Первая российская конференция «ESG-коммуникации» пройдет при поддержке ЦСП «Платформа»

РАСО организует открытый диалог участников рынка по вопросам репутации, популяризации и эффективных взаимодействий в области устойчивого развития

Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) проведет первую в российской практике конференцию по формированию репутации бизнеса в условиях актуальной ESG-повестки. Это мероприятие является стартовым в серии инициатив РАСО на 2021-2022 годы по повышению роли стратегических коммуникаций в структуре деятельности компаний.

Дата проведения конференции – 26 ноября

Место – г. Москва, конгресс-центр «Grand Ballroom»

Ожидаемое количество участников – 300-350 человек.

Мероприятие приурочено к 30-тилетию РАСО и станет в перспективе регулярным.

Информационный партнер мероприятия – ИА «Интерфакс, Kommersant_Events.

Уполномоченный агент РАСО по организации конференции – ЦСП «Платформа».

esgconf.raso.ru

Контактная информация: info@pltf.ru

Конференция РАСО направлена на определение лучших коммуникационных практик в области ESG-политики бизнеса и факторов репутационного лидерства в этой сфере, анализ различных аспектов коммуникационного взаимодействия участников

рынка, регуляторов, общественных центров, переосмысление роли коммуникационных служб в новой реальности.

Партнерами конференции выступят экспертные и учебные центры, а также ряд крупнейших российских компаний: ПАО «Газпром нефть», ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (ММК), ПАО «МТС», ПАО «ГМК «Норильский никель», ПАО «СИБУР Холдинг», ПАО «Трубная металлургическая компания» (ТМК), Segezha Group, X5 Retail Group.

Совместное участие представителей экспертной среды и различных функциональных направлений бизнеса (связи с общественностью, органами государственной власти, инвесторами, направление устойчивого развития, работа с персоналом и локальными сообществами) обеспечит инициативе РАСО интегрированный подход.

Структура мероприятия предполагает пленарное заседание «КАК СТАНОВЯТСЯ ЛИДЕРОМ ESG-ПОВЕСТКИ», посвященное общим аспектам формирования репутации и лидерства в данной области, а также трансформации роли коммуникационных служб внутри компании. А также три специальные сессии:

1. «КОММУНИКАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ И КЛИМАТИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ» (секция E);
2. «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ, КОРПОРАТИВНАЯ СРЕДА» (секция S)
3. «РЕПУТАЦИЯ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНТЕРЕСОВ И ПОЛИТИКИ РЕГУЛЯТОРОВ» (секция G).

Будет также проведена специальная сессия «ESG В ЭНЕРГЕТИКЕ И ЖКХ».

Кроме того, на конференции пройдет обсуждение методологии премии РАСО, которую начнут вручать с 2022 года за лучшие коммуникационные кейсы.

Ключевые вопросы для дискуссии:

Как ESG-повестка меняет репутационную стратегию бизнеса, определяет лидеров в корпоративной среде?

«Красивая этикетка» или новая нормальность: влияние ESG-политики на восприятие бизнеса

Как формирование и эффективная презентация ESG-политики способны помочь в разрешении конфликтных ситуаций, снизить репутационные риски предприятия?

ESG и международные рынки: как заработать «дополнительные очки» в глобальном масштабе, продвигая образ отраслевого лидерства в ESG-политике

Какие удачные примеры репутационной трансформации существуют в российском бизнесе, что послужило причиной успеха?

Какие дополнительные запросы к функции корпоративных коммуникаций появляются в новой реальности, каковы возможные структурные изменения в этой функции?

По итогам конференции будет подготовлен аналитический материал для широкого распространения в коммуникационной и экспертной среде. Участникам мероприятия будет предложено войти в экспертную сеть по регулярному обмену знаниями в данной области. Из участников дискуссии и гостей конференции будет сформирована основа коммуникационного ESG-клуба («Лаборатория ESG»), который позволит вести регулярный обмен практиками, идеями, формировать дальнейшую коммуникационную повестку.

Представители РАСО о значимости конференции:

Олег Полетаев, первый вице-президент РАСО:

«Ближайшее десятилетие корпоративных коммуникаций неизбежно пройдет под флагом «устойчивого развития» — такова глобальная повестка, и у российского бизнеса не будет альтернативного пути.

В среднесрочной перспективе проблема наличия ESG-политик и эффективности их реализации затронет – вслед за «голубыми фишками» – и крупные, и средние компании.

