

«В основе нашей ESG-повестки — партнерство»

ESG — модная аббревиатура для привычных вещей: экопроектов, соцпрограмм и жизни внутри компании. Павел Филиппов, вице-президент по корпоративному развитию девелоперской группы RBI, рассказал Social Report, почему любые шаги в рамках повестки нужно начинать с «глубокого контакта с реальностью».

SOCIAL REPORT: У вас сложилась целая ESG-философия, в чем она заключается?

ПАВЕЛ ФИЛИПPOB: Важнейший принцип, который мы исповедуем, — «быть, а не казаться». У нас нет цели «перекраситься под ESG-адепта». А с этим искушением многие компании сталкиваются: легко перепутать то, что организация действительно делает, и то, во что сильно хочется верить менеджменту. Поэтому для нас отправная точка — честность по отношению к самим себе.

Мы много инвестируем в то, чтобы ясно понимать, какие мы. Проводим регулярный опрос по взаимодействию между подразделениями, ежегодный опрос по обратной связи топ-менеджерам, открытые мероприятия для всех желающих сотрудников, где можно неформально обсудить с коллегами, кто какие проблемы видит внутри компании, поделиться своими неудачами или «болями». Также организуем большие сессии — на день-два, спроектированные таким образом, чтобы люди смогли откровенно и глубоко поговорить — «прочистить трубы» в коммуникациях, рассказать о проблемах, поделиться сомнениями. Чтобы подобные разговоры происходили максимально эффективно, мы специально обучаем людей техникам ненасильственного общения, эмпатии, эмоциональному интеллекту.

Также мы стремимся получать качественную обратную связь от наших клиентов и партнеров. Еженедельно на весь топ-состав, включая президента компании, рассылается отчет о том, что говорят про нас люди в социальных сетях. Мы записываем интервью с клиентами, просматриваем и обсуждаем их на специальных сессиях, постоянно измеряем NPS на наших объектах...

SR: Что вам дает вся эта информация и как вы с ней работаете?

П. Ф.: Она формирует доверие. Доверие создает сотрудничество. Сотрудничество перерастает в партнерство. Партнерство, расширяющееся далеко за пределы компании, — это то, что лежит в основе нашей ESG-философии и позволяет нам быть «живой компанией». Сложно представить себе устойчивое развитие без постоянного контакта с реальностью и адаптации к ней. Ни одна социальная или экологическая инициатива не протянет долго на нетвердой и нерелевантной бизнес-модели, особенно в наши турбулентные времена.

SR: Вы упоминали обучение сотрудников, проговаривание «болей». Как это влияет на корпоративную культуру?

П. Ф.: Культура компании эволюционирует — не отказываясь от своих «скреп», но надстраивая их в соответствии с новым витком развития. Например, сильная лидерская позиция, ценность которой никто не отрицал, теперь балансируется принципом «и тихий голос должен быть услышан». Это позволяет организации не пропускать тонкие сигналы и максимально задействовать интеллектуальный потенциал команды. А наш культовый внутренний корпоративный мем из 2000-х «Не будь скользкой рыбой — займи позицию» дополнился принципом «Да, и при этом...» (как антоним «Нет, потому что...»), который стал символом нашего подхода к культуре творчества и инноваций.

SR: Поговорим об отдельных аспектах ESG-повестки. На каких социальных программах сейчас фокусируется RBI?

П. Ф.: Наш самый большой и любимый социальный проект — «Школа лидеров будущего» — работает с 2017 года. За шесть сезонов к нашей программе присоединились уже 120 петербургских старшеклассников. В 2022

году мы открылись в Сочи — это еще один поток из 20 старшеклассников. В чем суть? Находить путем многоступенчатого отбора лучших ребят — по целеустремленности, лидерским качествам, ответственному подходу к жизни — и помогать им развиваться. В течение года мы совместно с партнерами организуем лекции ярких известных спикеров, мастер-классы и тренинги, нацеленные на развитие ораторского искусства, лидерства, эмпатии и других soft skills. Благодаря этому ребята получают знания, навыки и социальные связи — вместе все это просто бесценный «стартовый капитал» перед вступлением во взрослую жизнь.

