



МОСКОВСКАЯ  
БИРЖА

# Результаты опроса компаний по подготовке годовых отчетов



# Основные цифры

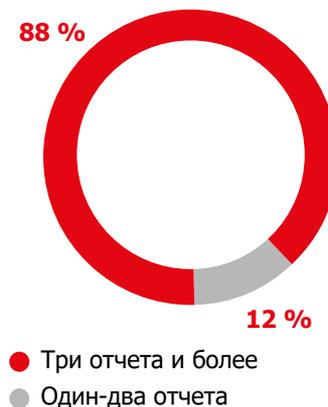
## Участники



## Зона ответственности



## Опыт в отчетности



## Участвовали в разработке



# Стандарты и рекомендации в области УР набирают вес

## На какие добровольные стандарты и рекомендации вы ориентируетесь при подготовке отчета?



Компании все чаще добровольно используют стандарты и рекомендации, относящиеся к сфере устойчивого развития для повышения качества отчета и реагирования на запросы стейкхолдеров.

Помимо этого было упомянуто более 20 наименований, часть из которых не являются стандартами отчетности

# Существенные темы в руках социологов

## С помощью выполнения каких работ вы выявляете существенные темы для раскрытия в отчете?



На фоне перехода корпоративных коммуникаций в онлайн резко вырос спрос на классические социологические инструменты – анкетирование и опросы.

Мероприятия в формате общественных слушаний продолжают организовывать не более 9% респондентов.

Возможности онлайнотчетов сильно недооценены и имеют высокий потенциал для роста.

