

Содержание

ООО «Газпром трансгаз Москва»	10
Шаги Победы.....	12
«Сахалин Энерджи»	20
Новая реальность: антивирусные коммуникации.....	22
Даешь #наДальнийВосток молодежь!.....	35
Сохранение, развитие и популяризация языкового наследия коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области	47
Группа «Т Плюс».....	64
Мультимедийный центр теплоэнергетики.....	65
Пиар на 360°.....	70
Мосэнерго	78
Что такое ГОЭЛРО?.....	80
АО «Концерн Росэнергоатом».....	94
Фонд «АТР АЭС»	96
Академия блогеров.....	99
Международный конкурс детских фотографий «В объятиях природы» и Экологический детский форум.....	104
II Международный конкурс «МультиКЛИПация».....	110
Сборник «Письма Победы атомных городов»	113
Международный форум-фестиваль муниципальных образований расположения атомных электростанций «Созвездие городов АЭС»	116
Практика проведения международных общественных экспедиций и экспертиз	123
СУЭК	132
Музей истории Бородинского разреза под открытым небом	133
70-летие празднования Дня шахтера	141
АСЭ.....	160
Международный конкурс фотожурналистики ASE International Photo Awards 2020.....	162
Инжиниринг как искусство.....	169

ООО «Газпром трансгаз Ухта»	180
Объемный взгляд на Север	182
«РусГидро»	196
Развитие ЭЭС «РусГидро», рынка электромобилей и зарядной инфраструктуры на Дальнем Востоке	197
«РОССИЯ» на Саяно-Шушенской ГЭС	202
История энергетики России через историю «РусГидро»: к 100-летию плана ГОЭЛРО	207
Российский государственный университет нефти и газа (национальный исследовательский университет) им. И.М. Губкина	216
Нефть, газ, медные трубы	218
ПАО «Фортум»	232
Лица новой энергетики	234
ООО «НИИ Транснефть»	242
Социально-исторический проект о малолетних узниках фашизма «Лишенные детства»	243
СИБУР	250
Развитие бренда Тобольска для привлечения сотрудников на новое производство «ЗапСибНефтехим»	251
ООО «Газпром нефть шельф»	264
Неповторимая Арктика	266
ПАО «Газпром», South Stream Transport B.V., Коммуникационное агентство SPN Communications	272
Турецкий поток	273
Агентство Деловых Коммуникаций (АДК), «Нефтянка»	282
Серия документальных фильмов «История российской нефти»	284
Группа «Интер РАО»	292
Благотворительный марафон «Время чудес»	293
ПАО «Газпром», Коммуникационная группа АГТ	298
Международная детская социальная программа ПАО «Газпром» «Футбол для дружбы — 2020»	299
О премии «КонТЭКст»	316



Ирина Есипова,
*директор Центра развития
коммуникаций ТЭК,
председатель Комитета
по коммуникациям в ТЭК РАСО,
председатель оргкомитета премии
«КонтЭкст»*

Книга «30 лучших коммуникационных проектов ТЭК» — это уникальный проект, который объединил многолетний опыт ведущих компаний топливно-энергетического комплекса в различных направлениях коммуникационной деятельности. Это квинтэссенция лучших отраслевых коммуникационных практик, технологий и инструментов. Вы держите в руках уникальный учебник, который поможет вам решить практически любую задачу компании, подскажет новые идеи, снабдит самыми эффективными инструментами и технологиями.

Родилась эта книга благодаря премии «КонтЭкст», которая была создана сотрудниками пресс-центра Министерства энергетики Российской Федерации в 2009 году. Когда мы приступили к организации ведомственного федерального пресс-центра, министром была поставлена совершенно четкая задача — объединить все отрасли топливно-энергетического комплекса (ТЭК) и сформировать единую централизованную информационную политику.

С этой целью был создан отраслевой конкурс на соискание премии «КонтЭкст». В ходе мозгового штурма в недрах пресс-центра министерства было выбрано именно это название: контекст формирует любое восприятие, а применительно к нашему энергетическому сообществу, в сочетании с аббревиатурой ТЭК, родился своего рода омофон.

Идея организации такой отраслевой коммуникационной площадки была горячо поддержана министром энергетики РФ Сергеем Ивановичем Шматко. Мы стали создавать некое пространство, открытое новым экспериментам и мнениям, где могли бы встретиться журналисты и пресс-секретари, независимые эксперты по коммуникациям и PR-специалисты компаний, представители академической среды и медийной аналитики, топ-менеджеры компаний и студенты гуманитарных факультетов энергетических вузов.



Отрасли были разобщены, как и люди, отвечающие за коммуникации в энергокомпаниях. Руководители коммуникационных блоков компаний практически не взаимодействовали друг с другом, хотя в топливно-энергетическом комплексе разными организациями реализовывалось множество совместных проектов. Это отражалось на качестве внедрения энергопроектов, усложняло информационный обмен, снижало его эффективность.

