



Уязвимость геополитических и экономических систем, запрос на социальную справедливость, климатический кризис, радикализация и поляризация многих вопросов требуют нового подхода к управлению бизнесом, людьми и ресурсами. Именно поэтому на первый план стала выходить повестка стойкости (resilience), капитала бренда, инноваций, необходимости заниматься ESG с реальными результатами, а не красивыми планами и обещаниями.

Многие компании нашли точку равновесия, переведя большую часть усилий во внутреннюю работу, обеспечивая себе стойкость бизнеса в шести измерениях: финансовом, операционном, организационном, цифровом, бизнес-модели и инновациях, стойкости социального и экологического курса бренда. Но это привело к тому, что коммуникациям стало уделяться меньше внимания: охватам, частоте и постоянству impactful проектов.

Мы настаиваем на том, что сочетать внутреннюю работу с внешней коммуникационной экспансией — это выигрышная стратегия в текущий период. Смысл этой системности — постоянство контролируемых изменений, частота реализации проектов и параллельная работа с любыми потенциальными рисками, а также шанс обеспечить рост капитала бренда.

#### **09:30 – 10:00. Встреча гостей закрытого завтрака**

#### **10:00 – 11:15. Закрытый интерактивный бизнес-завтрак для лидеров компаний «Лидер-стойк и лидер-вестник позитивных изменений»**

В своем глобальном опросе 300 CEO компания McKinsey выявила, что менее трети руководителей полностью готовы к решению стоящих перед ними задач. Мы понимаем, что для того, чтобы бороться с современными вызовами и высокими рисками, нужно найти внутреннюю опору, а также вырастить внутри лидеров команд для прорывных инноваций и творчества.

На бизнес-завтраке поговорим о том, как подходы и компетенции могут сделать вашу команду более инновационной и ориентированной на клиента. Подумаем вместе над теми точками роста и саморефлексии, которые помогут каждому выйти на обновленное понимание собственного лидерства и пути развития.

#### **Спикер:**

**Андрей Шаронов**, профессор, гендиректор Национального ESG Альянса

#### **11:00 – 11:30. Встреча гостей форума**

#### **11:30 – 13:00. CEO-сессия. План адаптации 2.0: к чему готовимся**

В 2024 году глобальные тренды в повестке ESG начинают путь на оптимизацию: сокращение и углубление, охватывая только те операционные вопросы, которые



находятся в статусе emergency. Однако в то же самое время существует проблема мирового экономического роста (замедление динамики и другие негативные гипертренды), который отражаются в конфликте север-юг по вопросам увеличения добычи природных ископаемых, климатической нагрузки и росту общественной напряженности.

Только адаптация к негативным экономическим эффектам и климатическим изменениям — это не единственные области, в которых бизнесу приходится последнее время вносить множество новых решений. Мы уже видим в действии трансформацию политик найма и поиска сотрудников, проработку внутренних коммуникаций, повышение вложений в НИОКР и аналитические инструменты, работу с ИИ и коммуникации с новыми поколениями покупателей.

На этой сессии разберем, какие основные вызовы будут стоять перед CEO компаний в 2025 году. Поговорим о том, на что стоит обратить внимание, чтобы продолжать заниматься ESG-проектами с реальной отдачей бизнесу и обществу, а главное, какие адаптационные сценарии будут эффективно работать.

- Глобальный локальный мир — тренды: вопросы роста экономики, юг vs север, перенос производств, рост социальной напряженности, чеболизация в бизнес-среде.
- Управление ESG-рисками в период высокой энтропии: как строить карту системных решений.
- Чем могут помочь ESG-проекты для удержания доли рынка и роста дохода?
- Как связать KPI по устойчивому развитию внутри отделов для взаимодополняющей работы?
- Создание ценности и инвестиции в капитал бренда: маркетинговые и бизнес-эффекты.

**Модератор: ТВА**

**Спикеры: ТВА**

**13:00 – 13:40 Обед**

**13:40 – 14:40 Маркетинг в капитале бренда для устойчивого развития: мода на серьезные жанры**

- Смена коммуникационной парадигмы: как performance marketing может помочь ESG-проектам и их коммуникациям.
- Строим brand value: когда общественное благо становится личным интересом бизнеса и опорой для его процветания.
- Как найти «каленький цветочек» для потребителя? Результаты 2-ого B2C-исследования.
- Новые веяния: underconsumption core и media fatigue



- Уйти в подполье: гринхашинг – новый антитренд positive change кампаний.

**Модератор:** Вера Сивачева, генеральный директор, RODNYA Creative PR Studio

**Спикеры:**

**Владлен Заморский**, директор по устойчивому развитию, Okkam, CEO Better

**Кира Смирнова**, директор по устойчивому развитию, Самолет

14:40 – 15:00 Перерыв

15:00 – 17:00 Копилка кейсов: лучшие работающие практики социальных и экологических коммуникаций

- Тренд-репорт: социальные и экологические проекты.
- Новая этика и коммуникационные стандарты.
- Обновленные нарративы для брендов.
- Разбор российских и мировых кейсов маркетинга со смыслом.

**Модератор:** ТВА

**Спикеры:** ТВА

17:00 – 18:00 Фуршет