

Экологическая ответственность бизнеса: опыт и перспективы



Конференция

Москва, 11 декабря 2017 года

■ Программа конференции

9:30 **РЕГИСТРАЦИЯ И ПРИВЕТСТВЕННЫЙ КОФЕ**

10:00 **УРОК ЭКОЛОГИИ**

Мария БЫСТРОВА, эксперт Лаборатории Зеленых офисов
Гай ИМЗ, соучредитель Совета по экологическому строительству/RuGBC,
Председатель Правления Совета RuGBC, эксперт по зеленому строительству

10:45

ОТКРЫТИЕ. Вступительное слово организаторов

Иван БАБЫКИН, начальник административного Управления ТехЦентра Дойче Банка
Приветственное слово

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ КОМПАНИЙ

Андрей БАДЕР, член Правления, директор по корпоративным вопросам «Нестле»
в регионе России-Евразии

▶ *Создание общих ценностей и экологическая устойчивость*

Наталья МАЛАШЕНКО, руководитель по коммуникациям UPM-Куммене

▶ *Ответственность по всей цепочке поставок - опыт UPM*

Ирина АНТЮШИНА, старший управляющий по устойчивому развитию бизнеса
и стратегическим партнерствам Unilever в России, Украине и Беларуси

▶ *Снижение воздействия на окружающую среду: экологические аспекты
устойчивого развития бизнеса*

Алексей КОСТИН, директор НП «КСО - Русский центр»

▶ *Экологическая политика российских компаний в свете достижения 17 целей
устойчивого развития ООН*

Вадим ЗАРИПОВ, руководитель аналитической службы «Пепеляев Групп»

▶ *Экологические платежи как инструмент экологизации бизнеса*

Елена СЕЛИВАНОВА, менеджер по внешним коммуникациям Mars Petcare & Food

▶ *«Один в поле не воин. Новый взгляд на устойчивость через поколение»*

Мария ВАСИЛЬКОВА, вице-президент по маркетингу ООО «Управляющая компания
«Сегежа групп»

▶ *Формирование культуры устойчивого потребления. Возможности замещения
полиэтиленовых пакетов биоразлагаемой и многоразовой упаковкой*

Сергей ЧЕСТНОЙ, советник Генерального директора ОК РУСАЛ,

Динара ГЕРШИНКОВА, советник по климату Дирекции по международным
проектам ОК РУСАЛ

▶ *Климатическая ответственность алюминиевых компаний – современные тренды
в России и за рубежом*

13:50

ЛАНЧ

■ Программа конференции

14:30

Анна СЫЧЕВА, руководитель направления «Устойчивое развитие» Компании «ОптиКом»

▶ *Циклическая экономика: как начать с себя?*

Андрей СТЕЦЕНКО, президент Центра экологических инноваций, сотрудник экономического ф-та МГУ

▶ *Проблемы Бизнеса и Общества - как риски превратить в выгоды*

Андрей ФРОЛОВ, сопредседатель Союза экологических общественных организаций

▶ *Экологические тренды развития*

«ЗЕЛЁНЫЙ ОФИС»

Василий БОКОВ и **Юрий РЕЙМАН**, сотрудники ТехЦентра Дойче Банка

▶ *Реализация экологических инициатив в ТехЦентре Дойче Банка*

Катерина КУЗНЕЦОВА, генеральный директор ООО «Зеленый Офис», руководитель проекта «Клуб и Лаборатория Зеленых офисов»

▶ *Почему все больше компаний выбирают внедрение концепции «зеленый» офис, как неотъемлемой части КСО?*

Александр ЛАБУНЕЦ, эколог Всероссийского банка развития регионов - Банк «ВБРР, группа компаний НК ПАО «НК «Роснефть»

▶ *Как сделать первый шаг на пути к Зеленому офису и зажечь всех сотрудников и их семьи идеей сохранения Зеленой Планеты*

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЛОНТЁРСТВО

Елена КРЮЧКОВА, руководитель проектов корпоративного волонтерства компании «Норникель»

Юля ВЕРЕЩАК, центр «Заповедники»

▶ *Корпоративное экологическое волонтерство на заповедных территориях России*

**17:00-
18:30**

Антон ОСТРОВСКИЙ, Руководитель Центра медиации и общественного взаимодействия к.м.н., доцент, РГСУ

Екатерина СКЛАДЧИКОВА, заместитель руководителя Центра медиации и общественного взаимодействия, РГСУ

Ролевая игра «ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КОНФЛИКТ»

КОФЕ

■ Информация об организаторах конференции

Информационно-аналитический журнал «Бизнес и общество» – первое российское издание, посвященное вопросам профессионального управления взаимодействием бизнеса и общества. Журнал освещает аспекты взаимодействия бизнеса с государством и гражданским обществом, включая технологии, тенденции, российский и международный опыт, практические примеры, социальное партнерство, законодательное регулирование и многое другое. Корпоративная ответственность – одна из наших ключевых специализаций, и до 1999 года журнал назывался «Социально ответственный бизнес».

Миссия журнала – повысить эффективность взаимодействия бизнеса с органами государственного управления всех уровней и организациями гражданского общества: создать пространство для накопления, обработки, обмена и распространения информации о различных аспектах развития корпоративной ответственности.

За время существования журнал стал авторитетным изданием для представителей российского бизнеса, властных структур, общественных организаций, консультантов и аналитиков.

Центр развития филантропии «Сопричастность» – одна из первых неправительственных организаций России. Начало деятельности – в качестве общества милосердия Свердловского района г. Москвы – 1987 г., в 1991 году был зарегистрирован благотворительный фонд «Сопричастность», на базе которого в 1999 г. образовался Центр развития филантропии «Сопричастность».

Миссия Центра – развитие и популяризация корпоративной социальной ответственности и межсекторного социального партнерства.