Все это сказывалось и на имидже самого ТЭК. Ведь репутация отрасли — это не совокупность имиджевых потенциалов компаний, а позитивное отношение к общей энергополитике государства. Необходимо было не просто создать площадку для объединения и активного взаимодействия пресс-служб энергокомпаний для сотрудничества и обмена информацией, идеями, технологиями, а сформировать атмосферу и обстановку доверия, открытости, постоянного получения обратной связи, что положительно отразилось бы на реализации проектов и на имидже и репутации отдельных энергокомпаний.

Конкурс объединил коммуникаторов и журналистов всех отраслей ТЭК: нефтегазовой, электроэнергетической, угольной, атомной, энергетического машиностроения. Благодаря ему представители энергокомпаний всех регионов страны узнавали о новых PR-технологиях, делились информацией о своих проектах, обменивались идеями и знаниями, которые потом успешно применяли на практике. И хотя в названии конкурса основой является ТЭК, конкурс уже перерос границы топливно-энергетического комплекса. Сегодня участниками являются промышленные компании, производители оборудования для ТЭК, проектировщики, научные центры, поставщики технологий для энергетики, вузы.

Конкурс стал официальным мероприятием Комитета по коммуникациям в ТЭК Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) и Центра развития коммуникаций ТЭК.

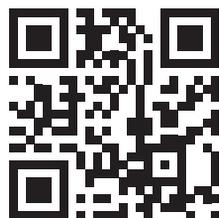


«КонтЭкст» состоялся и развивается благодаря своим партнерам: РАСО, Союзу журналистов России, Союзу журналистов Москвы, АКМР, аналитической компании «Медиалогия», энергетическим вузам (РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина, НИУ МЭИ, журфаку МГУ им. Ломоносова, МИЭП МГИМО) и СМИ (МИА «Россия сегодня», АЭИ «Прайм» и ИД «Комсомольская правда»), в том числе отраслевым.

Конкурс проводится с целью выявления и популяризации лучших коммуникационных практик энергокомпаний, содействия росту профессионализма специалистов пресс-служб, формирования стандартов качества в профессии, повышения значимости коммуникационной деятельности компании ТЭК. Лауреаты премии — лидеры коммуникационной отрасли страны, признанные мастера и истинные профессионалы своего дела.

За многие годы своего существования «КонтЭкст» собрал бесценную базу успешных кейсов по огромному количеству направлений коммуникационной деятельности всех отраслей ТЭК. Поэтому появилась идея объединить самые успешные кейсы в сборник лучших практик. Желаю вам успешного использования всех идей, которые вы найдете в этой книге, в вашей работе и жизни, расширения ваших возможностей и новых достижений!

**Вся информация
о премии «КонтЭкст»:**



В информационном обществе специалисты по коммуникациям в силу специфики своей профессии и компетенции являются главными в любой организации. Именно от их знаний и уровня экспертности зависит репутационный и экономический результат. Бывает, что ответственность и важность нашей работы приходится доказывать в непростых ситуациях. Порой нужна смелость, чтобы донести до руководителя нетрадиционное и нестандартное решение. Но именно оно зачастую становится залогом успеха. **Делай что должно — и будь что будет!**

Ирина Есипова,
председатель оргкомитета премии «КонТЭКст»,
директор Центра развития коммуникаций ТЭК,
член исполкома, председатель Комитета
по коммуникациям в ТЭК РАСО,
член Совета Гильдии маркетологов





ООО «Газпром трансгаз Москва» — крупнейшее газотранспортное подразделение ПАО «Газпром», родоначальник отечественного магистрального транспорта газа.

На протяжении 75-летней биографии компания планомерно выполняет свою главную задачу — надежную, бесперебойную и безопасную поставку природного газа 14 субъектам европейской части Российской Федерации, а также транзит газа в страны ближнего и дальнего зарубежья. За все время своей деятельности предприятие доставило около 10 трлн куб. м газа 25% населения страны, что составляет 1/3 всех поставок «голубого топлива» на внутреннем рынке.

ООО «Газпром трансгаз Москва» эксплуатирует магистральные газопроводы общей протяженностью более 21 000 км — 15% от общей протяженности транспортных артерий в стране. Общий объем транспортируемого предприятием газа в год — около 170 млрд куб. м. В зоне его производственной ответственности функционируют 22 компрессорные станции (КС) и 719 газораспределительных станций (ГРС).

Компания идет в ногу со временем, используя в своей деятельности новейшие технологии. Это позволяет ей непрерывно трудиться в любых условиях, в том числе во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. На трассах активно используются роботизированные сканер-дефектоскопы, беспилотные летательные аппараты. Внедряются технологии интеллектуального контроля трубопроводов, дистанционного управления технологическими объектами, цифровых двойников площадных объектов, коррозионного мониторинга и другие передовые методы.

