ритейлера для дальнейшего распределения в приюты. Сейчас фонд сотрудничает с 11 партнерскими организациями, которые занимаются помощью питомцам в приютах, при этом список постепенно расширяется. «Что интересно, мы ставили короба как по сбору продуктов для людей, так и по сбору кормов в пользу кошек и собак, живущих в приютах. Так вот корм для животных люди жертвуют охотнее», — отмечает Юлия Назарова.

По словам директора благотворительного фонда «Рэй» (занимается защитой и помощью животным) Екатерины Пановой, под опекой фонда около 40 приютов, где содержится более 16 тыс. кошек и собак — основная часть всех брошенных домашних животных в Москве и Подмоскowie.

**ПОДДЕРЖКА НАШИХ МЕНЬШИХ** «Траты на корма и ветеринарные препараты — огромные расходы для таких приютов. Конечно, мы не закрываем все потребности», — говорит Юлия Назарова. По ее словам, за 2019 году в среднем фонд «Русь» передал примерно 5 тыс. кг кормов для животных в приютах. Но команда фонда надеется, что объем сбора будет расти по мере увеличения числа коробов и распространения информации о проекте.

По словам госпожи Назаровой, многие люди сегодня готовы жертвовать продукты для питомцев, но чаще всего не знают, как это сделать, как выбрать приют, а купить корм и положить в короб в магазине очень просто. При этом, единожды приняв участие в таком проекте, многие не останавливаются и вовлекаются в благотворительность дальше: посещают приюты, приводят детей и пр. В целом, продолжает она, по европейскому опыту понятно, что чем дольше существуют такие проекты, тем больше доверия у людей и выше степень их участия.

Как говорит Юлия Назарова, огромную роль в проекте играют волонтеры: они доносят до жертвователей информацию о приютах, куда пойдут корма, сами собирают и доставляют продукты, помогают животным, могут даже забрать каких-то питомцев. В приютах содержатся самые разные животные: и полностью здоровые, от которых по каким-то причинам отказались хозяева, и больные, которым требуется постоянный уход. Как констатирует Юлия Назарова, люди сегодня предпочитают забирать из приютов прежде всего здоровых и маленьких питомцев.

Как рассказывает Екатерина Панова, популярность волонтерского движения, нацеленного на помощь домашним питомцам, растет, но добровольцев все равно не хватает. Так, по ее словам, на более 16 тыс. кошек и собак в лучшем случае найдется 1 тыс. волонтеров. «Рэй» сегодня устраивает туры в приюты для знакомства с их работой, и поездки пользуются популярностью, добавляет Екатерина Панова.

**ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ** По мнению директора фонда «Рэй», основная проблема в вопросах отношения к домашним животным в России — отсутствие законодательного регулирования. «Принятый закон, по сути, остается только на бумаге. Но даже если он начнет работать, не ясно, кто будет следить за защитой живот-



ных», — рассуждает Екатерина Панова. По ее словам, хотя в Москве и Санкт-Петербурге действительно есть тренд на гуманизацию в отношении домашних животных, в регионах ситуация иная. Там до сих пор многие считают неприемлемой стерилизацию, при этом запросто могут просто выкинуть животное на улицу, отмечает она.

«Рэй» пытается решить проблему за счет просвещения и образования как владельцев домашних животных, включая детей и взрослых, так и более широкого круга населения, рассказывает Екатерина Панова. Кроме того, добавляет она, фонд пытается пропагандировать программы стерилизации.

Директор по корпоративным отношениям Mars Petcare в России Анастасия Тимошина рассказывает, что очень важную роль в изменении отношения общества к вопросу пристройства бездомных питомцев играют инициативы Pedigree. В своей коммуникации бренд старается поменять отношение людей к собакам из приютов. Например, «#Собака-мемма» показывает, как похожи могут быть собаки из приютов на своих будущих хозяев. Проект «Коуч в хорошие руки» позволяет осознать, что собака из приюта станет лучшим коучем личного роста: от преодоления неуверенности до борьбы со стрессом в домашних условиях.

Волонтерское движение — неотъемлемая часть корпоративной культуры компании. К примеру, каждый сотрудник Mars может один рабочий день в году потратить на индивидуальное волонтерство, отмечает она. Цель Mars Petcare — сделать мир для питомцев лучше: «Мы стремимся быть инициатором и двигателем позитивных изменений в обществе, создавая условия, в которых наши четвероногие друзья будут счастливы, здоровы и желанны».

«Наши сотрудники — ядро этого движения», — говорит госпожа Тимошина. По ее словам, в компании понимают, что масштабных сдвигов в общественном сознании невозможно добиться в одиночку. Поэтому Mars активно привлекает партнеров, разделяющих взгляды компании. Так, в прошлом году совместно с ООН на глобальном уровне был запущен проект «Львиная доля», в рамках которого Mars приглашал компании, использующие в своей рекламе образы животных, отчислять часть своих рекламных расходов на проекты помощи исчезающим видам диких животных.

Mars активно вовлекает партнеров в благотворительную деятельность. Еще одним примером такой активности в 2019 году стала кампания вместе с фондом «Рэй» и сетью «Дикси», в рамках которой был организован сбор корма в 600 торговых точках в четырех регионах России.

По словам Анастасии Тимошиной, в крупном бизнесе сегодня заметно выросла осознанность программ корпоративной социальной ответственности и их связь с основной деятельностью компаний. «То есть это перестает быть данью моде или внешним ожиданиям, переходя в разряд внутренней тяги, важнейшей составляющей самоидентификации», — поясняет она.

Оценить затраты на подобные инициативы сложно. По словам госпожи Тимошиной, проекты могут быть очень разные и по масштабу, и по уровню бюджетирования. Но важно, чтобы такие инициативы имели продолжающийся, последовательный характер. «Можно сделать яркий, брошенный, заявляющий о себе проект, который, не имея продолжения, нивелирует его суть. Другой пример — серия малых, разумных, четко сфокусированных шагов, сумма которых больше, чем все по отдельности», — рассуждает она.

Для Mars участие в благотворительных проектах чаще всего оказывается очень позитивным опытом, продолжает Анастасия Тимошина: «Отношение к домашним животным в России меняется: мы воспринимаем их как членов семьи и близких друзей. А друзей в беде не бросают. Поэтому цель — сделать мир для домашних животных лучше — близка очень многим. Даже если они пока об этом не догадываются».