# Инструменты продвижения требуют пиара

**Какие виды внешнего заверения нефинансовых показателей отчета вы используете?**

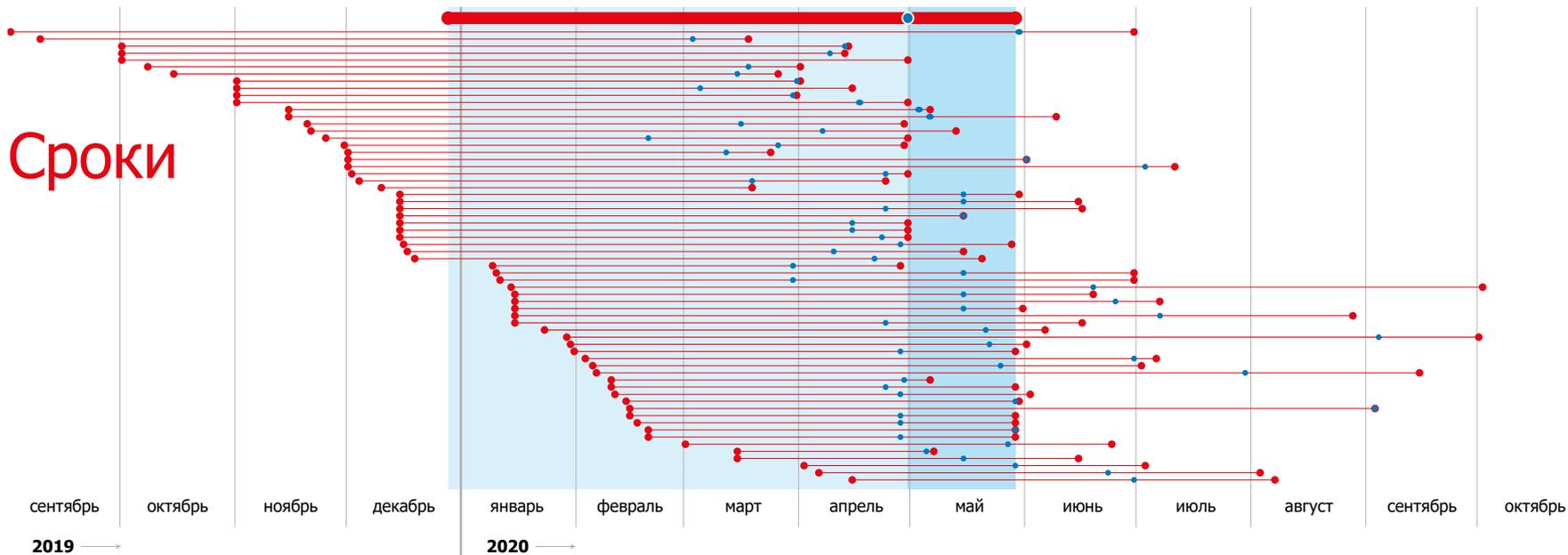


**Какие средства продвижения отчета стейкхолдерам (заинтересованным сторонам) вы используете?**



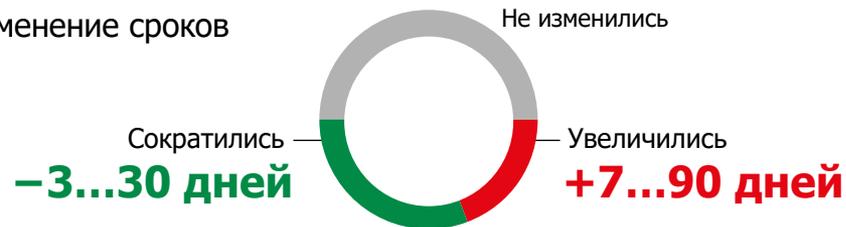
\* По результатам анализа существенная часть респондентов не различала внешний финансовый и нефинансовый аудит. Подтверждение информации о внешнем нефинансовом аудите обнаружено в отчетах 23% респондентов.

# Сроки



	Мин.	Ср.	Макс.
Начало	01.09	<b>28.12</b>	15.05
Утверждение	30.01	<b>30.04</b>	04.09
Публикация	15.03	<b>29.05</b>	02.10
Длительность	53	<b>153</b>	303

## Изменение сроков



# Ключевые проблемы

В чем ключевые проблемы  
когда мы с ними сталкиваемся?



**59 %**

Сбор данных  
и согласование  
с профильными  
подразделениями



**32 %**

Внесение правок



**30 %**

Разработка  
смысловой  
концепции  
и ключевых  
сообщений отчета



**27 %**

Создание дизайн-  
макета и верстки



**12 %**

Все остальные  
процессы и этапы

# Ключевые проблемы

На этапе согласования с представителями какого структурного подразделения / органа вносится наибольшее количество изменений в отчет?

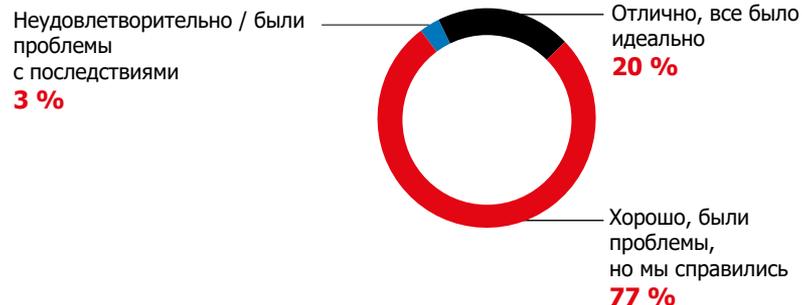


# Ключевые проблемы

На каких этапах вы столкнулись с наибольшими проблемами в ходе реализации проекта? Выберите топ-4 этапа.



Как вы оцениваете эффективность рабочей группы?



# Влияние удалёнки и пандемии COVID-19 на проект



**91 %**

Доступность стейкхолдеров не изменилась



**71 %**

Компании не заметили существенной разницы в ходе проекта или смогли быстро адаптироваться



**91 %**

Компании продолжили или усовершенствовали практики цифрового взаимодействия

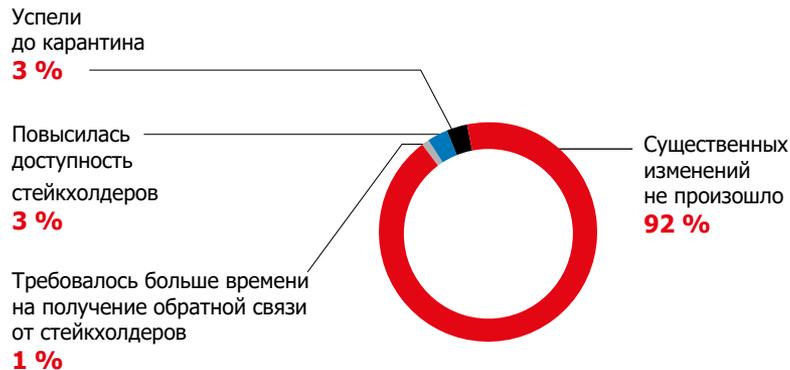


**56 %**

Удаленное взаимодействие будет и дальше использоваться в проекте с доработкой на основе полученного опыта