Визитная карточка ООО «Газпром трансгаз Москва» — социальная политика. Коллектив компании — 12 000 человек — трудится в администрации и 24 филиалах, расположенных в регионах Центрального федерального округа РФ. Работа на предприятии закономерно обладает множеством возможностей для роста и развития — профессионального и социального. Для его сотрудников является нормой желание сделать карьеру и остаться в компании на всю жизнь. Примером тому — многочисленные трудовые династии, насчитывающие каждая более сотни лет совокупного трудового стажа.

Еще один приоритет социальной политики «Газпром трансгаз Москва» — проекты культурной, исторической и патриотической направленности. Среди них — «Ландыш серебристый» (2013–2015), посвященный 175-летию со дня рождения П.И. Чайковского; «Тургенев. Сегодня» (2018), приуроченный к 200-летию великого русского писателя; парад духовых оркестров «Первый салют Победы» (2018) в Белгороде; проект «Шаги Победы» (2019–2020), объединивший три ратных поля России, приуроченный к 75-летию Победы.

Предприятие на постоянной основе проводит военно-патриотическую акцию «Вахта Памяти», основная цель которой — подъем и перезахоронение останков солдат и офицеров Советской армии, погибших в годы Великой Отечественной войны; фестиваль творческих коллективов и исполнителей «Созвездие»; акцию «Рождественские встречи» в доме-музее П.И. Чайковского в Клину; фестиваль авторской и бардовской песни «Воргольская струна» и т.д. Оказывает благотворительную поддержку проекту популяризации юношеского музыкального творчества «Junior Music Tour»; проводит совместные акции с Фондом популяризации пилотируемой космонавтики «Космос — это мы»; поддерживает программы различной социальной направленности.

Больше информации на сайте компании:

<https://moskva-tr.gazprom.ru/>

Проект Шаги Победы



**Победитель премии «КонтЭКст» 2021 года
в номинации «Лучший проект в год 75-летия Победы»**

Срок реализации: 2019–2020 годы

Автор и исполнитель проекта: ООО «Газпром трансгаз Москва».

Историко-патриотический проект ООО «Газпром трансгаз Москва» «Шаги Победы» посвящен воинской доблести российской армии на трех ратных полях — Куликовом, Бородинском и Прохоровском.

Проект приурочен к 75-летию Победы нашего народа в Великой Отечественной войне и проходил под патронатом полномочного представителя президента Российской Федерации в Центральном федеральном округе, а также при поддержке Российского военно-исторического общества (РВИО).

В основе проекта лежит идея единства, нерушимости и мощи военно-патриотических сил России, которые на протяжении веков шаг за шагом одерживали сокрушительные победы над врагом, пытающимся завоевать нашу землю. Отсюда и название — «Шаги Победы».

I этап — 2019 год: состоялись концерты прославленного военного оркестра в Московской, Курской и Рязанской областях.

II этап — 2020 год: в год 75-летия Победы в Великой Отечественной войне состоялись основные мероприятия проекта — благотворительные акции и торжественные церемонии объединения земель трех ратных полей России на территориях их музейных комплексов.



Концепция проекта

Единство сквозь века

Испокон веков — шаг за шагом — российская армия одерживала победы над врагом, пытавшимся завоевать нашу землю. В победах на трех ратных полях России прослеживаются логичная преемственность и главный вывод: «Сила — в единстве».

Миссия проекта

Формирование у современного поколения исторической памяти о героических событиях нашей истории. Приобщение к патриотическим традициям и нравственным ценностям.

Цели и задачи проекта

- Позиционирование ООО «Газпром трансгаз Москва» как социально ориентированной компании.
- Увековечивание воинской доблести на трех ратных полях России.
- Патриотическое воспитание молодого поколения.
- Культурно-историческое просветительство.

Поддержка проекта

Проект реализован под патронатом полномочного представителя президента РФ в Центральном федеральном округе И.О. Щеголева. Проект поддержали: Российское военно-историческое общество; губернаторы Московской, Курской, Рязанской, Тульской и Белгородской областей; Московская, Белгородская и Тульская епархии; представители посольств Франции и Аргентины.



Участники и партнеры проекта

- Центральный военный оркестр Министерства обороны РФ.
- Музей-заповедник «Куликово поле».
- Музей-заповедник «Бородинское поле».
- Музей-заповедник «Прохоровское поле».

В основу сюжета легла задача символического сбора и сохранения горсти земли с трех ратных полей — Куликова, Бородинского и Прохоровского — в уникальной хрустальной сферической капсуле, обрамленной бронзой.

Уникальность проекта в том, что в нем объединены практически все технологии PR и GR.

При подготовке к реализации проекта были созданы все необходимые предпосылки для его успешной реализации. Создан визуальный образ (бренд-бук проекта), продумана стратегия вовлечения партнеров и органов государственной власти, создана политическая, корпоративная и социальная значимость проекта.

