

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
«ЗАРУБЕЖНЕФТЬ»

Приложение № 6

УТВЕРЖДЕНА

решением Совета директоров
АО «Зарубежнефть»
протокол от «27» октября 2017 г.
№ 144

ЕДИНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

№ ПТ ОБ-18.0-01
РЕДАКЦИЯ 3.00

Москва
2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

I.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
II.	ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ.....	3
	2.1. Основные принципы.....	3
	2.2. Цели	4
	2.3. Задачи	4
III.	ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.....	4
	3.1. Порядок информационного обмена при подготовке материалов для размещения в публичном пространстве	4
	3.2. Коммуникационные инструменты.....	6
	3.3. Взаимодействие со СМИ	7
	3.4. Антикризисные коммуникации	9
	Приложение № 1	10

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Наименование документа	Единая информационная политика
Регламентируемый бизнес-процесс / подпроцесс	Об-18. Управление коммуникациями
Степень покрытия бизнес-процесса документом: – полностью; – частично (указать область покрытия)	В части определения целей и задач информационной политики, а также порядка планирования, подготовки, согласования и распространения информации по вопросам деятельности и перспективам развития Общества в публичном пространстве
Период действия	Постоянный
Внешние законодательные требования, требования политик, стратегических документов	Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1» (с изменениями и дополнениями)
Область действия: – АО Зарубежнефть Группа компаний: – Общекорпоративный; – ГРиД; – НиС; – Сервисы; – Прочие (указать)	– АО Зарубежнефть; – ГРиД; – НиС; – Сервисы; – Прочие
Разработчик документа, должность, ФИО, контакты (e-mail, телефон)	Руководитель направления Управления корпоративных коммуникаций Ещеркина Надежда Витальевна, NESHcherkina@nestro.ru +7 (495) 748-64-71

II. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

2.1. Основные принципы

В основе информационной политики Общества лежат следующие принципы:

- удовлетворение информационных потребностей Общества и иных заинтересованных лиц в достоверной информации о нем;
- обеспечение возможности свободного доступа к информации об Обществе, разъяснение политики Общества всем заинтересованным лицам;
- своевременность и содержательность информационных материалов;
- формирование общественного мнения, благоприятного для реализации стратегических задач Общества;

- представление и продвижение интересов своего основного акционера – Российской Федерации – в регионах деятельности Общества;
- соблюдение разумного баланса между открытостью Общества и неразглашением его коммерческих интересов;
- соблюдение режима конфиденциальности в отношении информации, составляющей служебную или коммерческую тайну.

2.2. Цели

Целями информационной политики Общества являются:

- формирование положительного имиджа Общества в публичном пространстве;
- формирование благоприятной информационной среды для реализации деятельности Общества;
- создание и обеспечение эффективной работы информационной системы, базирующейся на принципах достоверности, открытости, доступности, оперативного предоставления информации и получения обратной связи.

2.3. Задачи

Единая информационная политика разработана для выполнения следующих задач Общества:

- проведение скоординированной и согласованной информационной политики Группы компаний АО «Зарубежнефть»;
- обеспечение информационной открытости;
- ведение кампании по разъяснению основных направлений, приоритетов и принципов деятельности Общества.

III. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

3.1. Порядок информационного обмена при подготовке материалов для размещения в публичном пространстве

3.1.1. Подразделением, ответственным за обеспечение информационного сопровождения деятельности Общества, является Управление корпоративных коммуникаций (далее – Управление).

3.1.2. Управление подчиняется заместителю Генерального директора, курирующему корпоративные коммуникации, который также несет ответственность за обеспечение информационного сопровождения Общества.

3.1.3. Управление взаимодействует с другими структурными подразделениями Общества по вопросам подготовки основополагающих документов в области внешних и внутренних коммуникаций в рамках своих компетенций.

3.1.4. Информационный обмен при подготовке материалов для размещения в публичном пространстве происходит путем:

а) эффективного взаимодействия Управления с ДО, структурными подразделениями и с заинтересованными лицами для консолидации информационных потоков и выявления наиболее важной информации о деятельности Общества и предприятий, входящих в его структуру;

б) подготовки Управлением основных тезисов по каждому информационному поводу и согласования с Генеральным директором для дальнейшего распространения в публичном пространстве посредством коммуникационных инструментов;

в) распространения подготовленной информации в федеральных, региональных, а также корпоративных СМИ (официальный сайт, корпоративное издание);

г) проведения общего мониторинга федеральных и региональных СМИ по вопросам, касающимся деятельности Общества;

д) совместных с ДО и структурными подразделениями подготовки и проведения публичных PR-мероприятий, в которых принимают участие Генеральный директор, заместители Генерального директора, уполномоченные лица Общества (пресс-конференции, брифинги, пресс-туры и т.п.);

е) подготовки и обновления общих рекламных и информационных материалов Общества (пресс-релизов, буклетов, презентационной продукции), оформления годовых отчетов, отчетов об устойчивом развитии, предназначенных для распространения в публичном пространстве.