Среди основных направлений деятельности:

- информационно-просветительская (журнал и сайт «Бизнес и общество», сборники и др. материалы по КСО и социальному партнерству);
- исследовательская (целевые исследования и экспертные опросы по различным аспектам КСО, социального партнерства, устойчивого развития и гражданского общества);
- образовательная, различные проекты, среди которых Школа журналистики по КСО и социальному партнерству;
- консультационная и др.

НП «Клуб корпоративных филантропов» – преемник информационно-аналитического центра «Социально ответственный бизнес», основанного фондом «Сопричастность» в 1994 г. Через два года начал выходить бюллетень «Социально ответственный бизнес», который в 1999 г. был зарегистрирован как журнал «Бизнес и общество». Юридический статус Клуба приобрел в 1999 г., когда его соучредителями выступили Ассоциация российских банков, компания «Procter&Gamble», Издательский Дом «Хроникёр».

Клуб призван:

- содействовать повышению репутации ответственного;
- распространять ценности устойчивого развития, социальных инвестиций, корпоративной филантропии;
- способствовать выработке эффективных моделей социального партнерства.

■ Информация о партнёрах



Качество продуктов,
Качество жизни

«НЕСТЛЕ» – крупнейшая в мире компания-производитель продуктов питания и напитков, эксперт в области правильного питания и здорового образа жизни. Кредо «Нестле» – делать жизнь лучше, предлагая потребителям только качественные продукты. Отношения «Нестле» с Россией имеют давнюю историю. Компания поставляла свою продукцию в Россию уже в конце XIX века, когда петербургский торговец Александр Венцель подписал эксклюзивный контракт с Генри Нестле на поставку молочной муки FarineLactée на территорию Российской Империи. В 2016 году «Нестле» отмечал 150-летний юбилей со дня основания компании в Швейцарии.

Сегодня «Нестле» является лидером российского рынка в большинстве категорий, где присутствует её продукция: растворимый кофе, кофе-системы и кофе-капсулы, кулинария, готовые завтраки и каши быстрого приготовления, мороженое, детское питание. Кроме того, компания занимает сильные позиции на рынке кондитерских изделий, детского питания и кормов для домашних животных. По итогам 2016 года «Нестле» сумела добиться роста продаж в 12% по сравнению с уровнем 2015 года. Общий объем продаж «Нестле» в регионе Россия-Евразия составил 114,4 млрд рублей. Многолетний успех «Нестле» в России был достигнут благодаря стратегии осуществления долгосрочных инвестиций в местное производство, разработке продуктов, отвечающих традиционным вкусам потребителей, активному продвижению товарных знаков, постоянному развитию сетей сбыта, а также использованию местного сырья и компонентов. Регион Евразия в географии «Нестле» включает такие страны, как Узбекистан, Казахстан, Беларусь, Азербайджан, Грузия, Монголия и пр. Сотрудниками «Нестле» в регионе Россия-Евразия являются около 10 тыс. человек. Компания располагает 11 фабриками, 8 из которых находятся на территории России. Порядка 70% сырья и 90% упаковочных материалов имеют местное происхождение. Это позволяет «Нестле» производить локально более 90% продукции, реализуемой на рынке региона, а также способствует лучшему удовлетворению предпочтений и нужд потребителей и помогает компании более эффективно приспособиться к меняющимся экономическим и торговым условиям.

Деятельность компании осуществляется в рамках концепции корпоративной социальной ответственности «Создание общих ценностей». Ее суть заключается в создании ценностей не только для акционеров, но и для общества в целом. В качестве приоритетных областей для социальных инвестиций выбраны питание, развитие сельских областей и управление водными ресурсами.

«Нестле» принимает участие, и самостоятельно реализует целый ряд экологических и социальных программ. С 1999 года в России работает образовательная программа «Разговор о правильном питании», направленная на формирование у детей культуры питания как составляющей здорового образа жизни. В настоящее время в программе ежегодно принимает участие более 1 млн 200 тыс. школьников из 58 регионов России. Всего за годы реализации программы в ней приняло участие около 7,5 млн детей и подростков. Продолжает успешно реализовываться и другая образовательная программа «Нестле», предназначенная для родителей и врачей-педиатров, — «Первые 1000 дней. Растить здоровым с первых дней». Она нацелена на продвижение здорового питания с момента рождения ребенка и в течение первых 1000 дней его жизни. В 2016 году «Нестле» продолжила и успешное выполнение собственных обязательств в рамках «Программы поддержки молодых специалистов» (NestléNeedsYOUth), нацеленной на трудоустройство молодых людей в возрасте до 30 лет. В период с января 2014 по декабрь 2016 г. в компанию в регионе Россия-Евразия приняли на работу 3341 молодого специалиста, а также открыли 1359 вакансий, предназначенных для прохождения практики и стажировки молодыми людьми, чтобы помочь им приобрести опыт работы и получить профессиональное развитие.

Уже на протяжении 20 лет «Нестле Россия» вносит существенный вклад в решение социальных вопросов, и оказывает поддержку целому ряду значимых культурных проектов в России. В 2017 году исполнилось больше 10 лет их плодотворному сотрудничеству со знаменитым во всем мире Большим театром.

■ Информация о партнёрах



Deutsche Bank

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ДОЙЧЕ БАНКА специализируется на создании программного обеспечения для инвестиционного бизнеса Дойче Банка. Мы разрабатываем высокопроизводительные, высоконадежные технологические решения для торговли ликвидными финансовыми инструментами по всему миру.

Более 2000 приложений созданы с помощью Технологического Центра Дойче Банка в России. Они вносят существенный вклад в успех каждой из функциональных областей банковского бизнеса, таких как трейдинг, алгоритмический трейдинг, операционное сопровождение сделок, ценообразование, расчет прибыли и убытков, управление рисками. Эти программные продукты позволяют Дойче Банку эффективно работать на международных финансовых рынках, помогая инвесторам принимать ключевые решения, получать своевременную информацию и оперативно осуществлять сделки.

