



# Открытая экоотчетность : требование времени

На примере Северо-Западной  
лесопромышленной компании



# Северо-Западная лесопромышленная компания:

- Вертикально интегрированная группа российских промышленных предприятий
- Численность сотрудников СЗЛК – около 2000 человек
- Основная деятельность предприятий – производство целлюлозы, офсетной бумаги и бумажно-беловых изделий (тетрадей, альбомов и пр.).



# Состав Северо-Западной лесопромышленной компании:

- ЗАО «СЗЛК» (г. Санкт-Петербург)
- ООО «Неманский целлюлозно-бумажный комбинат» (Калининградская область)
- ЗАО «Каменногорская фабрика офсетных бумаг» (Ленинградская область)
- Вельский ФАХВЕРК (ранее – Вельский завод клееных деревянных конструкций, Архангельская область)
- торговые дома и представительства в регионах России и странах СНГ



# Информационная стратегия СЗЛК адресована:

- международным организациям,
- инвесторам, в том числе зарубежным,
- государственным природоохранным контролирующим органам РФ,
- местному населению малых городов, где расположены предприятия СЗЛК,
- «зеленой» общественности,
- другим заинтересованным сторонам.



# Информационная стратегия СЗЛК включает:

- **ежемесячный выпуск корпоративной газеты «СЗЛК-экспресс» и «Неманский бумажник»,**
- **организацию публикаций в общественно-политических и деловых общероссийских печатных СМИ,**
- **организацию радио- и телепередач,**
- **размещение в интернете сообщений о деятельности СЗЛК,**
- **проведение PR-акций (брифинги, пресс-конференции, семинары и пр.),**
- **размещение материалов о деятельности СЗЛК в местных СМИ,**
- **организацию посещений предприятий представителями СМИ и экологической общественностью,**
- **публикацию специального Экологического отчета,**
- **публикацию специальной изопродукции (буклеты, календари, открытки и пр.).**



# Заинтересованные в экологической информации стороны:

- акционеры / собственники
- корпоративные клиенты
- поставщики и субподрядчики
- инвесторы и финансово-кредитные организации
- потребители
- страховщики
- органы местного управления
- государственные контролирующие органы
- конкуренты
- специалисты и сотрудники предприятия
- общие и специализированные средства массовой информации
- другие предприятия региона
- общественные организации
- местное население (в т.ч. потенциальные сотрудники)



# Открытая экоотчетность :

- **позволяет компаниям демонстрировать свою устойчивость и прогрессивность собственных подходов к управлению;**
- **получать преимущества на перспективных рынках;**
- **совершенствовать стратегическое и оперативное управление компанией;**
- **привлекать и удерживать квалифицированный персонал.**



# Открытая экоотчетность - метод связей с общественностью:

- способ создания положительного имиджа компании;
- обеспечение доверия государственных органов, инвесторов, клиентов и поставщиков;
- контроль рисков и защиты репутации;
- приобретение возможности влияния на заинтересованные стороны (в первую очередь, потребителей) в вопросах создания и распространения подходов экологически чистой продукции.



# Внутренние преимущества открытой экоотчетности:

- **повышение результативности и эффективности деятельности организации;**
- **повышение результативности систем управления (систем менеджмента);**
- **развитие обмена информацией и взаимодействия между обособленными подразделениями и функциональными направлениями;**
- **возможность создания эффективных процедур обратной связи с персоналом;**
- **возможность отслеживать тенденции и принимать более обоснованные долгосрочные стратегические решения.**

