

## ФИНАНСОВАЯ КОРПОРАЦИЯ «УРАЛСИБ» // URALSIB FINANCIAL CORPORATION

Финансовая Корпорация «УРАЛСИБ» – одна из крупнейших российских финансовых групп, предоставляющая своим клиентам широкий спектр финансовых услуг. В структуру Финансовой Корпорации входят коммерческий банковский, лизинговый, инвестиционно-банковский субхолдинги, управление активами и частный банк. По состоянию на 1 июля 2010 года сеть продаж Корпорации включает 468 точек в России и за рубежом, где обслуживаются 3,4 млн клиентов.



**МУСЛИМОВ  
ИЛЬДАР  
РАВИЛЬЕВИЧ**  
 Главный  
 управляющий  
 директор

**ILDAR  
MUSLIMOV**  
 Chief Executive  
 Officer

URALSIB is one of Russia's largest financial groups – providing its clients with a wide range of services. The Financial Corporation structure includes commercial, banking, leasing and investment banking sub-holdings, as well as asset management and a private bank. As of July 1st, 2010, the Corporation's sales network included 468 outlets in Russia and abroad serving 3.4 million customers.

## ПРОГРАММА ПО ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ

**Б**лагополучие сотрудников – физическое, духовное, социальное – является одной из основных ценностей корпоративной культуры Финансовой корпорации «УРАЛСИБ». В рамках Внутренней социальной политики, утвержденной в 2007 году, непрерывно ведется Программа по здоровому образу жизни. В ее основе – стратегии Всемирной организации здравоохранения по здоровому образу жизни. Наряду с информированием сотрудников в программу изначально закладывалось развитие в коллективе ориентации на здоровый образ жизни.

Программа является интегральной, так как направлена как на профилактику многих заболеваний, факторами риска развития которых являются: низкая физическая активность, избыточный вес, курение, нездоровое питание, повышенное артериальное давление.

### Актуальность программы

В Корпорации было принято решение ежегодно проводить «Мониторинг здоровья» по распространенным факторам риска в форме опроса сотрудников. В начале реализации программы были получены следующие данные:

- **Низкая физическая активность.** Около 90% сотрудников Корпорации испытывали недостаток

## HEALTHY LIFESTYLE PROGRAM

**E**mployees' well-being – physical, spiritual and social – is a key component of URALSIB's corporate culture. Under its Domestic Social Policy (approved in 2007), the Company continuously pursues its Healthy Lifestyle Program. This program relies on healthy lifestyle strategies developed by the World Health Organization. Together with improving awareness, the program initially entails encouraging employees to focus on healthy lifestyles.

This integrated program aims at preventing many diseases which have risk factors including: low physical activity, being overweight, smoking, malnutrition and high blood pressure.

### Program Relevance

The Corporation resolved to carry out Health Monitoring of the most common risk factors via an employee survey. The Program's initial stage yielded the following results:

- **Low levels of physical activity.** Approximately 90 percent of employees were underactive in their work places.

физической активности на рабочем месте. При этом только у 16 % мужчин и 9 % женщин физическая активность в свободное от работы время находилась на уровне, необходимом для поддержания здоровья.

- **Избыточный вес.** 58 % мужчин и 21 % женщин имели избыточную массу тела и страдали ожирением.
- **Курение.** Каждый третий мужчина и каждая пятая женщина курили, но при этом около 60 % из них хотели бросить курить и уже пытались это сделать.
- **Несбалансированное питание.** Крайне низкое потребление фруктов и овощей: в среднем сотрудники ели фрукты и овощи один раз в день. И на этом фоне – чрезмерное потребление соли и жиров, в том числе в жирном молоке.
- **Повышенное артериальное давление.** У 26 % сотрудников и 17 % сотрудниц этот показатель был выше нормальных значений. Причем если среди молодых сотрудников доля страдающих повышенным давлением составляла в среднем 13 %, то среди сорокапятилетних таких было уже около трети. Несмотря на серьезность возможных последствий, контролировали свое давление с помощью лекарств

всего 40 % мужчин и 52 % женщин, имевших повышенное артериальное давление.