Проект включал в себя организацию информационных поводов — событий, привлекающих максимальное внимание СМИ. Проект представил также лучшие практики благотворительности, касающиеся вклада в культурное развитие страны.

Хронология событий

2019 год

7 сентября, 207-я годовщина Бородинского сражения. Старт проекта «Шаги Победы» — концерт Центрального военного оркестра



Министерства обороны РФ у Главного монумента памяти российских воинов — Батареи Раевского.

Благотворительные мероприятия 2019 года

Серия благотворительных концертов Центрального военного оркестра Министерства обороны РФ.

Место проведения: Московская, Курская и Рязанская области (музей-заповедник «Бородинское поле», концертно-зрелищный центр «Гринн», Рязанская областная филармония).

Целевая аудитория

Ветераны ВОВ, представители органов федеральной и региональной власти, бизнес-сообщества, курсанты военных училищ, учащиеся школ, члены общественных организаций и др.

Мероприятия для СМИ

Организация пресс-конференции в ИД «Комсомольская правда» с участием партнеров проекта.

Спикерами выступили:

- заместитель полномочного представителя президента РФ в ЦФО Алексей Еремин;
- генеральный директор ООО «Газпром трансгаз Москва» Александр Бабаков;
- директор музея-заповедника «Куликово поле» Владимир Гриценко;
- скульптор, автор памятных постаментов проекта Александр Миرون.



2020 год

1. Забор земель с трех ратных полей России.

Почетная миссия возложена на молодых сотрудников ООО «Газпром трансгаз Москва» и представителей музеев-заповедников Куликова, Бородинского, Прохоровского полей.

2. Организация трех итоговых мероприятий установки хрустальных капсул — символов Победы:

- 12 июля 2020 года (Прохоровское поле, Белгородская область) — 77-я годовщина крупнейшего в истории танкового сражения;
- 7 сентября 2020 года (Бородинское поле, Московская область) — 208-я годовщина Бородинского сражения;
- 20 сентября 2020 года (Куликово поле, Тульская область) — 640 лет Куликовской битве.

Дополнительные поддерживающие мероприятия

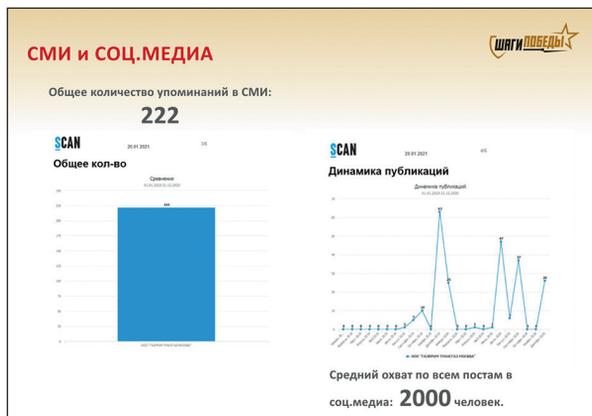
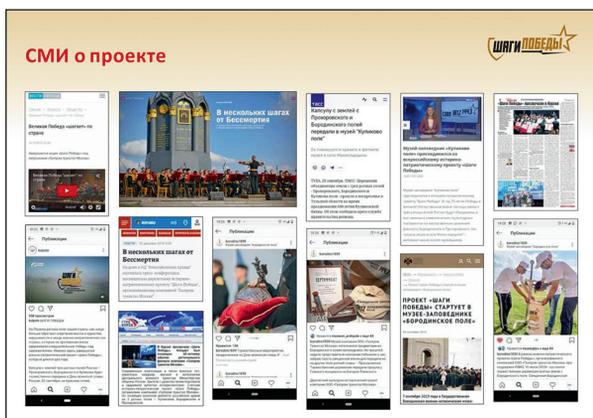
Охват: 6 регионов ЦФО.

● Патриотические акции:

- высадка яблоневого аллея на Прохоровском поле в рамках Всероссийской акции «Сад Памяти»;
- организация экскурсионных туров в музеи-заповедники трех ратных полей России;
- концерты патриотической музыки для различных социальных групп регионов.

● Мото- и велопробеги «Объединяя ратные поля».

● Благотворительные и волонтерские проекты:



- реконструкция иконостаса в храме Рождества Пресвятой Богородицы (с. Монастырщино, Куликово поле);
- организация просветительских мероприятий в рамках проекта «Москва за нами. 1941 год» (д. Бородино, Бородинское поле);
- благоустройство территории вокруг музея «Битва за оружие Великой Победы» — «Природные зоны» (п. Прохоровка, Прохоровское поле).

Эффективность проекта

Эффективность коммуникационной деятельности в рамках проекта выражается в краткосрочном и долгосрочном эффекте, достигнутом на уровне различных целевых аудиторий.

Главное, что необходимо понимать: PR — это не самостоятельный вид деятельности, а вспомогательная функция в организации. Основная его задача, каким бы грубым или несправедливым это ни казалось, — отнюдь не быть в первую очередь ярким, вирусным или запоминающимся...

