



ПОЛИПЛАСТ®

ПОЛИТИКА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АО «ПОЛИПЛАСТ»

1. Основные понятия и определения

1.1. Группа «ПОЛИПЛАСТ» (Компания, Компания «ПОЛИПЛАСТ») – АО «ПОЛИПЛАСТ» и его дочерние общества.

1.2. Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это ответственность Компании за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое: – содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; – учитывает ожидания заинтересованных сторон; – соответствует российскому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; – интегрировано в деятельность Компании и применяется в ее взаимоотношениях.

1.3. Устойчивое развитие Компании – это всеобъемлющий процесс, направленный на достижение стратегических целей Компании при сохранении баланса интересов всех заинтересованных сторон. Устойчивое развитие предусматривает принятие решений в экономической, социальной и экологической сферах, удовлетворяющих потребности настоящего времени, не ставя под сомнение возможности будущих поколений.

1.4. Заинтересованные стороны – государство и муниципальные образования, юридические и физические лица, на которые может оказать существенное влияние деятельность Компании, а также те из них, которые могут повлиять на способность Компании успешно реализовывать свою стратегию и достигать поставленных целей.

1.5. Взаимодействие с заинтересованными сторонами – действия, предпринимаемые для того, чтобы создать возможности для диалога между Компанией и заинтересованной стороной с целью предоставления информационной основы для решений Компании.

1.6. Благотворительность – одна из основных форм КСО, подразумевающая добровольную деятельность по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки в целях оказания помощи нуждающимся, решения общественных проблем, усовершенствования условий общественной жизни, поддержки социальных проектов и программ (как собственных, так и других организаций).

1.7. Регионы присутствия Компании – субъекты Российской Федерации и отдельные входящие в их состав административно-территориальные единицы, в пределах которых расположены предприятия и представительства, входящие в Группу «ПОЛИПЛАСТ».

2. Цель и назначение

2.1. Политика корпоративной социальной ответственности и благотворительности (далее - «Политика») определяет единые принципы и подходы Компании в области КСО, способствует упорядочиванию и унификации данной деятельности.

2.2. Политика является необходимым компонентом деятельности Компании в области устойчивого развития, описывает основные приоритеты в сфере КСО, в том числе, благотворительности, требования в сфере нефинансовой отчетности, направлена на достижение стратегических целей Компании.

2.3. Политика является публичным документом.

2.4. Политика разработана в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и международным стандартом ИСО26000:2010 «Руководство по социальной ответственности».

3. Ключевые принципы

3.1. В своей деятельности Компания придерживается следующих ключевых принципов социально ответственного ведения бизнеса:

3.1.1. Связь со стратегией развития Компании: деятельность Компании в области КСО содействует реализации бизнес-стратегии и направлена на повышение эффективности и долгосрочной устойчивости бизнеса.

3.1.2. Соблюдение законодательства: компания неукоснительно соблюдает требования законов и нормативных актов, отраслевых и этических норм, контрактных и других обязательств.

3.1.3. Последовательность и долгосрочность: деятельность Компании в сфере КСО осуществляется на системной и долгосрочной основе с вовлечением заинтересованных сторон.

3.1.4. Региональный подход: благотворительные проекты реализуются преимущественно в регионах присутствия Компании и содействуют устойчивому развитию Компании и регионов.

3.1.5. Целевой подход: Компания придерживается целевого подхода в своей деятельности в области КСО, который подразумевает, в том числе, оценку эффективности реализуемых проектов и программ.

3.1.6. Прозрачность: Компания регулярно взаимодействует со своими заинтересованными сторонами, учитывает их интересы и ожидания в процессе принятия решений.

4. Приоритетные направления КСО

4.1. В своей деятельности в сфере КСО Компания выделяет следующие основные направления:

4.1.1. Развитие успешного, экономически устойчивого и конкурентоспособного бизнеса, обеспечивающего долгосрочный рост акционерной стоимости и способствующего экономическому благополучию регионов присутствия.