3.1.5. Руководители ДО и структурных подразделений Общества несут персональную ответственность за предоставление недостоверной и неточной информации, а также сведений в информационных материалах, которые могут нанести экономический или репутационный ущерб интересам Общества.

3.1.6. Руководители структурных подразделений Общества и ДО обязаны своевременно сообщать в Управление о значимых событиях, происходящих по направлениям деятельности подразделений Общества и в ДО, в том числе, о вводе в эксплуатацию новых объектов, подписании документов, рабочих поездках и встречах руководства, участии специалистов в выставках и конференциях для последующей подготовки Управлением информационных материалов.

3.1.7. В отношении информации, подлежащей обязательному раскрытию в соответствии с законодательством и нормативно-правовыми актами Российской Федерации, настоящая Политика применяется в части, не противоречащей законодательству и нормативно-правовым актам Российской Федерации. Объем и содержание обязательной к раскрытию информации, а также сроки, порядок и форма раскрытия такой информации

должны соответствовать требованиям законодательства и нормативно-правовых актов Российской Федерации.

3.1.8. Вся информация, предназначенная для распространения в публичном пространстве, подлежит обязательному согласованию с Генеральным директором Общества.

3.2. Коммуникационные инструменты

3.2.1. Раскрытие информации на сайте Общества в сети Интернет

3.2.1.1. Общество размещает и поддерживает в сети Интернет веб-сайт на русском и английском языках, на котором размещается информация об Обществе.

3.2.1.2. Информацией, обязательной для раскрытия на веб-сайте Общества, является:

- краткая история Общества;
- сведения о миссии и стратегии, направлениях деятельности Общества;
- основные производственные показатели деятельности Общества;
- Устав Общества;
- список аффилированных лиц Общества;
- годовая финансовая отчетность;
- годовые отчеты и отчеты об устойчивом развитии Общества;
- информация о членах Совета директоров и руководстве Общества;
- информация о корпоративной структуре Общества;
- информация о кадровой и социальной политике Общества;
- информация о политике Общества в области промышленной безопасности и охраны окружающей среды;
- пресс-релизы Общества.

3.2.1.3. Решение о необходимости раскрытия той или иной информации, которая не определена настоящей Политикой, принимается Управлением после согласования с заместителем Генерального директора, курирующим корпоративные коммуникации.

3.2.1.4. Ответственным подразделением за размещение информации на веб-сайте и его поддержание в актуальном состоянии является Управление. Ответственность за своевременное предоставление информации, необходимой для обновления сведений, содержащихся на веб-сайте Общества, лежит на руководителях соответствующих подразделений Общества.

3.2.1.5. Общество также использует официальные страницы в социальных сетях для осуществления оперативной коммуникации с целевыми аудиториями.

3.2.2. Размещение информации на Корпоративном портале

3.2.2.1. Информация на Корпоративном портале Общества размещается в соответствии с действующим Регламентом по организации работы с Корпоративным порталом АО «Зарубежнефть».

3.2.3. Принципы функционирования корпоративного издания

3.2.3.1. Информационную политику корпоративного издания определяет заместитель Генерального директора, курирующий корпоративные коммуникации (в его отсутствие – начальник Управления) на основании предложений Управления.

3.2.3.2. План каждого номера корпоративного издания согласовывается с Генеральным директором Общества.

3.2.3.3. Аудиторией корпоративного издания являются все работники Общества и ДО.

3.2.3.4. Периодичность выхода корпоративного издания – 1 раз в квартал.

3.2.3.5. Основными целями корпоративного издания является формирование и развитие единого информационного пространства Общества, формирование положительного имиджа Общества и его руководства, а также укрепление внутрикорпоративных коммуникаций.

3.2.3.6. Основными задачами корпоративного издания являются:

- информирование работников;
- популяризация корпоративной политики;
- разъяснение основных решений руководства;
- установление обратной связи с работниками.

3.3. Взаимодействие со СМИ

3.3.1. В соответствии с принципами единой информационной политики Общество ведет активный диалог с представителями СМИ посредством осуществления ряда мероприятий, включая:

- распространение пресс-релизов по всем существенным событиям в жизни Общества;
- проведение пресс-конференций и встреч представителей СМИ с руководством Общества;
- подготовку ответов на информационные запросы представителей СМИ, поступающие в Общество;
- участие в выставках, конференциях и иных публичных мероприятиях.

3.3.2. Подразделением, ответственным за организацию взаимодействия со СМИ, является Управление.

3.3.3. Состав информации, раскрываемой при взаимодействии со СМИ, определяется Управлением после обязательного согласования с Генеральным директором Общества и корректируется с учетом текущей деятельности Общества.

3.3.4. Информация о деятельности Общества и Генерального директора сообщается СМИ через Управление исключительно после согласования с Генеральным директором Общества.

3.3.5. Работникам Общества, кроме Генерального директора (по его поручению - заместителей Генерального директора, начальника Управления) запрещается самостоятельно отвечать на вопросы СМИ и давать какие-либо комментарии относительно деятельности Общества. В случае обращения СМИ (в устной или письменной форме) работнику надлежит направить представителя СМИ в Управление с предварительным уведомлением об этом работников данного Управления.