Технологический Центр Дойче Банка имеет представительства в Москве и Санкт-Петербурге, которые в настоящий момент насчитывают более 1000 человек.

Дойче Банк рассматривает Корпоративную Ответственность не как благотворительность, а как свой вклад в общественное развитие и в свое собственное будущее. Наша цель как компании высокой социальной ответственности – создать социальный капитал.

На пути к этой цели мы осуществляем работу в пяти сферах деятельности: искусство, образование, социальные инвестиции, обеспечение устойчивого развития, а также корпоративные волонтерские программы.

Подробнее - <https://www.db.com/russia/ru/content/755.htm>



Unilever

В компании **UNILEVER** считают, что развитие бизнеса не должно происходить в ущерб человечеству и планете. Поэтому мы изменили свой подход к ведению деловой деятельности и хотим изменить отношение к этому всего общества. Наша модель ведения бизнеса подразумевает непрерывный, прибыльный, конкурентоспособный и, что немаловажно, ответственный рост.

Для этих целей семь лет назад в Unilever создали План устойчивого развития и повышения качества жизни (UnileverSustainableLivingPlan, USLP). Он лежит в основе всего, что мы делаем. USLP помогает нам целенаправленно развивать все свои бренды, сокращать издержки, снижать риски и повышать уровень доверия, создавая в долгосрочной перспективе ценность для множества заинтересованных лиц. Мы установили сроки достижения целей по сокращению воздействия на окружающую среду, улучшению здоровья и благополучия, а также экономического положения миллионов людей. В настоящее время наш прогресс в достижении этих целей составляет более 80%, при этом мы продолжаем активно их выполнять.

План устойчивого развития и повышения качества жизни создан для достижения трех главных целей:

- Благодаря нам к 2020 году более 1 млрд людей будут заботиться о своем здоровье и благополучии.
- К 2030 году мы планируем вдвое уменьшить степень воздействия нашего производства, использования продуктов и развития нашего бизнеса на окружающую среду.
- К 2020 году мы улучшим экономическое положение миллионов людей благодаря расширению своей деятельности.

■ Информация о партнёрах



КОМПАНИЯ HENKEL ведет свою деятельность во всем мире и обладает сбалансированным и диверсифицированным портфелем. Компания занимает лидирующие позиции в промышленном и потребительском секторе благодаря инновациям, брендам и технологиям трех бизнес-направлений. Подразделение HenkelAdhesiveTechnologies является признанным лидером на рынке клеевых технологий — во всех сегментах отрасли во всем мире. В направлениях BeautyCare и Laundry&HomeCare компания Henkel удерживает ведущие позиции на многих рынках и во многих категориях по всему миру. История успеха компании Henkel, основанной в 1876 году, насчитывает более 140 лет. Общее число сотрудников компании Henkel в разных странах составляет более 50 000 человек — это увлеченная своим делом многообразная команда, объединенная сильной корпоративной культурой, стремлением к устойчивому развитию и общими ценностями.

Как признанный лидер в области устойчивого развития, Henkel занимает ведущие позиции в международных индексах и рейтингах. Привилегированные акции Henkel входят в индекс фондового рынка Германии DAX.

На российском рынке компания успешно развивается уже более 27 лет. Около 2 600 сотрудников Henkel в России работают над тем, чтобы такие бренды компании, как Persil, Schwarzkopf и «Момент», были доступны потребителю. В настоящее время у компании Henkel 9 заводов и 14 офисов в различных регионах России.

Более 10 лет Henkel ведет свою деятельность в Казахстане и является одной из самых успешных FMCG компаний на рынке. В главном офисе в г. Алматы и на заводе HenkelBautechnik в г. Капчагай работает около 180 человек.

Наше стремление к лидерству в сфере устойчивого развития прочно закреплено в наших корпоративных ценностях. Фундаментальной задачей нашей корпоративной культуры на протяжении многих десятилетий является сохранение баланса между экономическими аспектами, защитой окружающей среды и социальной ответственностью. Данный подход распространяется на все сферы деятельности нашей компании, и более 50 000 наших сотрудников по всему миру твердо придерживаются принципов устойчивого развития в своей ежедневной работе.

Чтобы поддерживать это направление в будущем, мы разработали долгосрочную стратегию устойчивого развития и установили простую и в то же время амбициозную цель: к 2030 году все продукты и процессы компании должны стать в три раза эффективнее, чем сегодня («Фактор 3»).

Эта цель направлена на решение одного из главных вызовов будущего, с которым мы столкнемся: отделение экономического роста от потребления ресурсов. При этом мы стремимся создать большую ценность для клиентов, потребителей, общественности и нашей компании, одновременно снижая воздействие на окружающую среду. Принцип «Делать больше, используя меньше» лежит в основе нашей стратегии устойчивого развития, направленной на все наши бизнес-процессы и сферы деятельности.

■ Информационные партнёры

ФИЛАНТРОП

ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ
WWW.PHILANTHROPY.RU

Цель **Электронного журнала о благотворительности «ФИЛАНТРОП»** (<http://philanthropy.ru>) – не только создать ведущее СМИ о некоммерческом секторе, но также собрать на одной площадке сообщество профессионалов и просто неравнодушных людей для обсуждения и продвижения идей филантропии. Для этого у «Филантропа» есть, помимо собственно сайта, сложившиеся сообщества в Twitter, Facebook и Вконтакте, основной костяк которых — эксперты и практики некоммерческого сектора.