# Влияние удалёнки и пандемии COVID-19 на проект

## Как изменилось качество коммуникации со стейкхолдерами после перехода на удаленный формат подготовки отчета?



## Как сказался карантин, связанный с пандемией COVID-19, на процессе подготовки отчета?

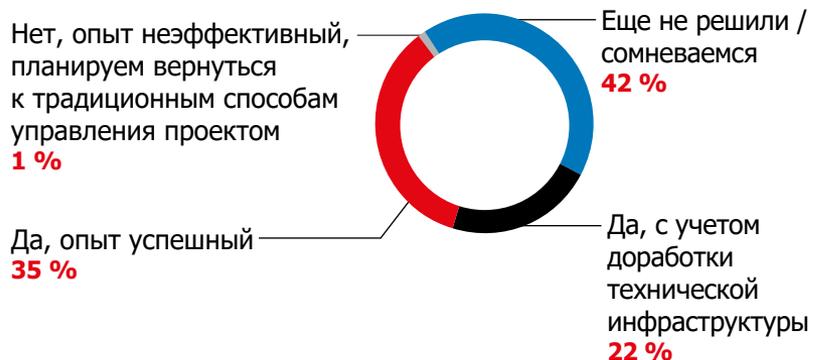


# Влияние удалёнки и пандемии COVID-19 на проект

**Какие инструменты удаленного формата работы вы использовали при подготовке отчета?**



**Планируете ли вы расширить применение инструментов удаленного формата работы при подготовке следующего отчета?**



# In-house или outsource?

## Отдают на outsource:



## Комментарии:

- Компании в основном удовлетворены уровнем аутсорс-услуг и продолжают сотрудничество с тем же подрядчиком аутсорсинга по дизайну (71%), редактуре (60%) и полиграфии (59%).
- Одновременно с этим уровень удовлетворенности услугами по переводу и интерактивным отчетам составляет 45% и 49% соответственно.
- Количество компаний, которые готовы отказаться от тех или иных аутсорс-услуг сопоставимо с теми, кто заявил о снижении бюджета проекта.

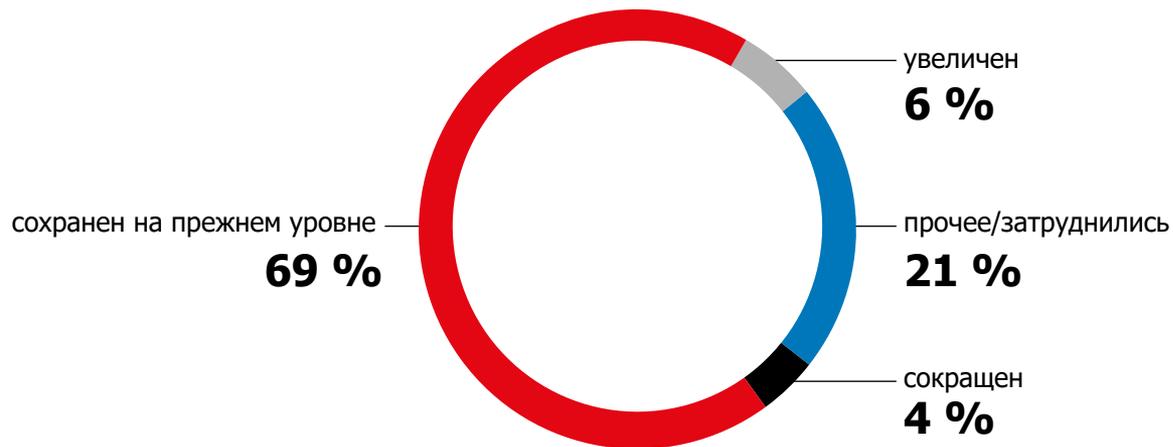
## Выполняют самостоятельно:



