

VIII Международный форум «Бренды со смыслом» 25.11.2025, Арарат Хаятт Парк Отель

Несмотря на тектонические изменения в масштабах планеты, повестка устойчивого развития и ответственный подход в отношениях со стейкхолдерами остаются критически важными для настоящего и будущего российских и международных компаний по целому ряду причин.

Среди них – довлеющие требования регуляторов, существенные ограничения на рынках капитала и повышающиеся запросы инвесторов, экономические вызовы, требующие новых стратегических решений, кадровый голод, риски, связанные с отсутствием консенсуса и растущей поляризацией общества. Также заметны спрос потребителей на ответственные бренды, повышение в ранге ценностей тем безопасности и сопричастности к «своему» сообществу, запрос новых поколений на осознанность и баланс, интерес талантливых соискателей к работе в компаниях с ясным пониманием своей значимости и роли в создании устойчивого будущего.

В этом сложном контексте мы приглашаем лидеров рынка вместе обсудить новые смыслы и рациональные аргументы в своем движении к большей ценности и ответственности бизнеса.

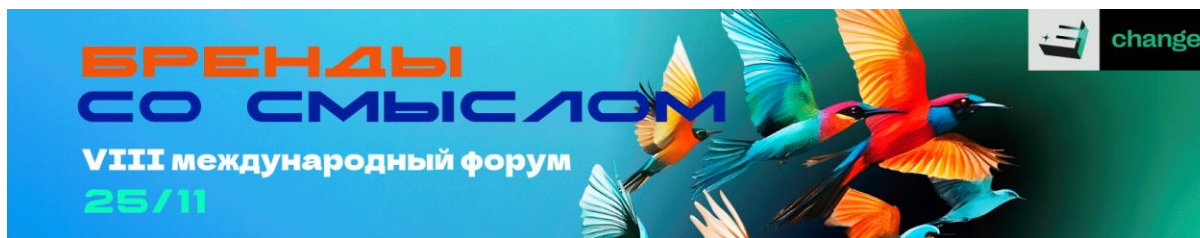
Ежегодный форум «Бренды со смыслом» – одна из крупнейших площадок для экспертного обсуждения, обмена данными и лучшими российскими и зарубежными практиками. Повестка устойчивого развития рассматривается через призму системных изменений в противовес one-off-решениям. В фокусе всегда живые люди: сограждане, потребители, сотрудники, партнёры.

25 ноября 2025 года мы снова соберём живых и мощных участников ответственного перехода для многостороннего и честного разговора. Поиск новых фокусов ESG, рационализация ответственного перехода, оценка эффективности ESG-инициатив, построение ценностного человекоцентричного бренда, который выберут потребители, сотрудники и инвесторы – лейтмотивы Форума 2025.

9:30-10:00. Регистрация. Приветственный кофе

10:00-12:00. Разговор с CEO: актуальные фокусы ESG-повестки

В рамках данной сессии мы продолжим устоявшуюся традицию диалога с ключевыми лидерами бизнеса. Фокус дискуссии будет направлен на актуальные приоритеты ESG-повестки: эксперты поделятся взглядом на внутренние стратегические инициативы, получающие наибольший приоритет в их компаниях, а также проанализируют, какие аспекты темы устойчивости находят наибольший отклик у их целевых аудиторий. Вместе мы обсудим, как сегодня бизнесу удастся не только сохранять верность своей миссии и фундаментальным ценностям, но и трансформировать их, создавая новые смыслы для привлечения лояльной аудитории и укрепления рыночных позиций.



- Взгляд в будущее. Как ESG-инициативы помогают в создании долгосрочных конкурентных преимуществ для бизнеса и бренда. Поиск баланса между «игрой в долгую» и «здесь и сейчас».
- Мировая климатическая повестка. Что ждать после COP30?
- Новые стейкхолдеры и новые фокусы ESG для российских компаний. Как выбрать существенные и материальные цели с максимальным эффектом для бизнеса, бренда и корпоративной репутации.
- «Новый черный». Sustainability как эффективная HR-стратегия: увеличение мотивации сотрудников и привлечение новых талантов через формирование ответственного бренда работодателя.
- Стратегические ориентиры и рамки. 17 Целей устойчивого развития ООН и Национальные цели РФ. Versus или &.
- Что хочет потребитель сегодня. Презентация результатов III волны B2C-исследования E+ Change и Better by Okkam.

Модератор:

Ирина Бахтина, заместитель генерального директора по устойчивому развитию, ЭН+

Спикеры:

Владлен Заморский, директор по устойчивому развитию Okkam, CEO Better

Список участников дискуссии будет дополнен в ближайшее время.

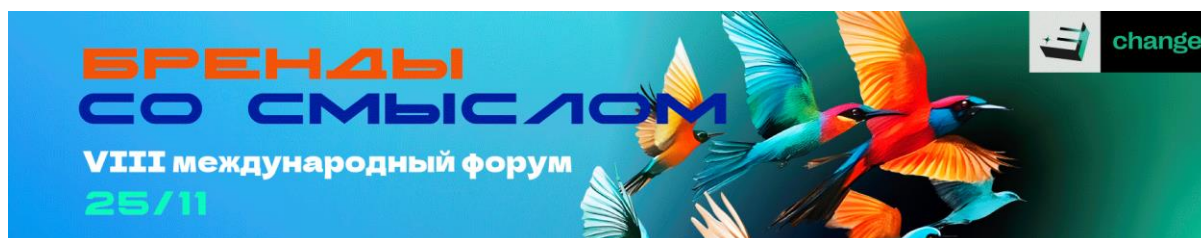
12:00-12:15. Кофе-брейк

12:15-13:45. Бренды со смыслом сегодня. Строить нельзя откладывать.