Цель коммуникационной деятельности — максимально надежно и эффективно поддерживать бизнес компании, обеспечивать решение экономических задач. Это принципиально важно.

Каждый раз, планируя свою PR-активность, необходимо помнить о том, насколько это долговременно стратегически повлияет на решение основных целей компании.

Вирусность, яркость, креативность — это все прекрасно, особенно когда они помогают решать главные, экономические задачи, а не являются искусством для искусства. Особенно это важно для сферы ТЭК, которая является системообразующей для страны. И здесь цена ошибки как никогда высока, а системность и стратегичность — на вес золота. Или на вес барреля нефти и тонны угля.

Евгений Минченко,
президент Российской ассоциации
по связям с общественностью (РАСО),
член Оргкомитета премии «КонТЭКст»





«Сахалин Энерджи»

На Дальнем Востоке России, на северо-восточном шельфе острова Сахалин компания «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» ведет разработку одного из самых крупных и технически сложных нефтегазовых проектов в мире — «Сахалин-2».

В рамках проекта, который открыл для России новые рубежи в развитии энергетики, осуществляются добыча нефти и газа, производство сжиженного природного газа и последующая продажа продукции на рынке Азиатско-Тихоокеанского региона. Опираясь на знания и опыт, накопленные группой акционеров из разных стран, компания «Сахалин Энерджи» воплотила самые передовые технологии нефтегазовой отрасли и придерживается мировых стандартов в области промышленной безопасности, охраны окружающей среды и здоровья работников.

За время работы компании удалось стать не только ведущим поставщиком энергоресурсов в страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Сегодня «Сахалин Энерджи» является одним из лидеров в области корпоративной социальной ответственности: ее корпоративные программы продолжают получать признание как внутри страны, так и за рубежом и ежегодно входят в число лучших практик Глобально-го договора ООН.

Компания делает акцент на реализацию долгосрочных партнерских проектов с участием ключевых заинтересованных сторон. Приоритетные направления социальных инвестиций «Сахалин Энерджи» — безопасность, охрана окружающей среды, содействие развитию коренных малочисленных народов Севера Сахалинской области,



культура, образование. Социальная политика компании строится на партнерстве и системной поддержке региональных инициатив, которые встроены в повестку национальных проектов. Соответствие корпоративной социальной активности компании целям и задачам федеральных программ, реализуемых в рамках нацпроектов, позволило «Сахалин Энерджи» стать одним из первых российских предприятий, которым присвоен статус «Партнер национальных проектов». Эта деятельность также логично сочетается с международной повесткой — Целями в области устойчивого развития ООН — и вносит весомый вклад в решение глобальных проблем.

На страницах сборника компания делится практиками, которые отмечены как лучшие примеры для тиражирования ответственного отношения бизнеса к социальным вопросам на территории присутствия. Этот опыт может быть полезен предприятиям различных отраслей в стабильной работе и продвижении устойчивых решений для развития российского топливно-энергетического комплекса.

Проект Новая реальность: антивирусные коммуникации

**Победитель премии «КонтЭКст» 2020 года в номинации
«Проекты по антикризисному PR»**

Срок реализации: 2020 год.

Исполнитель: департамент корпоративных отношений компании «Сахалин Энерджи».

Концепция проекта

В начале 2020 года в связи с пандемией COVID-19 в мире и в России «Сахалин Энерджи», как организации непрерывного производственного цикла, необходимо было выстроить эффективное управление и принять срочные меры по обеспечению безопасности людей и надежного непрерывного производства: от поставок компанией энергоресурсов зависит энергетическая безопасность не только Сахалинской области, но и ряда стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР).

Чтобы самый сложный механизм одного из самых масштабных мировых нефтегазовых проектов работал без сбоев, критически важным было своевременное и максимально полное информирование персонала о том, что происходит в компании.

Проактивность, открытость и полнота коммуникаций стали залогом успешной работы по информированию персонала в условиях режима готовности к ЧС в «Сахалин Энерджи» и связанных с этим беспрецедентных ограничений в регионе для предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций при строгом регламентировании (фактически запрете) въезда на территорию Сахалинской области и пр.



Проблематика проекта

Компания «Сахалин Энерджи» как источник энергоресурсов в АТР, а также основной поставщик газа для внутреннего потребления на территории Сахалинской области не имела права ни на один день внеплановой остановки производства углеводородов. Необходимо было бесперебойно выполнять все обязательства перед сотрудниками, акционерами, российской стороной и другими заинтересованными сторонами.

Обо всех мерах борьбы с коронавирусной инфекцией, возможных рисках, развитии ситуации и действиях компании, направленных на защиту сотрудников, офисов и объектов, следовало своевременно информировать работников проекта «Сахалин-2», а это около 2200 человек. Ситуация требовала не только оперативности, но и использования в качестве каналов коммуникации нетрадиционных ресурсов.