## При этом:

- Активным продвижением отчета или взаимодействием со стейкхолдерами занимается 43% и 23% соответственно
- Сбор материалов является самым проблемным этапом работ (52%)

# Бюджет останется на прежнем уровне



# Форматы

## PDF по-прежнему лидирует (2,4 балла из 4)

Его роль будет расти, забирая ощутимую часть аудитории печатной версии. PDF является «старым добрым товарищем», привычным и всегда под рукой. В условиях пандемии COVID-19 PDF оказался «тихой гаванью».

# Форматы

## Интерактивный отчет набирает обороты (1,6 балла из 4)

Интерактив наступает на пятки PDF. Его роль сохранится (50%) или будет расти (34%).

Интерактив довольно молодой и противоречивый формат: аргументы «за» и «против» часто сопоставимы.

Он активно забирает «голоса» у печатной версии, а также PDF формата.

Пандемия COVID-19 принесла дополнительные «голоса» интерактиву.

В этом году  
интерактив делает

59 %

Отказались от интерактивного  
отчета или не делают его

41 %

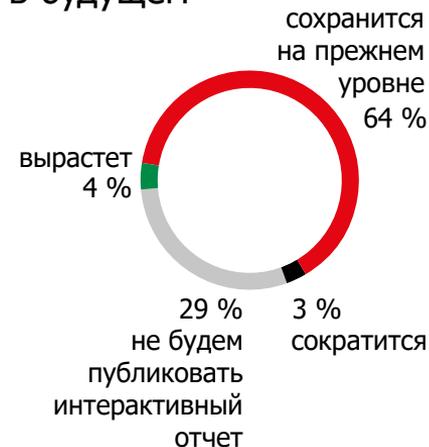
### Ключевые аргументы «за»:

- Расширенные возможности (интерактивное взаимодействие с данными и прочее)
- Доступность и удобство
- Привлекательность
- Востребованность у стейкхолдеров
- Сокращение тиражей
- Расширение контента (содержит больше контента и данных)

### Ключевые аргументы «против»:

- Дополнительные расходы
- Неудобство использования
- Отсутствие спроса со стороны стейкхолдеров
- Избыточность (достаточно PDF)
- Отсутствие добавленной ценности
- Трудоемкость
- Сомнения в легитимности
- Поздний выпуск по сравнению с PDF

Бюджет на интерактив  
в будущем



# Форматы

## Печатная версия (1,5 балла из 4)

Печатные отчеты находятся на нисходящем тренде, они теряют позицию, отдавая большую часть «баллов» интерактиву. Средний тираж снизился до уровня 114 экз на русском языке и 46 на английском соответственно. В разгар пандемии компании сокращали тиражи или отказывались от ранее запланированных. Одновременно, выросла доля тиражей «точно под распространение».

Все еще верят  
в печатный формат

54 %

Уже отказались от печати  
или считают, что роль  
печатной версии снижается

46 %

### Ключевые аргументы «за»:

- Представительская функция
- Удобство (всегда под рукой, использую когда нет доступа к электронной версии)
- Выполнение требований законодательства
- Лучше раскрывает дизайн-концепцию
- Распространение на ГОСА
- Требуется для рассылки в регионы

### Ключевые аргументы «против»:

- Не востребован / Не удобен
- Экологические соображения
- Неактуальность — все идет в онлайн
- Бюджет
- Некому раздавать в условиях пандемии
- Сроки
- Прочее