## Мероприятия

Программа была разделена на пять направлений по факторам риска. По этим направлениям Корпорация стала регулярно проводить различные акции, охватывающие все офисы в более чем 40 регионах России.

### Повышение физической активности

В рамках «Командных спортивных мероприятий» работники могут бесплатно один раз в неделю заниматься игровыми видами спорта (волейболом, футболом, баскетболом), посещать бассейн и тренажерные залы. Арендовано 319 площадок, на которых занимается около 4 тыс. сотрудников, что составляет 26 % от общего числа.

С 2007 года проводится ежегодная «Неделя физической активности», во время которой сотрудники отказываются от пользования лифтом в пользу ходьбы по лестнице, проводят гимнастику в офисах. Были разработаны специальные десятиминутные комплексы физических упражнений, которые можно проводить прямо на рабочем



Only 16 percent of men and 9 percent of women maintained physical activity at the necessary level to maintain health;

- **Overweight.** 58 percent of men and 21 percent of women were overweight and considered obese;
- **Smoking.** One out of three men and one out of five women smoked. However, 60 percent of them wanted to quit smoking and were attempting to do so;
- **Malnutrition.** Low consumption of fruits and vegetables: on average, most employees had fruits and vegetables one time per day. To make a bad situation worse, employees overused salt and fat, in particular, rich milk;
- **High blood pressure.** 26 percent of men and 17 percent of women suffered from hypertension. Among young employees 13 percent had hypertension, whereas approximately one-third of 45-year old employees had hypertension. Despite dangerous risks, only 40 percent of men and 52 percent of women with high blood pressure used drugs to control their blood pressure.

## Efforts

The Program was broken down into five areas based on risk factors. The Company launched various regular campaigns focused on these areas covering all offices in almost 40 Russian regions.

### Increasing Physical Activity

Employees who participate in the Team Sport Events program may once a week play sports (volleyball, football and basketball) and visit a swimming pool and fitness center free of charge. The company has leased 319 facilities where 4,000 employees (26%) can play sports or work out.

Since 2007 the Company organizes annual Physical Activity Weeks. Employees renounce the lift for walking up and down the stairs and do gymnastics straight in the office.

The Company has developed special ten-minute workout programs which employees can engage in at their work place (Office Exercise, Office Yoga and Office Pilates). Descriptions



месте («Зарядка для офиса», «Офисная йога», «Пилатес для офиса»). Их описания и демонстрационные видеоролики доступны на внутреннем портале.

Во многих филиалах сотрудники проводят спартакиады, турниры, конкурсы, велопробеги.

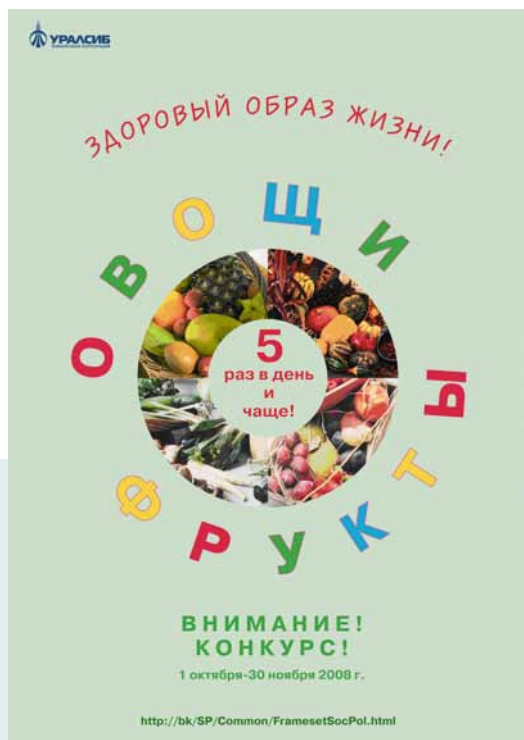
«Недели физической активности» завершаются «лестничными пробами» – подъемом пешком на несколько этажей с последующим контролем одышки и артериального давления. Таким образом оценивается степень физической тренированности. 72% из 765 сотрудников, принявших участие в четвертой по счету кампании по увеличению физической активности в мае – июне 2010 года, показали результат «отлично». Это на 10% больше, чем по итогам акции, прошедшей в 2009 году. Значимым отличием кампании 2010 года стало то, что инициатива по продвижению физической активности шагнула за пределы Корпорации: сотрудники стали вовлекать