Цель и задачи проекта

Цель — выстраивание эффективной внутрикорпоративной коммуникации с сотрудниками компании и подрядных организаций в режиме повышенной готовности к ЧС, включая согласованное и последовательное информирование заинтересованных сторон о возможных рисках, развитии ситуации, принятых мерах и действиях компании, направленных на защиту сотрудников и объектов.

Задачи:

- организация оперативных, последовательных и четких коммуникаций с возможностью обратной связи;
- обеспечение доступности и понятности всех информационных материалов, связанных с работой компании в условиях COVID-19;



- снижение уровня тревожности и неопределенности в условиях новой реальности среди персонала через вовлечение в корпоративные командообразующие и волонтерские проекты.

Целевая аудитория

- Персонал компании «Сахалин Энерджи».
- Персонал, задействованный в проекте «Сахалин-2», представители подрядных и субподрядных организаций, включая:
 - находящихся на длинной вахте на «стерильных» объектах компании;
 - находящихся на обязательной 14-дневной обсервации в пунктах временного пребывания (ПВП);
 - членов семей сотрудников компании и подрядных организаций.

Используемые инструменты PR

В рамках пандемии было особенно важно принимать нестандартные решения и оперативно взаимодействовать с персоналом компании и проекта «Сахалин-2» и всеми заинтересованными сторонами. В это время были активно задействованы все внутренние и внешние корпоративные каналы коммуникации: внутренний и внешний веб-сайты, рассылка электронных сообщений для сотрудников, информационный бюллетень «Вести «Сахалин Энерджи», печатные материалы — плакаты, листовки, брошюры и др.

Все коммуникации были последовательными, доступными, с возможностью обратной связи. Для оказания круглосуточной информационной поддержки была создана многоканальная горячая линия, которая работает 24 часа в сутки.

С целью изучения мнения персонала и необходимых изменений в работе были проведены опросы среди персонала компании и подрядных организаций.

В компании были инициированы корпоративные конкурсы, волонтерские акции, которые в условиях новой реальности позволили снять эмоциональное напряжение, направить энергию и усилия на участие в проектах по поддержке социально уязвимых групп населения.

Технология реализации

С марта 2020 года в «Сахалин Энерджи» функционирует Главный координационный комитет (ГКК) под председательством главного исполнительного директора. ГКК включает три штаба, которые обеспечивают непрерывную работу компании в режиме 24/7.

Первый штаб отвечает за разработку и внедрение мер по предотвращению распространения коронавируса на объектах. В него входят специалисты сектора охраны здоровья и гигиены труда, кадрового директората, управления эксплуатации и развития инфраструктуры, других подразделений.

Второй штаб под руководством директора по производству занимается обеспечением надежного производства, отгрузкой продукции и реализацией проектной деятельности. Даже в условиях сложной эпидемической ситуации и низкого рынка компания обязана обеспечивать непрерывное производство и стабильные поставки углеводородов согласно утвержденному акционерами графику.

Третий штаб отвечает за финансовую устойчивость и контроль рисков в условиях санкционного режима.

Постоянными членами ГКК являются руководители штабов и ряда подразделений: департамента промышленной и пожарной безопасности, противодиверсионной защиты и ЧС, департамента по охране труда и окружающей среды, департамента информационных технологий и управления информацией, департамента корпоративной защиты, департамента корпоративных отношений, службы по организации перевозок, управления эксплуатации и развития инфраструктуры.

Первоначально заседания ГКК проводились ежедневно, включая выходные и праздничные дни, что обеспечивало оперативное реагирование с учетом текущей ситуации, решений акционеров, рекомендаций и постановлений органов государственной власти. В рамках

работы ГКК был разработан и реализован Единый комплексный план мероприятий, который актуализировался по мере необходимости. Для координации действий подразделений в рамках работы ГКК был создан секретариат под руководством советника главного исполнительного директора по охране труда и промышленной безопасности. В состав секретариата входят сотрудники департамента корпоративных отношений. Среди обязанностей секретариата — анализ работы штабов, сбор информации по направлениям их деятельности, координация взаимодействия с заинтересованными сторонами по вопросам COVID-19, организация ежедневных заседаний ГКК, составление отчетов, переводческая поддержка и т. д. ГКК принимает все решения, касающиеся обеспечения безопасности объектов, сохранения здоровья сотрудников и непрерывности производства в период пандемии COVID-19. Многие из них — инновационные для компании и нефтегазовой отрасли.

Основные каналы внутренних коммуникаций

Сообщения от Главного координационного комитета

Все ключевые решения ГКК оперативно транслировались через сообщения для сотрудников (рассылка по корпоративной электронной почте, размещение на специальной странице корпоративного сайта, посвященной теме COVID-19, передача информации подрядчикам и пр.). Персонал департамента корпоративных отношений составлял проекты обращений и согласовывал их с председателем ГКК.