В «золотые годы» ESG лучшие компании и бренды во всем мире жили в парадигме, что инвестиции в устойчивость, ответственность за решение внешних социальных и экологических задач, интеграция больших целей и ценностей в бренд платформу и коммуникации приводят, при прочих равных, к лучшим результатам для бизнеса и бренда. В то же время, в эпоху глобальной переоценки ценностей и смены поколений классические подходы к построению бренда больше не работают. Современный потребитель, инвестор и талантливый сотрудник выбирают не только продукт, а ценности и влияние, которые за ним стоят.

На этой сессии мы разберем, как ESG-практики и маркетинг со смыслом превращаются в краеугольный камень для построения сильного бренда и помогают компаниям из разных секторов не просто адаптироваться к новым реалиям, а переосмыслить миссию компании и выстроить искренний диалог со стейкхолдерами.

- Какие существуют рациональные стимулы и аргументы за построение ответственного бренда сегодня? И какие барьеры этому мешают?
- Настроения, значимые ценности и запросы людей сегодня. Как они соотносятся с приоритетами самих компаний?
- Ребрендинг для локализованного бизнеса: контекст, стратегический вызов, идея и результаты. Как устойчивые инициативы помогают компаниям заново сформулировать свою цель и сделать ее реальным ориентиром для всех бизнес-процессов?



- Интеграция ESG-принципов в ядро бизнес-модели и бренд-стратегии: убедительная системная история, а не отдельный «зеленый» проект.
- Антропоцентризм: как фокус на человеке приносит выгоду и B2C, и B2B-сектору, и что мы можем почерпнуть из лучших практик НКО?

Спикеры:

Александр Асмолов, доктор психологических наук, заведующий кафедрой психологии личности факультета психологии МГУ имени М. В. Ломоносова

Марина Лучина, директор департамента синдикативных исследований, Ipsos в России

Инна Походня, глава по стратегии и маркетингу, X Holding

Ольга Свечникова, вице-президент по маркетингу, Логика Молока

Александр Сёмин, основатель и креативный директор, агентство What if Semin?

Нюта Федермессер, учредитель и директор, фонд помощи хосписам «Вера»

Список участников дискуссии будет дополнен в ближайшее время.

13:45-14:30. Обед

14:30-16:00. Радиус позитивного воздействия. Устойчивость in loco.

Множество людей верят, что компании и бренды обладают большей силой в решении социальных и экологических, чем правительственные и общественные институты. На смену ценностям глобализма приходят потребности в доверии, принадлежности к сообществу, желание поддержать и воспользоваться поддержкой тех, кто рядом. Стратегии и фокус внимания самих компаний также поменялся, и вместо безудержной экспансии усилия и ресурсы направляются на ближний периметр: территория присутствия, сообщество потребителей, сотрудников и членов их семей.

Обсудим, как выходить за пределы корпоративных отчетов и создавать аутентичные истории, которые приносят эффективные и измеримые результаты, укрепляют доверие, формируют новые точки роста и обеспечивают устойчивое развитие региона.

Модератор:

Андрей Шаронов, генеральный директор, Национальный ESG-альянс

Спикеры:

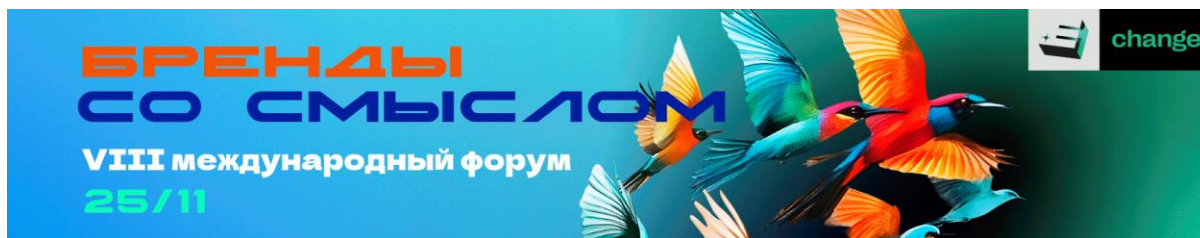
Ирина Антюшина, директор по корпоративным отношениям и устойчивому развитию, «Арнест ЮниРусь»

Андрей Ермак, министр по культуре и туризму Калининградской области

Вадим Ковалев, советник генерального директора по взаимодействию с органами государственной власти и устойчивому развитию, АО «Уральская сталь»

Список участников дискуссии будет дополнен в ближайшее время.

16:00-16:15. Кофе-брейк



16:15-17:45. Эффективнее вместе. Коллаборации как стратегия и ресурс

В турбулентное время невозможно создавать смыслы в одиночку. Ключ к позитивным изменениям — это партнерства, где синергия участников создает эффективный результат. На этой сессии мы разберем, как коллаборации между бизнесом, некоммерческими организациями, социальными предпринимателями и инфлюенсерами помогают решать сложные социальные и экологические проблемы, доносить ценности до широкой аудитории и решать бизнес-задачи.

- Как и где найти «своего» партнера?
- Как понять, что получилось? Измерение результата и оценка эффективности для каждого участника.

Спикеры:

Дэниел Мадрид, co-founder, growth lead, Dots.eco (Франция)

Список участников дискуссии будет дополнен в ближайшее время.

17:45 – 18:15. Фуршет