в соответствующие мероприятия членов своих семей, клиентов и партнеров, подшефную школу-интернат.

По итогам «Недели физической активности» был выбран самый активный филиал компании и самый тренированный сотрудник. Победители получили призы: офисное спортивное оборудование и денежное вознаграждение в размере 4 тыс. рублей.

### Здоровый вес

Целью кампании «Здоровый вес!», проводившейся с 1 сентября по 31 октября в 2009 и 2010 годах, было оказание помощи сотрудникам в снижении избыточного веса, в формировании здоровых привычек в питании и образе жизни. Целевой аудиторией кампании являются сотрудники с индексом массы тела (ИМТ – отношение веса в килограммах к росту в метрах в квадрате) более 26. Таким сотрудникам предлагается за время кампании



and video demonstrations are available on the Company's intranet site.

Many branches host sports contests, tournaments, competitions and bike rides.

Physical Activity Weeks are completed with "stair tests" – walking several blocks up stairs followed by measuring shortness of breath and blood pressure to assess employees' physical fitness. During the fourth campaign (held in May/June 2010), 72 percent of the 765 employees participating in the program to promote physical activity achieved excellent results. This is a ten percent improvement from the campaign conducted in 2009. The 2010 campaign had a special scope, extending outside corporate limits: employees brought in family members, customers and partners and invited sponsored boarding school children.



The most active branch and the most physically fit employee were selected at the end of the Physical Activity Week. Winners received prizes – sports equipment and bonuses in the amount of RUR 4,000.

### Healthy Weight

The Healthy Weight campaign, which was conducted from September 1st to October 31st, 2009 and 2010, was focused on helping employees reduce excess weight and encouraging healthy nutrition and living habits. The Campaign's target audience includes employees whose body mass index (BMI) – which is defined as an individual's body weight in kilograms divided by the square of his or her height – exceeds 26. During the Program, the goal for these employees is to reduce their

снизить ИМТ на две единицы. Всем решившим контролировать свой вес направляются буклеты с рекомендациями по снижению веса, здоровому питанию и физической активности, еженедельно информация о ходе кампании и дополнительные рекомендации рассылаются по электронной почте. Участники кампании могут получить консультацию опытного диетолога на специальном форуме, созданном на внутрикорпоративном портале.

В кампаниях приняли участие более 500 человек. Определение победителей проводилось в двух группах участников: с исходным ИМТ от 26 до 30 и больше 30. В список финалистов включались только те, чей ИМТ за время кампании снизился на две и более единицы. Успешно выдержавшие испытание сотрудники получали награду в денежной форме: главный приз составлял 50 тыс. рублей, поощрительные – по 4 тыс. рублей.

Участникам кампании «Здоровый вес!» за два месяца удалось снизить вес на от 5 до 21 кг. Выполнили условие кампании – снизили вес на две единицы индекса массы тела и прошли в финал – 86 человек или 17% из зарегистрированных участников.

Фото участников до и после кампании, их истории, стихи, частушки размещаются на внутрикорпоративном портале.