В самом начале пандемии, в марте — мае 2020 года, вышло более 70% сообщений от имени ГКК за 2020 год. Это были самые тревожные месяцы, период неопределенности в мире и в России, когда все вопросы, связанные с пандемией, были не просто «серой зоной», а временем «идеального шторма».

Было особенно важно своевременно информировать сотрудников проекта «Сахалин-2» о принятых решениях, мерах предупреждения распространения инфекции на производственных объектах и дальнейшей стратегии поэтапного выхода компании из режима повышенной готовности к ЧС, а также о других ключевых решениях ГКК, направленных на создание безопасных условий работы компании и ее персонала в условиях пандемии.

С марта 2020 по декабрь 2021 года для персонала компании подготовлено и разослано более 60 сообщений от имени ГКК.



Внутрикорпоративный сайт компании (интранет)

Уже в конце февраля 2020 года для сотрудников компании на внутрикорпоративном веб-сайте была разработана отдельная страница, связанная с темой COVID-19. Здесь оперативно размещалась и обновлялась вся актуальная информация, которая включала материалы по работе компании в условиях пандемии и ссылки на полезные публикации.

Основные каналы внешних коммуникаций

Внешний сайт компании

В марте 2020 года компания стала одной из первых разработавших и открывших в России отдельную страницу по COVID-19 на внешнем веб-сайте с информацией о своей деятельности в условиях пандемии.



Другие ресурсы

Департамент корпоративных отношений использовал для коммуникаций все внутренние каналы: онлайн-сессии сотрудников с руководством компании, ежедневный новостной экран, рассылки сообщений для всего персонала, информационный бюллетень «Вести «Сахалин Энерджи», информационные доски и телевизионные плазмы в офисах и на объектах компании, печатные материалы (плакаты, листовки, буклеты и пр.).



Кроме того, постоянно проходили личные встречи руководителей с вахтовым персоналом перед началом обсервации в пунктах временного пребывания и общение с персоналом в ПВП через каналы видео-конференц-связи. Ряд информационных материалов (памятка для сотрудников, выезжающих на вахту, брошюра «Пункты временного пребывания. Правила и нормы», распорядок дня для ПВП) был разработан специально для отправленных на изоляцию в ПВП до заезда на производственные объекты.

В рамках информационной кампании разработано более 40 печатных материалов с дополнительной информацией для сотрудников о работе в условиях COVID-19: правила, требования, рекомендации. Многие публикации (плакаты «Носите маски», коммуникация с приглашением к участию в корпоративных благотворительных акциях) носят неформальный, эмоциональный характер и отличаются интересной подачей визуального ряда, что, несомненно, привлекало внимание и мотивировало на требуемые действия.

Основные каналы обратной связи

Горячая линия по вопросам, связанным с COVID-19

В целях оперативного реагирования на обстановку и предоставления сотрудникам возможности получать ответы на вопросы в марте 2020 года была запущена круглосуточная многоканальная горячая линия.

Первоначально было введено посменное дежурство трех специалистов департамента корпоративных отношений. В течение первых трех месяцев работы количество звонков постоянно росло, и было принято решение перевести линию на многоканальный режим работы (в марте 2021 года одновременно дежурили пять специалистов). Телефон горячей линии размещен на внутреннем и внешнем сайтах

компании, указан в шаблоне рассылок для сотрудников, используется в печатных изданиях по вопросам COVID-19.

В марте 2020 — марте 2021 года на горячую линию поступило более 1650 звонков от вахтовых работников проекта «Сахалин-2», сотрудников компании и членов их семей.

Работа горячей линии позволяет не только оперативно отвечать на вопросы, но и реагировать на темы, которые в определенные моменты становятся наиболее актуальными и способны создать риски для репутации компании. Эти меры резко снизили количество звонков, поступающих на горячую линию от персонала, находящегося на обсервации в ПВП.

Опросы среди персонала компании

В 2020 году в компании были организованы несколько опросов с целью изучения мнения персонала о различных форматах работы, их положительных и отрицательных сторонах, включая тему коммуникаций. Опросы проходили в форме анкетирования с открытыми и закрытыми вопросами. Цель — улучшение процесса информирования в связи с распространением коронавирусной инфекции, задача — выявить наиболее эффективные каналы оповещения и темы, которые требуют наиболее активного реагирования.

В сентябре — октябре 2020 года проходил фокусный опрос вахтового персонала о работе в условиях долгой вахты и ключевых моментах ее организации, связанных с 14-дневной обязательной обсервацией. Почти 95% участников подтвердили, что знают, к кому обратиться в случае необходимости получения дополнительной информации. Обратная связь позволила сделать вывод о том, что в целом в компании в условиях пандемии выстроено эффективное общение с персоналом.

Корпоративные проекты, потребовавшие фокусных коммуникаций

Организация системы психологической поддержки и помощи

С самого начала пандемии было понимание, что увеличение продолжительности вахты с 28 дней до трех месяцев могло привести к таким последствиям, как:

- рост числа неправильных решений и ошибок, связанных с хронической усталостью, бессонницей, нестабильным эмоциональным состоянием;

- увеличение количества инцидентов, происшествий;
- отток персонала.