АССОЦИАЦИЯ
МЕНЕДЖЕРОВ

АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ – одно из ведущих деловых объединений России. Деятельность АМ нацелена на профессиональное развитие сообщества менеджеров, переход к социально ответственным стандартам ведения бизнеса, интеграцию в глобальную экономику. Ассоциация образована в 1999 году. За годы работы она зарекомендовала себя как независимая экспертная площадка для выработки консолидированной позиции бизнеса по наиболее острым социальным и профессиональным вызовам, которые стоят перед руководством крупных российских предприятий, обществом и властью. Миссия Ассоциации Менеджеров – улучшение качества управления в стране вне зависимости от отрасли и формы собственности предприятия, а также формирование социально ответственного и национально ориентированного управленческого сообщества. За 16 лет работы АМ объединила более 3 тыс. профессиональных управленцев – лидеров в своих отраслях, осуществляющих деятельность в 56 регионах РФ. Более трети всех компаний членов Ассоциации – представители реального сектора экономики.

Ассоциация Менеджеров занимает активную позицию в обсуждении и проработке следующих актуальных тематик: корпоративное управление; взаимодействие с органами власти; управление человеческими ресурсами; маркетинг и корпоративная стратегия; финансовые рынки; внешнеэкономическая деятельность; бизнес образование; корпоративная социальная ответственность; инновации.



ЗЕЛЕНЬ ГОРОД – первый в России комплексный медиа-ресурс нового поколения, охватывающий все основные каналы распространения информации в сегменте B2B и полностью посвященный актуальной теме экоустойчивого строительства и шире – переходу человечества на новую парадигму устойчивого развития. Ресурс предназначен для профессиональных архитекторов и девелоперов.

■ Докладчики



Иван БАБИКИН,
начальник административного Управления ТехЦентра Дойче Банка

Приветственное слово



Андрей БАДЕР,
член Правления, директор по корпоративным вопросам «Нестле»
в регионе Россия-Евразия

Андрей Бадер родился 23 января 1963 г. в Москве. Востоковед (иранист) по образованию, Андрей Николаевич окончил МГУ им. М.В.Ломоносова и затем защитил кандидатскую диссертацию в Институте востоковедения Российской академии наук. Автор около сотни научных публикаций. Работал в нескольких институтах Академии, а также за рубежом в национальных и международных организациях (Франция, Великобритания, страны Средней Азии и Ближнего Востока).

Андрей Николаевич Бадер имеет многолетний опыт работы в области корпоративных отношений, связей с правительственными организациями, корпоративной социальной ответственности, отношений со СМИ и общественными организациями в ведущих международных компаниях (Procter&Gamble, Alcoa). В компании «Нестле» он отвечает за весь спектр корпоративных вопросов и специальных проектов на региональном, национальном и международном уровнях.



Гай ИМЗ,
генеральный директор
совета по экологическому строительству RuGBC

Гай Имз возглавляет Совет по экологическому строительству в России (RuGBC), крупнейшую ассоциацию в сфере «зеленого» строительства в РФ. Деятельность RuGBC, объединяющей свыше 230 российских и международных компаний - лидеров в архитектурно-строительной сфере, направлена на развитие экологического строительства и внедрение российских и международных стандартов. Г-н Имз имеет двадцатилетний опыт работы в крупнейших компаниях не только за рубежом, но и в России, в последние 8 лет на рынке недвижимости и экологического строительства.

Гай Имз начал свою карьеру в сфере телекоммуникаций и в разное время занимал руководящие должности в российских и международных компаниях, таких как Delta Telecom (ныне Skylink), RTDC (западно-американский холдинг, который в свое время основал известные российским потребителям Delta Telecom и Moscow Cellular). В компании Philips Consumer Communications (PCC) Гай Имз отвечал за продажи в Восточной Европе. С 1998 г. работал в Golden Telecom и в 2001 г.



**Наталья МАЛАШЕНКО,
директор по корпоративным отношениям UPM**

С апреля 2006 года по настоящее время директор по корпоративным отношениям UPM, Россия.

1998 – 2006 гг. – прошла путь от стажера в отделе корпоративных отношений до менеджера по корпоративной репутации «БАТ Россия».

Награды: 2015-2017 лидер в отраслевом рейтинге директоров по общественным и корпоративным связям (лесная и деревообрабатывающая промышленность) «Топ-1000 российских менеджеров» Ассоциации менеджеров и «Коммерсантъ».

2014-2017 – в ТОП-100 рейтинга директоров и департаментов по корпоративным коммуникациям и корпоративным отношениям «ТОР-COMM» АКМР.

Образование: ExecutiveAcademy, Венский университет экономики и бизнеса, MBA Sales&Marketing (2015). Центрально-Европейский университет (Будапешт), факультет международных отношений (1997). МГУ им. М.В.Ломоносова, географический факультет, кафедра Географии мирового хозяйства (1996).



**Ирина АНТЮШИНА,
старший управляющий по устойчивому развитию бизнеса
и стратегическим партнерствам Unilever в России, Украине и Беларуси**

В 2007 году окончила МГИМО (У) МИД России по специальности «Международные отношения» (бакалавр, диплом с отличием). В 2009 году окончила МГИМО (У) МИД России по специальности «Европейские исследования» (магистр, диплом с отличием). С августа 2009 г. по март 2012 г. работала в медиа-аналитической группе «Прайм Тайм», в 2011 году возглавила отдел мониторинга группы.

В апреле 2012 года присоединилась к компании Unilever в качестве специалиста по устойчивому развитию, благотворительности и стратегическому планированию. В настоящее время занимает должность старшего управляющего по устойчивому развитию бизнеса и стратегическим партнерствам Unilever в России, Украине и Беларуси.

Владеет английским и немецким языками.



**Алексей КОСТИН,
исполнительный директор НП «Корпоративная социальная
ответственность – Русский Центр»**

Кандидат экономических наук, специализируется в областях устойчивого развития, стратегического управления и корпоративной социальной ответственности (КСО). В настоящее время является исполнительным директором НП «КСО – Русский Центр» (КСО-РЦ), основанного в 2004 году. Основной профиль организации – разработка стратегий развития корпоративных систем КСО и устойчивого развития для российских компаний, а также моделей и структур межсекторного социального партнерства для практического взаимодействия местных и региональных органов власти, НКО и бизнеса.