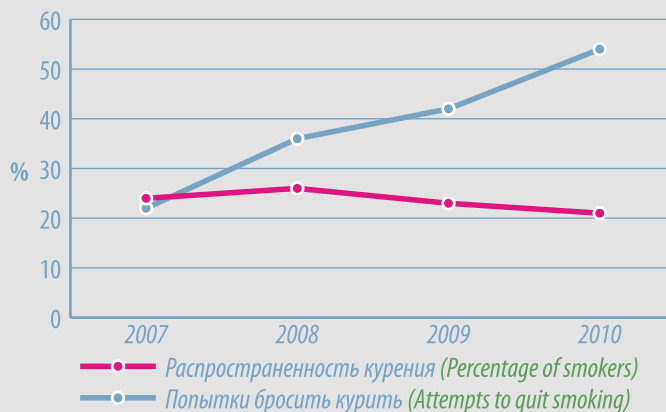
### Борьба с курением

Кампании, призванные помочь сотрудникам отказаться от курения, проводятся с 2008 года. Так, в 2008 и 2009 годах, в мае, прошла акция под лозунгом «Брось курить и победи!». В кампании приняли участие около семисот курящих сотрудников в 92 городах России, среди них 63% составили мужчины и 37% – женщины, средний возраст – 30 лет. Участники должны были отказаться



### Распространенность курения и попыток бросить курить среди сотрудников ФК «УРАЛСИБ»

Percentage of smokers and quitting attempts by URALSIB employees



BMI by two units. Those who decide to control their weight receive booklets with weight loss advice and information on healthy diets and physical activity, together with weekly updates on the campaign and additional advice sent via e-mail. Campaign participants may consult a qualified nutrition specialist at a specific forum hosted by the corporate web site.

The campaigns involved 500 participants. Winners were identified in two groups – participants with an initial BMI of 26 to 30 and those with a BMI exceeding 30. The finalist list included only those employees whose BMI declined two or more units during the campaign. Successful employees received monetary awards: first prize totaled RUR 50,000 and runner-ups received RUR 4,000.

Within two months, Healthy Weight participants reduced their weight between 5 and 21 kilograms. 86 em-

ployees or 17% of registered participants met the campaign requirements.

Photographs of participants pre- and post- campaign, their stories, poems and folk rhymes are posted on the corporate intranet site.

### Anti-Smoking Campaign

Campaigns to help employees quit smoking have been held since 2008. In May 2008 and 2009, the Company conducted the Quit Smoking and Win campaign which involved approximately 700 employees from 92 Russian cities. Participants, on average, were 30-years old; 63 percent were men and 37 percent were women. The Campaign called for quitting smoking for at least one month. To encourage this effort, the Company established a series of awards, including: main awards of RUR

от курения по крайней мере на один месяц. Мотивацией для отказа от курения были награды: главные призы – 150 тыс. и 100 тыс. рублей, поощрительные – подарочные сертификаты на сумму 4 тыс. рублей каждый или подарки в денежной форме, а также флэш-карты, калькуляторы-часы, визитницы.

В мае 2010 года в рамках всероссийской акции «31 мая – День отказа от курения. Навсегда» в Корпорации прошла кампания «Некурящий офис». В ее основе было создание в коллективе обстановки поддержки сотрудников, желающих бросить курить. Особенностью кампании стала возможность регистрации в ней и некурящих сотрудников.

Подразделения-победители получили денежные призы на приобретение офисного спортивного оборудования или на улучшение условий офисного быта. Каждому сотруднику, бросившему курить, была вручена именная грамота от руководства Компании.

В целом, за три года проведения кампаний по борьбе с курением в Корпорации полностью отказались от вредной привычки более 350 курильщиков. Из зарегистрированных в кампании «Брось курить и победи!» успешно удалось бросить курить 45% участников. Более успешными были мужчины: среди них с сигаретой расстались 64%, среди женщин – 36%. В кампании «Некурящий офис!» приняли участие 2 133 сотрудников в 16 филиалах. Из них курильщиков – 642 человека, или 30%. Среди курящих сотрудников, зарегистрировавшихся в акции, 40% бросили.

В январе 2011 года ФК «УРАЛСИБ» сделала очередной шаг: распоряжением Главного управляющего директора сотрудникам было полностью запрещено курение

150,000 and 100,000, runner-up awards of RUR 4,000 gift cards or monetary prizes, flashcards, watches with calculators and business card holders.