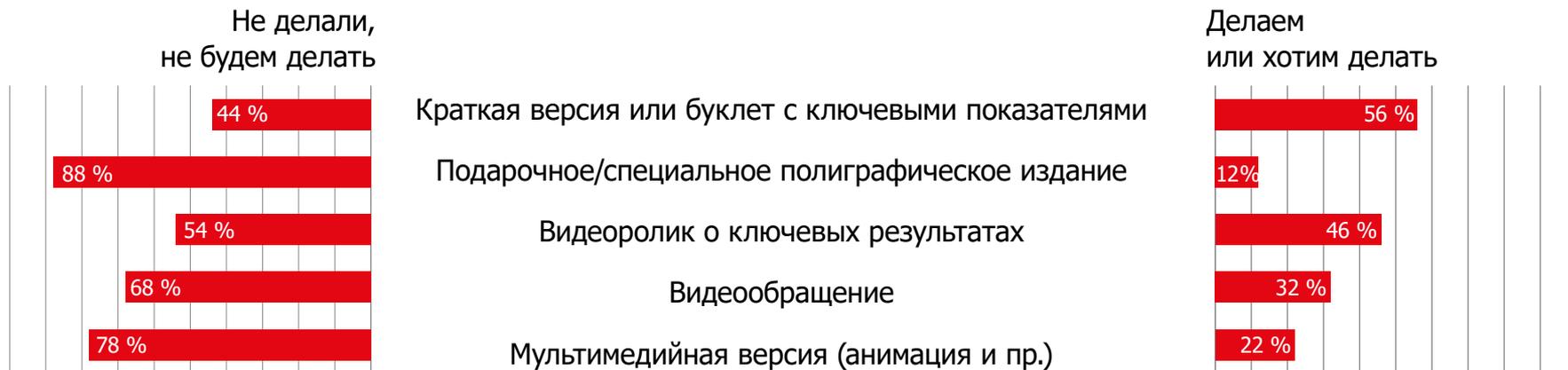
Тиражи и бюджет  
на них в будущем



# Форматы

## Прочие форматы (0,6 балла из 4)

Прочие форматы играют роль экспериментальной песочницы, среди которой есть свои признанные и восходящие «звезды».



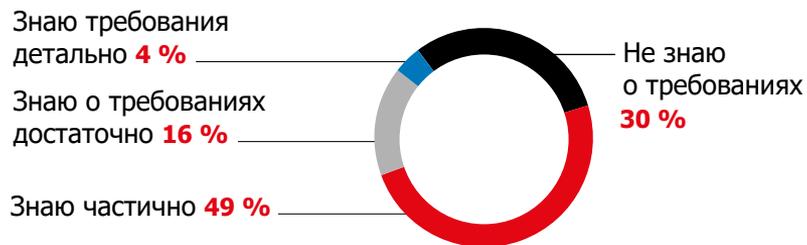
Самым желанным и традиционным из нестандартных является формат краткой версии.

Компании «наигрались» с упаковкой и подарочными версиями отчетов.

Одновременно с этим есть интерес попробовать видео формат, прежде всего в формате видеообращений.

