



центр
управления
репутацией

РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС НКО

Знак качества 2026

социальный эффект и публичная устойчивость

организаций некоммерческого сектора

НАСТОЯЩИМ ПОДТВЕРЖДАЕТСЯ, ЧТО

ФОНД «Мост поколений»

ИНН 7814291930 · Санкт-Петербург · направление «Социальная помощь»

РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС

60,3

Высокий

лучший результат среди организаций направления

99

Голос лидера

95

Финансовый КПД

—

Цифровая открытость

ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ · 09.09.2026

Паспорт организации

https://repngo.u4m.ru/nko/7814291930

Наименование	ФОНД СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ НАСЕЛЕНИЯ "МОСТ ПОКОЛЕНИЙ"
Сокращённое	ФОНД "МОСТ ПОКОЛЕНИЙ"
Реквизиты	ИНН 7814291930 · ОГРН 1147800005430 · с 2014 года
Регион и форма	Санкт-Петербург · Фонд · действующая
Направление	Социальная помощь
Руководитель	Ефимова Екатерина Александровна – руководитель
Сайт, почта, телефон	fundgenerationbridge.org

Реестровые отметки

Грантополучатель ФПГ

Полнота данных – 33,3%. Это доля показателей, по которым источники дали ответ. При низкой полноте индекс сознательно занижается: система не утверждает больше, чем подтверждено данными.

Опоры индекса

Ниже – балл организации по каждой опоре и медиана по её направлению: медиана показывает, что для сектора считается нормой.

Голос лидера

Балл организации	99,3 из 100
Медиана направления «Социальная помощь»	5,0

Финансовый КПД

Балл организации	95,3 из 100
Медиана направления «Социальная помощь»	33,0

Цифровая открытость

Балл организации	нет данных
Медиана направления «Социальная помощь»	7,0

Финансовый КПД

Источник – «Отчёт о целевом использовании средств» (форма №6) из государственного информационного ресурса бухгалтерской отчётности ФНС. Суммы приведены в рублях.

Отчётный год	2025
Поступило средств за год	7 676 000 ₽
Использовано средств за год	7 676 000 ₽
Направлено на уставные программы	7 676 000 ₽
Расходы на содержание аппарата	0 ₽

Что это означает

ПОКАЗАТЕЛЬ	ЗНАЧЕНИЕ	КАК ЧИТАТЬ
Доля средств на программы	100,0%	Какая часть израсходованного пошла на уставную деятельность, а не на содержание организации. Норма сектора – от 80%.
Административная нагрузка	0,0%	Доля расходов на аппарат. До 20% считается здоровой; систематический ноль так же подозрителен, как и высокая доля.
Освоение поступлений	100,0%	Сколько из поступившего израсходовано за год. Больше 100% означает, что организация тратила накопленные ранее средства.

Динамика по годам

ГОД	ПОСТУПИЛО	ИСПОЛЬЗОВАНО	НА ПРОГРАММЫ	НА АППАРАТ
2025	7 676 000 ₽	7 676 000 ₽	7 676 000 ₽	0 ₽
2024	40 000 ₽	40 000 ₽	40 000 ₽	–
2023	8 185 000 ₽	8 185 000 ₽	8 185 000 ₽	–
2022	4 997 000 ₽	4 997 000 ₽	4 997 000 ₽	–
2021	3 635 000 ₽	3 615 000 ₽	3 615 000 ₽	–

Команда и деятельность

По отчёту организации в Министерство юстиции за 2026 год.

Цифровая открытость

Аудит сайта не проводился: сайт организации не найден в открытых источниках. Опора «Цифровая открытость» не рассчитана.

Внешнее признание и публичность

<https://repngo.u4m.ru/nko/7814291930>

Гранты и поддержанные проекты

Поддержанных проектов		7
Общая сумма поддержки		24 754 311 Р
ГОД	ПРОЕКТ	СУММА
2025	Культурно-образовательная программа XI Всероссийского молодёжного военно-исторического кинофестиваля «Перерыв на кино» к 80-летию Великой Победы	6 906 486 Р
2023	IX Молодёжный кинофестиваль фильмов о Великой Отечественной и Второй Мировой войне "Перерыв на кино"	2 838 431 Р
2022	VIII Международный молодёжный кинофестиваль короткометражных фильмов о Великой Отечественной и Второй Мировой войне "Перерыв на кино"	2 989 158 Р
2021	VII Международный молодёжный кинофестиваль короткометражных фильмов о Великой Отечественной и Второй Мировой войне "Перерыв на кино"	2 995 384 Р
2019	VI Молодёжный кинофестиваль короткометражных фильмов о Великой Отечественной войне "Перерыв на кино"	3 918 869 Р
2018	V Молодёжный кинофестиваль короткометражных фильмов о Великой Отечественной войне "Перерыв на кино"	2 635 769 Р
2017	IV Молодёжный кинофестиваль короткометражных фильмов о Великой Отечественной войне "Перерыв на кино"	2 470 214 Р

Публичность

Оценивается не количество найденных материалов, а наличие живого публичного следа: как часто об организации пишут, в скольких разных изданиях и насколько свежая последняя публикация. Перечень конкретных материалов в документ не входит.

Активность в СМИ за 90 дней	Высокая
Публикаций за 90 дней	38
Разных изданий за 90 дней	32
Последняя публикация	в пределах месяца