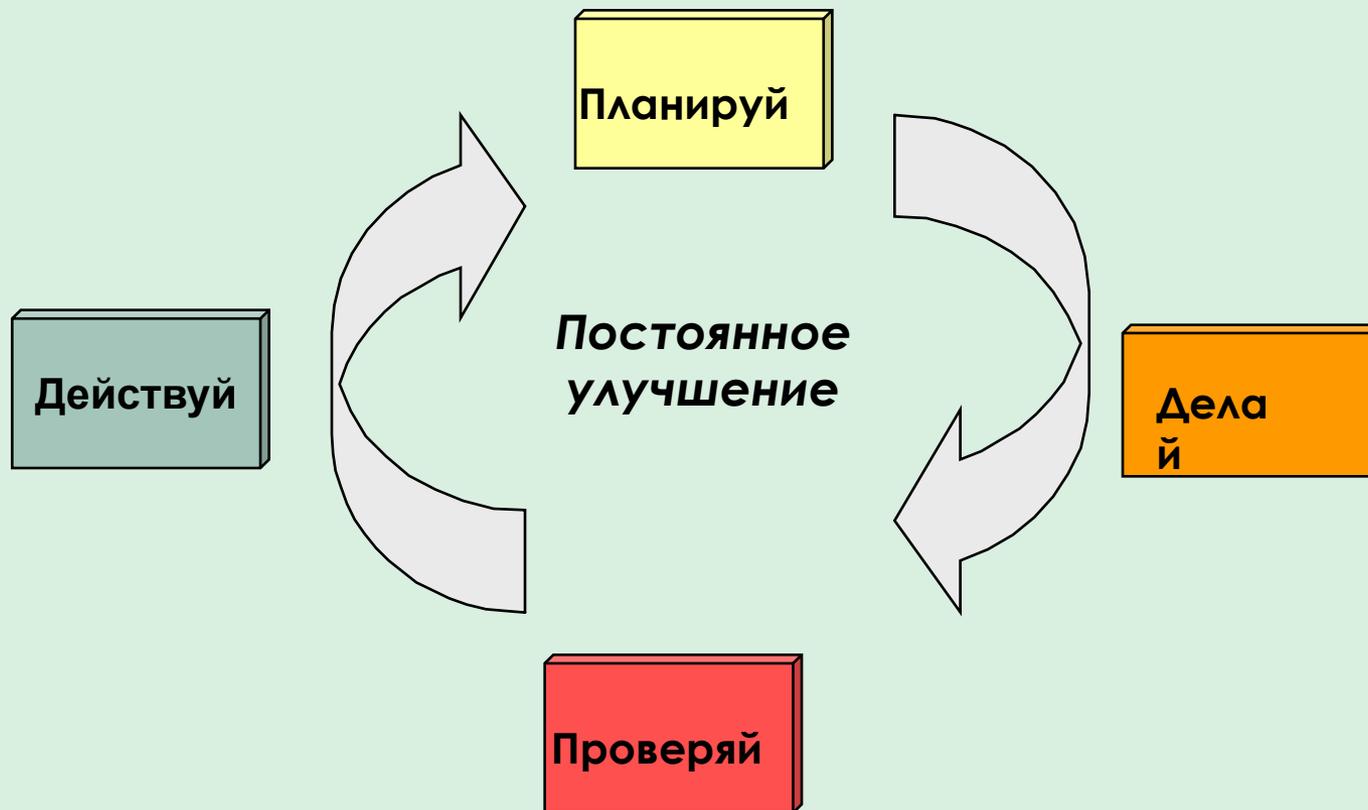


# Информационная стратегия - часть системы менеджмента

- СТП 13-03 «Реклама и связи с общественностью»
- СТП 28-03 «Координация действий ООО «НЦБК» и ЗАО «КФОБ» в области охраны окружающей среды и взаимодействия со сторонними организациями»



# Цикл улучшения (Шухарта, Дёминга – «*plan-do-check-act*»)



# Основные этапы подготовки экоотчетности:

- **Принятие решения о публикации открытой отчетности**
- **Планирование отчетности**
- **Определение особенностей целевых групп**
- **Сбор и анализ данных, подготовка текста**
- **Публикация и распространение**
- **Получение отзывов и реакция на них**
- **Анализ результатов и корректировка подходов и планов**



## **В стандартах предприятия (экологических процедурах) СЗЛК оговорены:**

- **порядок разработки, формирования и утверждения целевых и плановых экологических показателей, показателей экологической отчетности;**
- **координация взаимодействия с заинтересованными сторонами - контролирующими и лицензирующими организациями, общественностью, акционерами, персоналом;**
- **контроль выполнения целевых и плановых экологических показателей;**
- **порядок регистрации и систематизации данных, их анализа и оценки;**
- **организация и оценка эффективности систем менеджмента;**
- **виды отчетной документации (обязательной в соответствии с требованиями РФ законодательства и добровольной);**
- **порядок подготовки Экологического отчета и его утверждение**
- **и другое.**



# Этапы подготовки Экологического отчета СЗЛК:

- **получение задания на разработку;**
- **макетирование, согласование оригинал-макета с лицом, выдавшим задание на разработку;**
- **сбор и обработка информационных материалов, перевод на английский язык, если необходимо;**
- **редактирование текста, согласование текста отчета с лицом, выдавшим задание на разработку;**
- **электронная верстка, согласование верстки с лицом, выдавшим задание на разработку;**
- **три вычитки текста по распечатанной верстке;**
- **печать в типографии.**



## Заинтересованные стороны – виды показателей

- **Международные организации и государственные контролирующие органы**
- **Поставщики и потребители**
- **В рамках эко-рейтингов, конкурсов и форумов**
- **Общественность малых городов, в которых расположены предприятия СЗЛК**
- **в Экологическом отчете отражены все основные показатели в соответствии с международными соглашениями и конвенциями региона Балтийского моря;**
- **значительный объем занимает описание продукции и рынков сбыта;**
- **публикуются показатели, по которым идет подтверждение эко-рейтингов и пр.;**
- **глава «Социальная политика и благотворительная деятельность».**