In May 2010, the Company conducted the Non-Smoking Office campaign as part of the all-Russian campaign “May 31 – No Tobacco Day – Forever.” It focused on creating a team spirit to encourage employees who wanted to quit smoking. The Campaign registered non-smoking employees.

Winning departments received monetary awards which were allocated for purchasing sports equipment or upgrading office conditions. Each employee who quit smoking received a personal certificate of merit from corporate management.

In total, 350 employees quit smoking during the three years of the anti-smoking campaign. Of registered participants in the Quit Smoking and Win campaign, 45 percent successfully stopped smoking. Men appeared to be more persistent: 64 percent of men and only 36 percent of women said no to tobacco. A total of 2,133 employees in 16 branches took part in the Non-Smoking Office campaign; of this, 642 or 30 percent were smokers. 40 percent of registered smoking participants quit the habit.

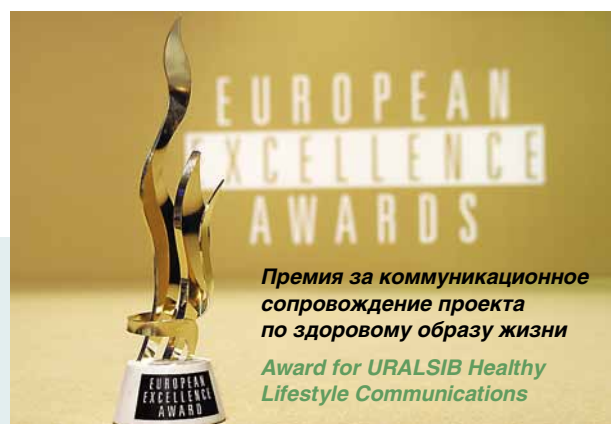
In January 2011, URALSIB launched another anti-smoking effort: an order issued by the Chief Executive Officer completely prohibited smoking in all office buildings, furthermore,

внутри зданий Корпорации, а места для курения должны быть оборудованы не ближе двадцати метров от входа.

### Здоровое питание

С целью стимулировать сотрудников потреблять больше овощей и фруктов была разработана кампания «Пять раз в день». Программа включала три компонента. Первый – образовательный: на внутреннем портале и через еженедельную рассылку по электронной почте сотрудники получали информацию о здоровом питании. Второй – конкурс здоровых рецептов: сотрудники отправляли организаторам рецепты блюд из овощей и фруктов. Было получено около 150 рецептов. Авторы двенадцати самых удачных были награждены поощрительными призами, а предложенные ими блюда были включены в меню корпоративного кафе. Третий компонент – еженедельные тематические Дни здорового питания, посвященные разным овощам и фруктам, в корпоративном кафе: «Ода кабачкам!», «Виват салат! Виват» и др. Во время этих акций были организованы викторины с вопросами по здоровому питанию.

В рамках двухнедельной акции «Время витаминов» в корпоративных столовых свежевыжатые соки



smoking areas must be located at least 20 meters away from building entrances.

### Healthy Diet

The Company developed the Five Times a Day campaign to encourage its employees to eat more vegetables and fruits. The program is based on three components. The first one is to raise awareness: employees got information about healthy nutrition on the corporate site and via weekly direct mail. The second component involved a healthy recipe contest: employees sent vegetable and fruit dish recipes to the hosts. In total, 150 recipes were received. The authors of the 12 best recipes won prizes and their recipes were included in the corporate café menu. The third component involved holding weekly Healthy Diet Days in the corporate café dealing with specific fruits and vegetables, such as Ode to Marrows or Lettuce Forever! Campaigns conducted quiz shows with questions related to healthy nutrition.

предлагались по себестоимости (снижение цены с 75 до 35 рублей за порцию). В результате их потребление возросло в одиннадцать раз до 4180 порций ежедневно, а после возвращения цен на прежний уровень количество ежедневно заказываемых порций стабильно в два раза превышает среднее количество до акции (802 против 387).