А.Е. Костин является автором более 40 научных работ и статей по проблемам менеджмента и социальной ответственности бизнеса. С 1979 по 1985 годы работал на экономическом факультете МГУ в качестве исследователя, а затем заместителя декана. В 1977 году прошел стажировку в Университете штата Нью-Йорк, США.

В 1981 году защитил кандидатскую диссертацию в области государственного управления, посвященную сравнительному анализу организации управления крупными государственными программами в США, Италии, Швеции, Японии и СССР. С 1985 по 1989 год работал в Доме советской культуры и науки в Хельсинки, где занимался развитием научно-технических и промышленных связей Финляндии и СССР. В период с 1990 по 2002 годы работал в МГУ им. М.В.Ломоносова, Международном центре развития малого бизнеса, Межрегиональном объединении «Консалтинг и предпринимательство» при ТПП РФ, МГУ сервиса, а также консультантом и тренером в ряде некоммерческих организаций. Принимал участие в организации и реализации различных международных проектов между российским бизнесом и предпринимателями Скандинавских стран, Италии, США, Нидерландов, Великобритании и Японии. В 2002-2003 годах работал менеджером проекта ТАСИС Европейского Союза по развитию систем мониторинга и оценки состояния окружающей среды в странах СНГ в Копенгагене, Дания. С 2004 года возглавляет НП «КСО – Русский Центр».



Елена СЕЛИВАНОВА,
менеджер по корпоративным отношениям компании Mars Petcare

Работает в сфере коммуникаций с 2007 года. Присоединилась к команде Mars в июле 2016 года, взяв на себя роль менеджера по внешним коммуникациям в сегментах Mars Petcare (питание для домашних животных) и Food (продукты питания).

До прихода в Mars она в течение двух лет руководила проектной группой в агентстве PRT/Edelman Affiliate. Команда Елены специализировалась на проектах в сфере фармацевтического, автомобильного и FMCG рынков, а также кризисных коммуникаций.

С 2012 по 2014 год – отвечала за внешние коммуникации и цифровой маркетинг в тайваньской автомобильной компании Luxgen. Елена пришла в команду на этапе формирования российского представительства марки и имела возможность отстраивать внешние коммуникации с различными аудиториями с нуля.

Ранее Елена работала в агентстве «Михайлов и партнеры. Управление стратегическими коммуникациями» в практике корпоративных коммуникаций. В команде МиП она приняла участие в разработке и реализации успешных проектов для таких компаний, как BMW Group Россия, Rolls-Royce Motor Cars Moscow, Panasonic Russia, Dr. Reddy's и других.

Окончила Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ) по специальности «Связи с общественностью».

Елена замужем. Вместе с мужем она увлекается яхтингом, а также любит проводить время, занимаясь йогой.

Андрей ФРОЛОВ,
сопредседатель Союза экологических общественных организации

1974-1996 гг. служба в Вооруженных Силах СССР, полковник, в апреле-июне 1986 г. входил в оперативную группу Генштаба ВС СССР по ликвидации последствий аварии на Чернобыльской АЭС.

1990-1993 гг. - депутат Моссовета 21-го созыва, член Президиума Моссовета, Председатель комиссии по экологии и охране окружающей природной среды.

1996 -2008 гг. - главный редактор газеты «Дом Природы».

2008 г. по н/в - исполнительный директор АНО «Центр эколого-социальных программ».

1976 - 1990 гг. член КПСС, лектор Общества «Знание».

1990-1993 гг. - председатель фракции «Зеленые» Моссовета, председатель фракции «Демократическая Россия» Моссовета.

1993 - по н/в сопредседатель Союза экологических общественных организаций.

1994 -1999 гг. - учредитель, член Правления, Председатель исполкома партии «Демократическая Россия».

1994 -1999 гг. член экспертного совета Комитета по экологии ГД РФ.

2000 - 2002 гг. - член Координационного Совета по созданию партии «Союз правых Сил», заместитель председателя третейского партийного суда.

2001-2008 гг. - председатель экспертного совета Комиссии по экологической политике Московской городской думы.

2002 -2004 гг. - председатель исполкома партии «Зеленая Россия».

2012 г. - по н/в сопредседатель Московского городского экологического Совета.



**Василий Боков,
Юрий Рейман,
сотрудники ТехЦентра Дойче Банка**



**Юлия ВЕРЕЦАК,
магистр экологии мегаполисов, продюсер**

С 2012 года занимается разработкой программ корпоративного волонтерства на заповедных территориях, организацией и проведением ежегодной премии в сфере экологического волонтерства «Хрустальный Бурундук», методическим сопровождением экологических марафонов, внутрикорпоративного обучения сотрудников в сфере ресурсосбережения, разработкой программ «Зеленый офис», а также разработкой и сопровождением иных корпоративных экологических программ, в том числе для детей сотрудников компаний.

В зону компетенции входит также продюсирование экологических фестивалей, кинопоказов, перфомансов.



**Вадим ЗАРИПОВ,
руководитель аналитической службы юридической компании
«Пепеляев Групп»**

На основе 20-летнего опыта консультационной и судебной работы по защите прав и законных интересов крупнейших российских и иностранных компаний проводит мониторинг, анализ и обобщение правоприменительной практики с выделением системных правовых и налоговых проблем, разработкой рекомендаций по их разрешению, взаимодействием с органами государственной власти и деловыми ассоциациями.

