

24 ноября состоялась XIV Ежегодная практическая конференция «Годовой отчет: опыт лидеров и новые стандарты», организованная рейтинговым агентством RAEX (РАЭК-Аналитика). Основной темой дискуссии стали тенденции в годовой отчетности за 2016 год, использование международных и национальных стандартов при подготовке отчетов, основные тренды в дизайне, а также возможности представления информации в интерактивной версии годовых отчетов.

«Качество подготовки годовых отчетов заметно растет, – прокомментировал Дмитрий Кабалинский, заместитель генерального директора RAEX (РАЭК-Аналитика), представляя результаты ежегодного рейтинга годовых отчетов. – Доля отчетов, получивших оценку 4 и 5 звезд, превысило 60%. Сильные стороны годовых отчетов традиционны – компании хорошо научились отражать работу с персоналом и достигнутые результаты. Хуже дается раскрытие информации об инновациях, логистике и бизнес-модели. Впервые в отдельную категорию рейтинга выделены отчеты институциональных организаций».

«Тема годовых отчетов с учетом того развития, которое оно прошла, занимает все более значительное место в повестке дня компаний, – отметил Алексей Иванов, партнер PricewaterhouseCoopers. – Годовой отчет во многом является визитной карточкой компании. Поэтому в том, в каком направлении сейчас движется законодательство, в стимулировании государством подготовки отчетности различными компаниями мы видим позитивный тренд в рамках прозрачности бизнеса в России в целом. А рейтинг RAEX – вклад в популяризацию и развитие этого общего тренда».

О правительственной Концепции развития публичной нефинансовой отчетности рассказала Елена Феоктистова, управляющий директор по корпоративной ответственности, устойчивому развитию и социальному предпринимательству РСПП: «Появление Концепции – очень большой и важный шаг, тем более что соответствующие импульсы пошли от бизнес-сообщества. Сейчас готовится закон для реализации Концепции, и возникает много вопросов, каким он должен быть – жестким и многорегулирующим или рамочным и гибким, дающим возможности свободы компаниям. Важно, что Концепцией предусмотрено постепенное расширение круга компаний, для которых публичная нефинансовая отчетность будет обязательной».

Марина Галушкина, руководитель Российской региональной сети по интегрированной отчетности, представила данные исследования корпоративной прозрачности крупнейших российских компаний. «Исследуемые 956 компаний представляют более 25 отраслей. Лидерами по корпоративной прозрачности в секторальном разрезе являются компании атомной промышленности, электроэнергетики, телекоммуникаций и связи, банки, промышленность драгоценных металлов и алмазов, – сообщила спикер. – Среди аутсайдеров – СМИ, ИТ-компании, оптовая и розничная торговля, АПК. Картина практически не изменилась по сравнению с прошлым годом».

Опыт подготовки годовых отчетов поделилась Виктория Долина, руководитель направления по корпоративной социальной ответственности (КСО) и нефинансовой отчетности АО «Атомредметзолото»: «Цикл подготовки отчета является круглогодичным. Осенью мы начинаем проводить анкетирование заинтересованных сторон и мониторинг контекста подготовки отчета, то есть анализируем события, произошедшие в компании. В анкете мы пытаемся предложить приоритетную тему – о

чем будет наш отчет. С января мы формируем концепцию и начинаем сбор и обработку информации. Процесс включает в себя взаимодействие с заинтересованными сторонами, в том числе три круглых стола. После согласования отчета, примерно в мае начинается верстка, и в конце июня мы публикуем отчет на сайте. А затем начинается работа по его продвижению».

Давид Джанджгава, генеральный директор EQS Group, представил анализ текущих трендов, проведенный на основе обзора 800 годовых отчетов российских и европейских компаний: «Один из главных трендов – это снижение количества КСО-отчетов (-24%), а также рост количества интегрированных (комбинированных) отчетов (+14%). Если раньше компании издавали несколько документов, то сейчас они все больше стараются издать один отчет. Онлайн-отчеты все еще с нами – почти половина компаний делают онлайн-версии. При этом лидером по онлайн-отчетам является отрасль телеком, где их готовят 69% компаний».

«У меня есть ощущение, что печатных годовых отчетов будет становиться все меньше, и КСО будет выходить на первый план как некий источник коммуникации бренда с потенциальными потребителями, – подчеркнул Дмитрий Перышков, креативный директор и совладелец брендинговой компании Direct Design Visual Branding (DDVB), – потому что компания делается людьми, бизнес делается для людей. Социальная составляющая, очень активно развивающаяся в Европе, будет набирать обороты и в России. Именно КСО будут основными коммуникаторами бренда на уровне бизнес-коммуникаций, а не годовой отчет, который будет больше уходить в онлайн, в цифры».

Источник: Википедия страхования, 28.11.2017