# ESEF

## В целом компании знают о требованиях регулирования ESEF

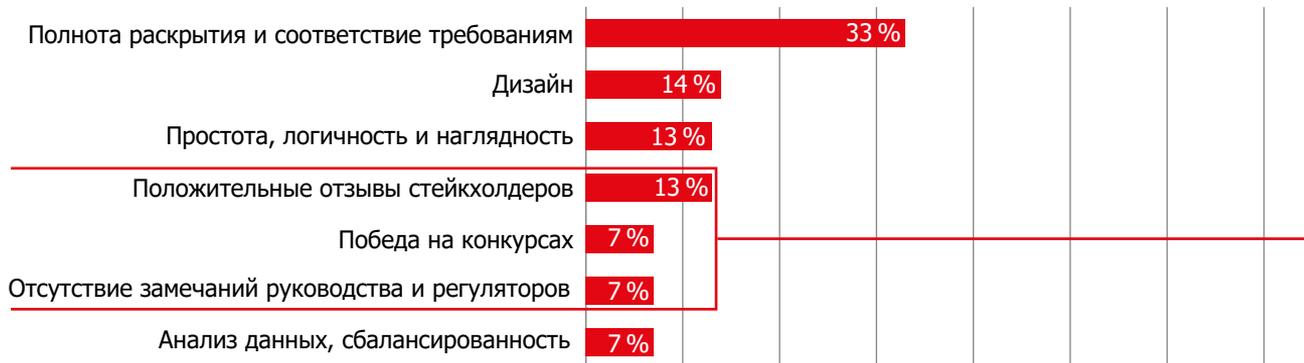


## Подготовка к выполнению требований находится на раннем этапе



# Качество отчета

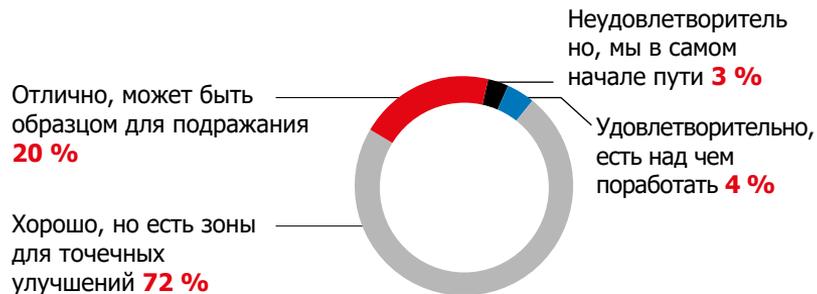
## Что такое качественный отчет?



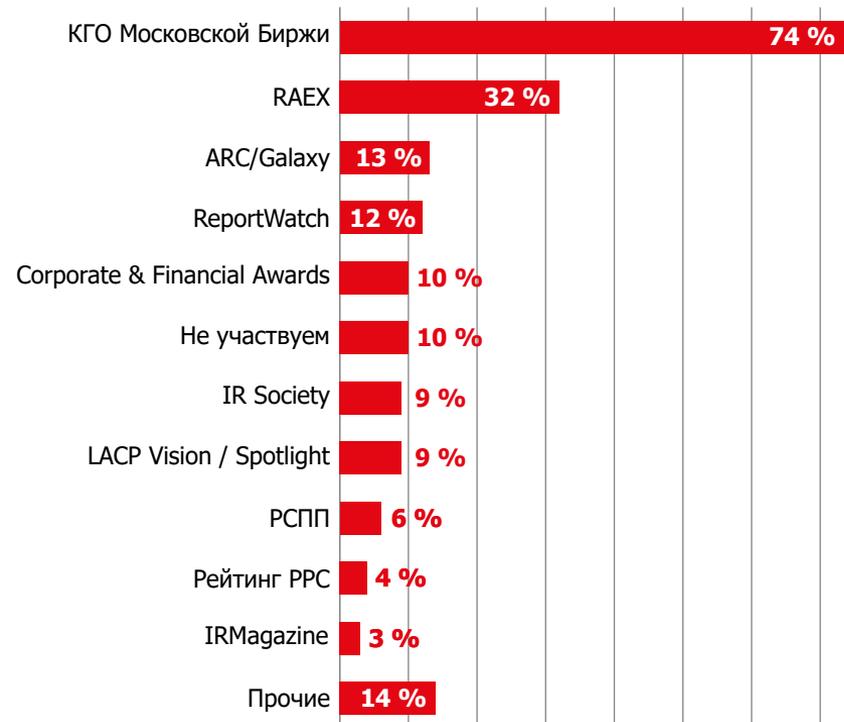
На фоне ожидаемого высокого приоритета качества контента выделяется тенденция оценки качества отчета по качеству коммуникации, состоявшейся после публикации данных.

# Качество отчета

Как бы вы оценили качество вашего отчета?