Принимал участие в качестве эксперта в подготовке Постановления Конституционного Суда РФ от 05.03.2013 № 5-П по делу о проверке конституционности статьи 16 Федерального закона «Об охране окружающей среды» и постановления Правительства Российской Федерации «Об утверждении Порядка определения платы и ее предельных размеров за загрязнение окружающей природной среды, размещение отходов, другие виды вредного воздействия» в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью «Тополь» и Постановления Конституционного Суда РФ от 02.06.2015 № 12-П по делу о проверке конституционности части 2 статьи 99, части 2 статьи 100 Лесного кодекса РФ и положений постановления Правительства РФ «Об исчислении размера вреда, причиненного лесам вследствие нарушения лесного законодательства» в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью «Заполярье».



**Катерина КУЗНЕЦОВА,
Генеральный директор ООО «Зелёный офис»**

Создатель и руководитель Клуба и Лаборатории Зеленых офисов, Генеральный директор ООО «Зелёный офис» (оценка по BREEAM/LEED/ RUSO), Эксперт в экологизации зданий и помещений по «зеленым» стандартам строительства и эксплуатации, со-разработчик системы добровольной сертификации «RUSO. Зеленый офис»



**Анна СЫЧЕВА,
руководитель направления «Устойчивое развитие» компании «ОптиКом»**

Эксперт по экологичной упаковке и расходным материалам. Разработала экологическую политику компании «ОптиКом», основанную на принципах циклической экономики. Консультирует клиентов «ОптиКом» – преимущественно компании секторов розничной торговли и HoReCa – по вопросам экологизации бизнеса.



**Динара ГЕРШИНКОВА
Советник в по климату в Дирекции по международным проектам ОК РУСАЛ**

С 2015 по 2016 год – заместитель начальника Управления научных специальных программ Росгидромета.

с 2010 по 2015 – работа в Администрации Президента РФ (аппарат советника Президента РФ А.И.Бедрицкого).

2005-2010 – начальник отдела климатических программ Росгидромета.

1997-2004 – инженер-синоптик, начальник методического отдела Латвийского Агентства среды, геологии и метеорологии.

В 1996 году закончила Российский государственный гидрометеорологический университет (метеорологический факультет), в 2012 – Всероссийскую академию внешней торговли (факультет международного права).

Участник переговоров ООН по климату в составе российской делегации более 10 лет, автор нескольких публикаций по вопросам международного регулирования проблемы изменения климата и устойчивому развитию.



**Сергей ЧЕСТНОЙ,
советник в аппарате генерального директора
ОК РУСАЛ**

2013 по 2016 год – директор по международным и специальным проектам ОК РУСАЛ.

С 2001 по 2012 год Сергей Честной являлся директором международного департамента ОК РУСАЛ.

В 2000 – 2001 гг. - советник председателя правления банка «ОАО БАНК «Российский кредит».

С 1984 по 2000 год находился на дипломатической службе в МИД СССР – МИД России. Специализировался на проблемах многосторонней экономической дипломатии, помощи развивающимся странам, включая проблему задолженности, торгово - экономическим и научно – техническим сотрудничеством с США, участия России в «Большой восьмерке».

Был заместителем директора Департамента экономического сотрудничества МИД России, старшим советником, руководителем экономического отдела Посольства РФ в США, Заместителем директора Департамента Северной Америки МИД РФ, представителем МИД РФ в аппарате представителя Президента РФ по делам промышленно развитых стран, входящих в «Группу восьми». В разные годы был членом официальных делегаций СССР и России на переговорах с МВФ, Всемирным банком, «Парижским клубом», ГАТТ/ВТО, на саммитах «семь плюс один» и «Большой восьмерки». В составе делегации СССР участвовал в создании Европейского банка реконструкции и развития, в составе делегации России – в создании Черноморского банка торговли и развития. Имеет дипломатический ранг Советника 1 класса. В 1984 году окончил с отличием МГИМО МИД СССР (факультет международных экономических отношений), в 1988 году аспирантуру МГИМО. Имеет ученую степень кандидата экономических наук.



Татьяна БАЧИНСКАЯ,
директор Центра развития филантропии «Сопричастность», учредитель
и главный редактор информационно-аналитического портала
и журнала «Бизнес и общество»

Окончила факультет журналистики МГУ им. Ломоносова и Финансовую академию при Правительстве РФ.

В 1999 г. стажировалась в Центре изучения филантропии Городского университета Нью-Йорка. Работала в Ассоциации российских банков, в ряде крупных коммерческих и некоммерческих структур и СМИ.

Является автором ряда исследований по корпоративной социальной ответственности, корпоративному волонтерству и социальному партнерству.

С 1999 г. совмещает работу редактора с руководством Клуба корпоративных филантропов и (с 2002 г.) Центра развития филантропии «Сопричастность».



Антон ОСТРОВСКИЙ,
руководитель Центра медиации и общественного взаимодействия РГСУ

Руководитель Центра медиации и общественного взаимодействия Российского государственного социального университета, кандидат медицинских наук, доцент, профессиональный медиатор, эксперт Общероссийского гражданского форума (направление «Разрешение конфликтов»).



Екатерина СКЛАДЧИКОВА,
заместитель руководителя Центра медиации и общественного
взаимодействия РГСУ, психолог, тренер – медиатор

Эксперт Общероссийского гражданского форума (направление «Разрешение конфликтов»).

■ Тезисы



Наталья МАЛАШЕНКО,
директор по корпоративным отношениям UPM

Ответственность по всей цепочке поставок - опыт UPM

Главное ожидание потребителя — это безопасность продукции. Кроме того, потребители рассчитывают, что продукция произведена легальной и ответственно. Она должна соответствовать высочайшим стандартам качества и ответственности.

Более высокие стандарты означают меньший риск. Мы следим за тем, чтобы наши поставщики и заинтересованные стороны соответствовали нашим четко определенным стандартам. Аудиторские проверки поставщиков и оценка рисков являются хорошими инструментами для сохранения высоких стандартов корпоративной ответственности. В такой же степени важен продолжительный и открытый диалог. Потому что в конечном итоге общие ценности и цели всегда являются лучшей основой.