Специалистам по коммуникациям предстоит убедительно подтверждать приверженность бизнеса целям устойчивого развития ООН, демонстрировать стейкхолдерам эффективность собственных ESG-практик, строить на их основе продуктивные партнёрства с обществом и властью.

Эти процессы потребуют от специалистов в области коммуникаций исключительной профессиональной мобилизации. Но грядущие изменения обещают нашей отрасли исторический шанс существенно повысить значимость своей функции в системе корпоративного управления. Поэтому важнейшая задача РАСО – помочь профессиональному сообществу воспользоваться этим шансом».

Алексей Фирсов, вице-президент РАСО:

«Конференция и создаваемые на ее основе аналитические продукты – хорошая возможность для корпоративных участников сопоставить свои практики с опытом коллег: найти новые эффективные решения или предоставить свои подходы в качестве бенчмарка для других участников рынка.

Для нас как организаторов важно, чтобы это событие привело к формированию сообщества специалистов, занимающихся коммуникациями в области ESG, создало основу для регулярного обмена идеями. Конференция станет первым шагом по формированию такой инфраструктуры.

В рамках этого процесса мы стремимся к синтезу различных коммуникационных практик: по взаимодействию с населением и

локальными сообществами, государственными структурами, потребителями, финансовыми институтами, НКО, персоналом компаний. Такой синтетический подход будет формировать логику развития коммуникационных служб в ближайшей перспективе».

О партнёрской поддержке конференции «ESG-коммуникации» сообщил ряд крупнейших российских компаний, чья экспертиза будет крайне полезна для предстоящей дискуссии.

«Газпром нефть» – репутационно одна из наиболее ярких структур российского нефтегазового сектора. Создание образа инновационной, открытой компании с прогрессивной корпоративной средой сформировало для компании хорошие стартовые условия внутри ESG-повестки.

МТС – ведущая российская компания по предоставлению цифровых, медийных и телекоммуникационных сервисов, стратегия ее социальной ответственности охватывает 14 из 17 Целей устойчивого развития ООН. МТС первой из российских операторов подключилась к инициативе международной организации GSMA по достижению нулевых выбросов телеком-отраслью и участвует в разработке дорожной карты по движению к углеродной нейтральности для телеком-компаний по всему миру.

«Норильский никель» – крупнейший в мире производитель никеля и палладия –
предоставит участникам конференции пример того, как раскрытие долгосрочных программ устойчивого развития нивелирует негативные эффекты для компании.
Кейс компании – повод для разговора об устойчивости социального бренда. Один из наиболее интересных проектов – программа по работе с коренными северными народами.
Как коммуникации с местным населением позволяют уходить от принципа компенсаций к идее развития? Важны также практики локальных коммуникаций в городской среде Норильска – развитие горизонтальных связей, поддержка местных сообществ.

СИБУР – крупнейший нефтегазохимический холдинг страны, глубоко вовлеченный в такие аспекты ESGполитики как снижение экологического воздействия на среду, ответственная утилизация пластика, поддержка локальных сообществ в регионах присутствия. Нефтехимическая отрасль оказалась в центре вызовов, которые создает ESG-повестка; ответ на эти вызовы со стороны СИБУРа дает рынку полезные кейсы снижения объективных рисков.

Трубная Металлургическая Компания – глобальный поставщик стальных труб, трубных решений и сопутствующих сервисов для нефтегазового сектора. Для компании ESG-повестка – это, прежде всего, изменение ландшафта потребления, новые возможности, новые рынки и ниши. Коммуникационные усилия компании концентрируются на тематике декарбонизации экономики и снижения углеродного следа. Компания уже подготовилась к энергетическому переходу и создала линейку продуктов для водородной энергетики.

X5 Group – ведущая продуктовая компания России, которая управляет портфелем брендов сетевых магазинов «Пятёрочка», «Перекрёсток», «Карусель» и цифровыми бизнесами Vprok.ru Перекрёсток, 5Post и Около. Коммуникационный опыт X5 раскрывает практики, которые важны в ритейле и связаны с социальными программами для местных сообществ, рациональным потреблением, борьбой с бедностью, продвижением здорового образа жизни, сокращением объемов отходов, отправляемых на полигон.

«Магнитогорский металлургический комбинат» – одна из ведущих российских компаний в секторе чёрной металлургии. В области формирования ESG-образа компании ключевую роль играет социальная политика в отношении Магнитогорска – одного из крупнейших моногородов России. Поиск оптимальной модели сочетания интересов бизнеса и территории его присутствия в ситуации «монозависимости» городской экономики является показательным кейсом ММК (развитие принципа: «повышение субъектности города при сохранении социальной

ответственности).