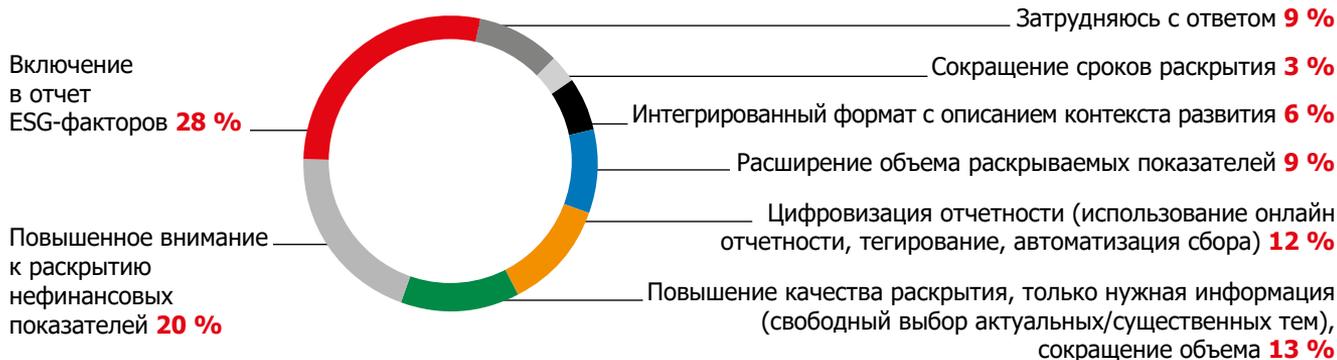


В каких конкурсах годовых отчетов вы участвуете?

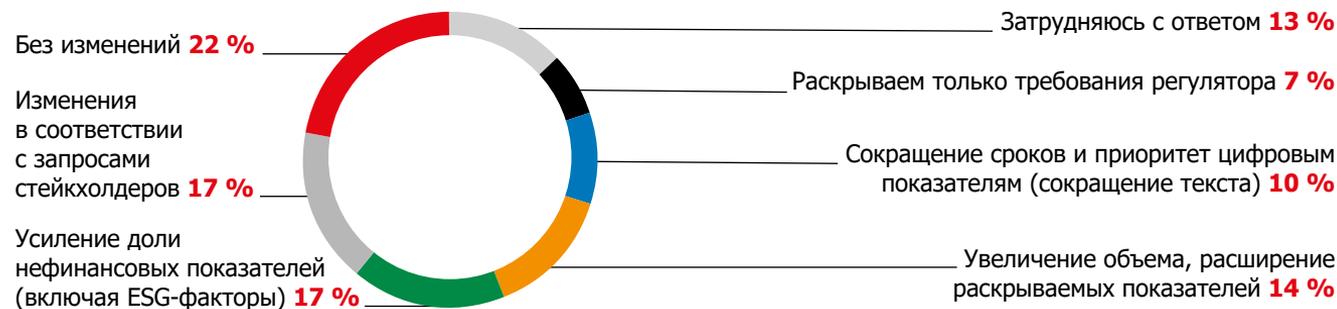


# Тренды

## Наиболее значимые тренды в области публичной отчетности



## Изменения в содержании отчета



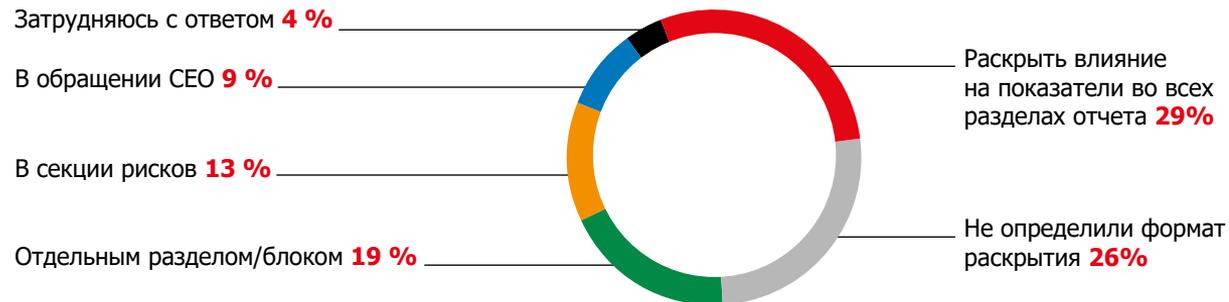
Не каждый тренд находит отражение в планах по реализации в отчетности в будущем.

Присутствует три группы респондентов:

1. видим, но не готовы меняться
2. видим и оперативно реагируем, готовы меняться
3. видим, но придерживаемся аскетичного подхода (сокращение объема, устали, давление бюджета).

# Тренды

## Отражение фактора COVID-19 в отчете



Четко обозначено «ядро», которое формально повторяет проект прошлого года с минимальными изменениями.

Обнаружен тренд на смещение сроков отчета на более ранние даты и связанная с этим тенденция в оптимизации процессов сбора и взаимодействия в проекте.

## Что изменится в проекте