Наш Кодекс поставщиков и сторонних организаций определяет минимальный уровень требований, которые мы предъявляем к каждому, кто работает с UPM и на UPM.

Никаких компромиссов и исключений. Мы хотим быть уверены в том, что любые экологические, социальные и экономические риски сведены к минимуму. Более того, мы хотим гарантировать безопасность всех наших работ и всего используемого сырья, а также его поступление из легальных, ответственных источников. Мы не приемлем компромиссов при ответственном ведении закупок. Мы убеждены, что благодаря ответственным закупкам каждый выбор может стать значительным – важны решения, которые принимаем мы и наши поставщики.

Сотрудничество с поставщиками – основа ответственной цепочки поставок. Наша сильная сторона в близком и открытом сотрудничестве со всеми ключевыми поставщиками. Взаимное осознание экономических, экологических и социальных аспектов, а также наши требования в этих сферах, создают выигрывающую ситуацию для наших поставщиков и для нас в долгосрочной перспективе.



Ирина АНТЮШИНА,
старший управляющий по устойчивому развитию бизнеса и стратегическим партнерствам Unilever в России

Снижение воздействия на окружающую среду: экологические аспекты устойчивого развития бизнеса

1. Почему переработка — обязательно приоритетный способ решения проблемы отходов производства?
2. Натуральность, органика, устойчивость — в чем различия и на что делает ставку бизнес?

3. Возобновляемая энергия как следующий шаг на пути к реализации экологической ответственности бизнеса.



Мария ВАСИЛЬКОВА,
вице-президент по маркетингу лесопромышленного
комплекса Segezha Group

Эксперт в лесной отрасли и в области устойчивого развития Победитель в номинации «Деловые женщины 2017» Ernst&Young.

Выпускник программы Executive MBA московской школы управления «Сколково».

Андрей ФРОЛОВ,
сопредседатель Союза экологических общественных организации

Экологические тренды развития

1. Экологические тренды развития и тенденции изменения окружающей среды.
2. 6-ое Глобальное вымирание видов, неизбежность перехода к водородной Цивилизации.
3. Методы прогнозирования, примеры применения(научный, метаисторический, ритмология).



Вадим ЗАРИПОВ,
руководитель аналитической службы юридической компании
«Пепеляев Групп»

Негативное воздействие на окружающую среду в ходе производственной деятельности явление нежелательное, но неизбежное в силу современного уровня потребления, с одной стороны, и развития науки и техники с другой. Загрязнение в определенных пределах допустимо, но на условиях платности. Поэтому один из наиболее заметных экономических рычагов для предприятий - система экологических платежей. Почему сегодня они неэффективны и не устраивают ни компании, ни государство, ни общество?

Такие природоресурсные платежи как экологический сбор, утилизационный сбор и плата за загрязнение окружающей среды будут способствовать снижению воздействия экономической деятельности на экологию только при соблюдении ряда условий:

1. Преобладание регулирующей и компенсирующей функций над фискальной.
2. Адекватный размер.
3. Системный подход.
4. Понятные и предсказуемые правила взимания в законе.
5. Эффективное администрирование.

Сегодня эти правила не выполняются, чему имеются многочисленные примеры.

В результате в России по-прежнему отсутствует действенная система экологических платежей. Это влечет отсутствие на рынке экономических стимулов цивилизованного обращения с производственными и бытовыми отходами, приводит к нерентабельности мусороперерабатывающих заводов, отсутствию сырья для них и т.д. Как следствие, продолжается хищническая эксплуатация наиболее ценного природного ресурса окружающей среды, экологическая обстановка продолжает ухудшаться.



Юлия ВЕРЕЦАК,
магистр экологии мегаполисов, продюсер

Корпоративное экологическое волонтерство на заповедных территориях России

- уникальность заповедного корпоративного волонтерства для компаний;
- интересные кейсы по заповедному волонтерству:

- * экологические детские лагеря с компанией Mondeliz Rus в национальном парке «Мещера»;
- * «Неделя добра» компании Mondeliz (одновременная акция в 18 регионах на 18 заповедных территориях от Калининграда до Владивостока) ;
- *экомарафон с компанией «Норильский Никель» и восстановление «Аптекарского огорода» природного парка «Битцевский лес»;
- * спасение хищных птиц с компанией «Аркион» и природным парком «Битцевский лес»;
- * программа поддержки бобронариума Воронежского заповедника компанией АВВУ;
- * уникальный проект озеленения нефтепровода на территории Национального парка, компания «СвязьТрансНефть»;
- провалы при планировании корпоративного волонтерства;
- перспективы сотрудничества на 2018 год.



Катерина КУЗНЕЦОВА,
генеральный директор ООО «Зелёный офис»

Почему все больше компаний выбирают внедрение концепции «зеленый» офис, как неотъемлемой части КСО?

- что такое экологическая ответственность с точки зрения международных «зеленых» стандартов;
- оптимизации расходов при минимальных вложениях;
- развитие экологически ответственной корпоративной культуры, как способа повышения индекса вовлеченности сотрудников и степени их лояльности; экопросвещение сотрудников важный шаг для развития «зеленой» экономики.



Анна СЫЧЕВА,
руководитель направления «Устойчивое развитие» компании «ОптиКом»

Циклическая экономика: как начать с себя?

Циклическая экономика как одна из Целей устойчивого развития, международные инициативы в сфере циклической экономики.

Опыт «ОптиКом»: проект «Бумаговорот» и продвижение товаров из вторичных и биоразлагаемых материалов.

Стандарты маркировки и позиционирования биоразлагаемой продукции. Гринвошинг.