По данным мониторинга здоровья, проведенного в 2010 году, 43% сотрудников удалось повысить потребление фруктов и овощей.

### **Контроль артериального давления**

Для предотвращения сердечно – сосудистых заболеваний необходимо своевременно выявлять повышенное артериальное давление и затем эффективно его контролировать. В 2009–2010 годах была проведена образовательная кампания «Контролируй свое артериальное давление». Специально выпущенные буклеты и плакаты распространялись по офисам и были размещены на внутреннем портале. Еженедельно на протяжении двух месяцев по электронной почте рассылалась информация о контроле давления, немедикаментозных методах его коррекции и профилактике осложнений артериальной гипертонии.

Во всех офисах были созданы «Уголки здоровья», для которых были закуплены автоматические тонометры, аптечки первой медицинской помощи, а также весы. Значения ИМТ выше 25 являются фактором риска повышения артериального давления, а также ряда сердечно-сосудистых, онкологических заболеваний и сахарного диабета. Таким образом, сотрудники получили возможность в любой момент контролировать свое

артериальное давление и фактор риска, способствующий его повышению

С целью более активного вовлечения сотрудников проводились викторины по вопросам, освещавшимся в рассылках. Участвовавшим во всех викторинах и набравшим наибольшее количество баллов были вручены поощрительные призы. В 2010 году этими викторинами было охвачено более 400 сотрудников.

### **Задействованные ресурсы**

Затраты на реализацию всех проектов по здоровому образу жизни в 2010 году составили 28 млн рублей. Средства были выделены из чистой прибыли Корпорации.

### **Достиженные результаты**

По данным очередного мониторинга здоровья, проведенного в апреле 2010 года, за год 38% стали физически более активными, 40% стали употреблять больше фруктов и овощей, 22% снизили потребление соли, 35% снизили потребление жиров и сахара, 9% отказались от курения. Почти 95% сотрудников считают проведение программ по здоровому образу жизни в Корпорации необходимым.

В 2010 году ФК «УРАЛСИБ» стала победителем в корпоративной номинации Всероссийского конкурса проектов по продвижению здорового образа жизни «Здоровая Россия», проведенного Минздравсоцразвития России. ■

During the Time for Vitamins two-week campaign, corporate cafes offered fresh juice at cost (cutting prices from RUR 75 to RUR 35 per serving). As a result, consumption increased eleven times to 4,180 servings per day, and the daily demand for juice after the campaign continues to exceed average consumption prior to the campaign two times (802 vs. 387).

According to data from 2010 health monitoring, 43 percent of employees upped their fruit and vegetable consumption.

### **Blood Pressure Control**

To prevent CVEs, it is necessary to detect high blood pressure in a timely manner and efficiently control it. In 2009-2010, the Company successfully conducted the Control Your Blood Pressure campaign. Specially issued booklets and posters were distributed to offices and were posted on the corporate intranet site. During the two month program, employees received weekly mailings that contained information on blood pressure control, drug-free modalities for its correction and preventing hypertension complications.

All offices organized Health Areas with Company provided blood pressure sensors, first-aid kits and scales. When BMI exceeds 25, it becomes a risk factor for CVI, cancer and diabetes. Therefore, at any time, employees are able to control their blood pressure and risk factors that cause it to rise.

To attract participants, the Company hosted quiz shows on issues addressed in the mailings. Quiz participants with the most points received awards. In 2010, more than 400 employees participated in quizzes.

### **Resources**

In 2010, the costs of implementing all health projects stood at RUR 28 million. Funds were allocated from the Company's net profit.

### **Performance**

Recent regular health monitoring, which was conducted in April 2010, showed that during the year 38 percent of employees increased their physical activity, 40 percent began eating more fruits and vegetables, 35 percent reduced fat and sugar consumption and 9 percent stopped smoking.

In 2010, URALSIB was the corporate winner of the All-Russian Contest of Health Promotion Projects "Healthy Russia" which was hosted by the Russian Ministry of Health and Social Development. ■