Кроме того, коллеги сами поддерживают и даже организуют многие социальные инициативы. Например, у нас в офисе всегда в последний рабочий день года проходит благотворительная рождественская ярмарка, жертвуют сами сотрудники. Каждый раз собираем значительные суммы — для одного из известных в Петербурге фондов. Но тут уже спасибо не столько компании как бизнесу, сколько людям.

SR: Что можете рассказать об экологическом аспекте повестки? Наверное, акцент на ресурсосбережении?

П. Ф.: Мы используем цифровую модель для строительства — это дает возможность более точного подсчета необходимого количества материалов, то есть по итогу уменьшает количество отходов. С точки зрения бытового мусора — система раздельного сбора внедрена практически на всех объектах управляющей компании, которая обслуживает большинство построенных нами жилых комплексов. Где-то только пластик, металл, бумага, где-то больше разных видов. В Artstudio M103 — нашем первом отеле, который был спроектирован с учетом требований международной сертификации BREAM и получил в этом году Green Property Awards как самый «зеленый» апарт-отель России, — раздельный сбор внедряется сразу, уже на этапе проекта.

SR: Что нужно, чтобы стать «самым зеленым» в России?

П. Ф.: В нашем продуктовом стандарте, который распространяется на все проекты RBI, гостиничные и жилые, зашит целый пул энергоэффективных «зеленых» технологий — их мы используем всегда. Четырехступенчатая система очистки воды, многослойный тепло-сберегающий фасад, датчики движения в местах общего пользования, коллекторная система отопления и радиаторы с возможностью регулировать температуру в квартире, энергоэффективные лифты. В проекте на Московском, как и в ряде других, мы идем еще дальше и обеспечиваем многое сверх собственного стандарта: централизованная система кондиционирования, водо-эффективная сантехника, зарядки для электромобилей и самокатов... Понятно, что и все отделочные материалы исключительно с экологическими сертификатами самого высокого уровня. А в целом от проекта к проекту набор «энергоэффективных» опций, тех, что «сверх стандарта», может отличаться: в UltraCity — энергосберегающие окна, в EcoCity — индивидуальные газовые котельные...

SR: Для покупателей ваших квартир экологическая составляющая действительно важна?

П. Ф.: Да, важна. Как пример — про тот же раздельный сбор мусора постоянно спрашивают: «Будет ли у нас?» Мы и сами стараемся делать так, чтобы люди «переходили на светлую сторону». Действуем совместно с организацией, которая занимается сбором вторсырья и экологическим просвещением. Ее представители приезжают в наши дворы, принимают у жителей разные



виды отходов, учат детей в игровой форме, рассказывают, сколько что разлагается в природе.

Если же подойти к вопросу глобально, то для людей важность ESG-повестки в моменте, конечно, сильно зависит от того, насколько удовлетворены их базовые потребности — в безопасности прежде всего. Мы отмечаем явный сдвиг в глобальном сознании людей в пользу мироценности: все больше людей начинает осознавать свою ответственность не только за свой двор, но и за планету в целом. И начинает действовать в меру своих знаний и возможностей, а также возможностей инфраструктуры. Это очень радует. Мы видим RBI одним из проводников для наших клиентов в будущее, в котором заботиться об окружающем мире так же естественно и удобно, как пользоваться лифтом.

Светлана Хаматова
ФОТО ГРУППА RBI

● ГРУППА RBI РАБОТАЕТ НА ДЕВЕЛОПЕРСКОМ РЫНКЕ С 1993 ГОДА И ОБЪЕДИНЯЕТ НЕСКОЛЬКО БРЕНДОВ: RBI (СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ), «УПРАВЛЕНИЕ КОМФОРТОМ» (ЭКСПЛУАТАЦИЯ НЕДВИЖИМОСТИ), RBI ОК (ОТДЕЛОЧНЫЕ РАБОТЫ), RBI РМ (УПРАВЛЕНИЕ АПАРТ-ОТЕЛЯМИ). ЗА 29 ЛЕТ РАБОТЫ КОМПАНИЯ ПОСТРОИЛА 2 МЛН КВ. М НЕДВИЖИМОСТИ