3.3.6. Все виды материалов для публикации (пресс-релизы, комментарии, интервью и пр.) также в обязательном порядке согласовываются с Генеральным директором. Работники, имеющие поручение Генерального директора выступить в СМИ по вопросам, связанным с их служебной деятельностью или деятельностью Общества (авторская статья, устная беседа, выступление по телевидению или радио), информируют об этом Управление для определения формата выступления и осуществления контроля за результатом.

3.3.7. Запрещается размещать любые платные публикации и трансляции в СМИ, не направленные на повышение узнаваемости бренда Общества, улучшение его репутации или выражение официальной позиции Общества по вопросам, непосредственно связанным с бизнес-деятельностью Общества.

3.3.8. Всем структурным подразделениям надлежит предоставлять работникам Управления в случае их обращения данные о деятельности Общества в части функционала подразделения, необходимые для подготовки информации для передачи СМИ и создания рекламно-презентационных материалов.

3.3.9. Работникам, представляющим Общество на международных и отечественных выставках и конференциях, разрешается сообщать данные об Обществе представителям СМИ исключительно в рамках информации, размещенной на корпоративном сайте и в рекламной продукции (буклетах, каталогах, листовках, на стендах и пр.), с соблюдением режима коммерческой тайны и не разглашая конфиденциальную информацию Общества.

3.3.10. Работники Управления принимают участие в работе всех российских и зарубежных рекламных мероприятий с дальнейшей подготовкой отчета о результатах проведенного мероприятия / оказанной рекламной услуги (с приложением фотоотчета или видеозаписи, подтверждающих размещение рекламно-информационных материалов с информацией об Обществе).

3.3.11. Управление организует взаимодействие с дочерними и зависимыми обществами, а также со структурными подразделениями (представительствами, филиалами) Общества по вопросам регулирования отношений со СМИ в ходе текущей деятельности.

3.3.12. Взаимодействие дочерних обществ с федеральными СМИ осуществляется по предварительному согласованию с заместителем Генерального директора, курирующим корпоративные коммуникации, в соответствии с решением Генерального директора Общества.

3.4. Антикризисные коммуникации

Подразделением, ответственным за организацию работы при возникновении кризисных ситуаций в рамках информационной политики, является Управление.

3.4.1. Развертывание антикризисных коммуникаций

3.4.1.1. Работники Общества незамедлительно информируют о возникновении кризисной ситуации в рамках информационной политики.

3.4.1.2. При получении информации об угрозе возникновения или при появлении кризиса Управление вырабатывает перечень первоочередных мер и согласовывает их с Генеральным директором Общества, после чего информирует об утвержденных первоочередных мерах работников, чья деятельность может затронуть кризисная ситуация.

3.4.1.3. Управление приступает к реализации перечня первоочередных мер немедленно после их утверждения Генеральным директором.

3.4.1.4. В рамках выработки первоочередных мер антикризисных коммуникаций Управление после согласования с Генеральным директором Общества определяет лицо, ответственное за внешние коммуникации в период кризиса.

3.4.1.5. С момента появления информации о возникновении кризисной ситуации Управление ведет постоянный мониторинг её развития и собирает всю необходимую информацию.

3.4.1.6. По итогам завершения кризисной ситуации Управление проводит анализ стратегии и тактики коммуникаций в период кризисной ситуации, и готовит рекомендации по повышению их эффективности в будущем.

СПИСОК ТЕРМИНОВ, ОПРЕДЕЛЕНИЙ И СОКРАЩЕНИЙ**Список терминов и определений:**

Наименование термина	Определение термина
Имидж	Обобщенный портрет Общества, создающийся в представлении групп общественности на основании деятельности руководства и работников Общества, формирующий в общественном или индивидуальном сознании эмоциональное отношение к Обществу
Информационная политика	Комплекс мероприятий, направленных на удовлетворение информационных потребностей Общества и иных заинтересованных лиц в достоверной информации о нем, обеспечение возможности свободного доступа к данной информации, разъяснение политики Общества всем заинтересованным лицам, формирование общественного мнения, благоприятного для реализации стратегических задач Общества
Коммуникационные инструменты	Конкретные организационные формы и способы трансляции информации
Кризисная ситуация	Ситуация, последствия которой могут сказаться на репутации и имидже Общества или возможностях осуществления дальнейшей деятельности
Публичное пространство	Сфера внутренних и внешних коммуникаций Общества

Список сокращений:

Сокращение термина	Полное наименование термина
Группа компаний АО «Зарубежнефть» (Группа компаний)	группа, состоящая из АО «Зарубежнефть» и дочерних обществ АО «Зарубежнефть»
ДО	Дочернее общество АО «Зарубежнефть»
Общество	АО «Зарубежнефть»
СМИ	Средства массовой информации
Управление	Управление корпоративных коммуникаций