Динара ГЕРШИНКОВА,
Советник в по климату в Дирекции по международным проектам ОК РУСАЛ,

Сергей ЧЕСТНОЙ,
советник в аппарате генерального директора ОК РУСАЛ

Климатическая ответственность алюминиевых компаний современные тренды в России и за рубежом

Алюминий является вторым по востребованности металлом в мире после стали. Спрос на него устойчиво растет (около 5% ежегодно). Производство алюминия связано со значительным потреблением энергии, поэтому переход отрасли на дружественные климату решения отвечает целям Парижского соглашения по сдерживанию роста глобальной температуры в пределах 2 градусов. Практически все глобальные алюминиевые компании уделяют внимание снижению негативного воздействия на окружающую среду и климат, принимают корпоративные стратегии по климату с конкретными целевыми показателями. Основными подходами здесь являются снижение углеродного следа за счет использования низкоэмиссионной или безуглеродной электроэнергии (гидроэнергетика, природный газ, атомная энергия) и увеличения доли вторичного алюминия в производстве, что также снижает энергозатраты и, соответственно, уменьшает углеродный след. Одним из уникальных качеств алюминия является практически неисчерпаемая способность к переработке. 75 % алюминия, произведенного за всю историю промышленного выпуска металла, используется в наши дни. Переработка алюминия требует всего 5% от объема энергии, необходимого для производства первичного алюминия.

РУСАЛ в ноябре объявила о запуске своего нового бренда низкоуглеродного алюминия — ALLOW. Алюминиевая продукция под этим брендом отличается существенно более низким «углеродным следом» (удельным объемом выбросов парниковых газов на тонну алюминия при производстве металла), чем в среднем по отрасли, благодаря доступу к чистой возобновляемой гидроэлектроэнергии. Углеродный след продукции под брендом ALLOW составляет менее 4 тонн парниковых газов в эквиваленте CO₂ на тонну произведенного алюминия, в то время как в среднем в мире значение этого показателя составляет около 12 тонн (учитываются прямые и косвенные энергетические выбросы от алюминиевых заводов).

Сертифицированная третьей стороной низкоуглеродная продукция появилась и у других алюминиевых компаний Norsk Hydro, Rio Tinto. Ряд алюминиевых компаний участвуют в международной глобальной климатической отчетности Carbon disclosure project (CDP), что также свидетельствует о вовлеченности алюминиевой отрасли в реализацию мер по снижению нагрузки на климат. Более 1000 компаний по всему миру представляют отчеты в CDP, качество которых оценивается по рейтингу от «А» до «D». Средний рейтинг за 2016 год составил в целом по миру – «С», в России – «D». РУСАЛ вошел в четверку российских компаний, получивших рейтинг «С».

Участие бизнеса в реализации национальных и глобальных климатических целей является залогом выполнения парижских договоренностей. Необходимо двигаться далее к созданию международных стандартов низкоуглеродной продукции и формированию на нее активного спроса.



Андрей СТЕЦЕНКО,
президент Центра экологических инноваций,
сотрудник экономического ф-та МГУ

Проблемы Бизнеса и Общества - как риски превратить в выгоды

1. Недостаток дешёвых денег.
2. Экологическая социальная ответственность – модно и возможно б на новые рынки.
3. У социально и экологически ориентированного бизнеса наблюдается рост стоимости акций.
4. Из экологически грязного бизнеса выводится капитал (угольная отрасль), дивестиции.
5. Климатическая нейтральность 1.Это не дорого, 2.Это покажет ответственность бизнеса.
6. Вырубка лесов. Леса лёгкие планеты. Активное уничтожение лесов.
7. Сельское хозяйство. Деградация почв в результате неразумного ведения хозяйства.
8. Планомерное снижение и на данный момент практически отсутствие посадок лесополос. В результате пыльные бури, уничтожение (выдувание, смывание) почвенного слоя.
9. Что будут есть наши дети, когда останутся без почвенного покрова в результате неразумного, истощительного ведения сельского хозяйства.
10. В Сибири надо сажать лес, очень много вырублено.
11. Деградация существующих лесополос. Лесополосы не имеют собственника, стареют, выпадают, вырубаются, горят.
12. Вымирают виды растений и животных. Необходимо сохранение биоразнообразия земли.

Решение.

1. Западные инвесторы с уважением относятся к заявлением экологической ответственности бизнеса, климатической нейтральности. Компании публикующие отчёты о социальной и экологической ответственности получает доступ к дешёвым европейским деньгам от западных инвесторов.
2. Лояльность покупателей проявляется к экологически и климатически ответственным бизнесам. Как на западе так и в России все больше ценится экологичный продукт. Повышаются продажи экологичной продукции.
3. Дивестиций: экологичный бизнес превращает дивестиции и получает инвестиции.
4. Вы заявляете о своей климатической ответственности: акции растут, повышается приток инвестиций бизнес.
5. Долгосрочные вложения – повышение собственной климатической ответственности реализованы в личных проектах.
6. Посадка леса, лесополос структура ведения сельского хозяйства.
7. Создание агроэкосистем. В.В.Докучаев пример воронежской области. Каменная степь – хозяйство более 120 лет выдающая высокие урожаи, на 20-30-40% выше, чем в среднем в регионе.
8. Нужно стать экологически чистым бизнесом, чтобы получить инвестиции либо не было дивестиций.
9. Как это сделать? Посадка и сохранение лесов, лесополос. Парижское Климатическое Соглашение позволяет это сделать.
10. Лесополосы вдоль дорог, как система безопасности, чтобы автомобили поезда не сносило ветром. Сажать лесополосы разных пород чтобы создать устойчивое микро экосистемой. Сажать лесополосы в зависимости от того где и как они должны расти.

Благодарим Вас за участие!



Nestlé

Качество продуктов,
Качество жизни



Deutsche Bank



Unilever

ФИЛАНТРОП

ЭЛЕКТРОННЫЙ WWW.PHILANTHROPY.RU
ЖУРНАЛ О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ



АССОЦИАЦИЯ
МЕНЕДЖЕРОВ

www.b-soc.ru