4.1.2. Создание безопасных для жизни и здоровья условий труда, забота о благополучии работников и их семей. Предоставление возможности для развития и карьерного роста, а также обеспечение достойного вознаграждения по результатам труда.

4.1.3. Снижение негативного воздействия на окружающую среду посредством модернизации оборудования и внедрения современных ресурсосберегающих и более экологически безопасных технологий, применения лучших практик в области экологического менеджмента.

4.1.4. Содействие социально-экономическому развитию и благополучию регионов своего присутствия в партнерстве с органами государственной власти, местным сообществом и НКО, в том числе путем реализации благотворительных программ.

4.1.5. Построение легитимных и устойчивых партнерских отношений со всеми заинтересованными сторонами на основе соблюдения требований законов и нормативных актов, отраслевых норм, контрактных и других обязательств.

5. Приоритетные направления благотворительной деятельности

5.1. Компания определяет в качестве приоритетных следующие направления благотворительной деятельности:

5.1.1. Спорт: поддержка инициатив и проектов в сфере спорта и здорового образа жизни, содействие развитию детского и массового спорта, а также оказание помощи учреждениям физической культуры, поддержка спортивных команд и отдельных спортсменов.

5.1.2. Социально незащищенные слои населения – поддержка: - социально незащищенных слоев населения в регионах присутствия Компании, в том числе оказание благотворительной помощи, адресная помощь инвалидам, пенсионерам, ветеранам, а также детским домам и интернатам.

5.1.3. Образование: поддержка инициатив и проектов в сфере образования, включая проекты, направленные на поддержку образовательных учреждений – школы, ВУЗы, образовательные центры и др.

5.1.4. Здравоохранение: поддержка инициатив и проектов в сфере охраны здоровья и профилактики различных заболеваний, включая адресную помощь тяжелобольным детям, а также содействие развитию учреждений здравоохранения.

5.1.5. Охрана окружающей среды: поддержка инициатив и проектов в сфере охраны окружающей среды, в том числе проектов по экологическому образованию и просвещению.

5.2. При рассмотрении предлагаемых благотворительных проектов и программ в целях их поддержки, Компания отдает предпочтение проектам, которые отвечают следующим требованиям:

5.2.1. Соответствуют приоритетным направлениям оказания благотворительной помощи, определенным в п. 5.1 настоящей Политики.

5.2.2. Реализуются в регионах присутствия Компании и способствуют формированию ресурсов для их устойчивого социально-экономического развития.

5.2.3. Реализуются на системной основе, имеют долгосрочный характер и направлены на решение значимых социальных задач.

5.2.4. Своевременны и востребованы всеми заинтересованными сторонами, соответствуют стратегическим интересам развития бизнеса Компании.

5.2.5. Сформированы в виде целевых проектов или программ, подразумевают достижимые цели и показатели оценки эффективности.

5.2.6. Используют передовой опыт и современные технологии в социальной сфере.

6. Взаимодействие с заинтересованными сторонами

6.1. При взаимодействии с заинтересованными сторонами Компания руководствуется следующими основными принципами:

6.1.1. Существенность — Компания знает, каковы ее заинтересованными стороны, а также какие ее интересы и какие интересы заинтересованных сторон являются существенными (значимыми). 6.1.2. Полнота — Компания понимает, на основе постоянного взаимодействия, взгляды, потребности заинтересованных сторон, а также их мнения по значимым для них вопросам.

6.1.3. Реагирование — Компания реагирует на значимые вопросы, стоящие перед заинтересованными сторонами и перед самой Компанией.

6.2. Компания выделяет следующие ключевые группы заинтересованных сторон:

- а) акционеры;
- б) потребители;
- в) поставщики и подрядчики, другие участники рынка;
- г) органы власти, в том числе: – федеральные органы исполнительной власти; – органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления;
- д) инвестиционное сообщество;
- е) работники;
- ж) местные сообщества (местные жители, некоммерческие организации, муниципальные учреждения).

Генеральный директор АО «Полипласт»



А.Ф. Ковалев