Было решено обратиться к профессиональным психологам. Одним из наиболее эффективных форматов их вовлечения стало оказание превентивной психологической помощи в виде вебинаров в рамках совещаний по охране труда. С апреля по июнь 2020 года психологи провели серию вебинаров, в которых приняли участие 818 человек, работающих на объектах компании. Вебинары проходили по наиболее актуальным для персонала темам (заявки поступали с объектов). В этот же период была организована горячая линия психологической поддержки. Ежедневно с 09:00 до 21:00 сотрудники производственных объектов и проживающие в ПВП могли обратиться к специалистам по выделенной телефонной линии. В тот период и позднее среди вахтового персонала и находившихся в ПВП не было случаев психологических срывов.

Информационная кампания проводилась с использованием плакатов, анонсирующих телефонную линию поддержки, материалов (плакатов, презентаций) с советами по снятию психологического напряжения, фокусной работы с персоналом на объектах, которую вели специалисты по вопросам охраны труда. Они же обеспечивали сбор обратной связи в ходе вебинаров с целью проведения встреч на наиболее актуальные для персонала темы.

Информирование персонала о возможности участия в голосовании за поправки в Конституцию РФ

В сложных противоэпидемических условиях компания обеспечила для всех желающих возможность участия в голосовании за поправки в Конституцию РФ в июне 2020 года на «стерильных» производственных объектах и в ПВП. Своим конституционным правом воспользовались около 1400 человек. Активность участия достигала 87% (показатель на одном из объектов).

Так как голосование в связи с закрытым режимом объектов проходило без присутствия внешних участников (членов избирательных комиссий), был разработан новый формат голосования, связанный с созданием избирательных комиссий из числа персонала объектов. Такой подход способствовал формированию новых навыков у вовлеченных сотрудников и команды департамента корпоративных отношений как в части работы с коммуникациями, так и в организации процесса.



Персонал компании, участвовавший в организационном и коммуникационном сопровождении голосования, получил благодарственные письма от председателя Избирательной комиссии Сахалинской области и председателя Центральной избирательной комиссии РФ.

Вовлечение персонала в корпоративные конкурсы

В апреле 2020 года, в первую волну пандемии в мире, когда компания уже месяц пребывала в формате удаленной работы и длинной вахты, было принято решение провести корпоративный творческий конкурс с целью снять напряжение в командах и настроить сотрудников на совместную работу с коллегами и членами семей. Творческий конкурс историй и рисунков «Коронасказки» стал дополнительной мерой по созданию позитивной атмосферы в коллективе.

В рамках информационной кампании выходили тематические информационные материалы на ежедневном новостном экране и в корпоративной газете «Вести», проводились рассылки от департамента корпоративных отношений для всех сотрудников компании. Чтобы достучаться до каждого, коммуникации с ходом конкурса становились все более эмоциональными. Такой подход позволил эффективно провести конкурс уже в первые месяцы работы в особых условиях.

Кроме того, среди сотрудников компании активно продвигался ежегодный фотоконкурс «Мир в объективе», в рамках которого были введены две новые номинации, связанные с реакцией на ситуацию пандемии, но нацеленные на творческий, неформальный подход:

- «Сахалинский рубеж» — фото, рассказывающие о работе и жизни в непростых условиях пандемии;



- «ИЗОизоляция» — тематические фото. Популярный одноименный флешмоб позволял экспериментировать с видением и интерпретацией известных картин, объектов архитектуры и других произведений искусства. Персоналу компании было предложено создать свою виртуальную галерею. Результат получился отличный, с элементами юмора. В целом, несмотря на сложную ситуацию, работу персонала в дистанционном формате, условия длинных вахт, в 2020 году на конкурс поступило рекордное количество фотографий — фотобанк компании пополнился 600 снимками.

Вовлечение персонала в участие в корпоративных благотворительных акциях

В 2020 году компания не отказалась от традиционных корпоративных благотворительных акций, что было особенно важно для поддержания командного духа, корпоративной культуры «Сахалин Энерджи». Они прошли непросто, потребовали большого объема дополнительных организационных усилий, связанных с необходимостью соблюдения противоэпидемических мероприятий, но стали рекордными по активности персонала. Первый благотворительный проект был связан с помощью детям из семей, оказавшихся в сложной финансовой ситуации, в том числе из-за пандемии COVID-19: накануне 1 сентября сотрудники компании помогли собрать укомплектованные всем необходимым школьные портфели для 207 сахалинских ребят, учащихся с 1-х по 11-е классы. Вторым корпоративным проектом стала ежегодная благотворительная акция «Новогодние чудеса», в рамках которой сотрудники компании выполняют новогодние пожелания сахалинских ребят с ограниченными возможностями здоровья.