

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
ООО «СИЛЬВЕР-МАРКЕТ»



Лобачев Д.А.
«29» апреля 2021г.
(Приказ № 3-3 от 29.04.2021г.)

ПОЛИТИКА ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ ООО «СИЛЬВЕР-МАРКЕТ»

1. Основные понятия и определения

1.1. **ООО «СИЛЬВЕР-МАРКЕТ» (Компания)** – Общество с ограниченной ответственностью «СИЛЬВЕР-МАРКЕТ»

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 (ЗС)** – 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. **Ключевые ЗС** – группы ЗС, значительным образом влияющие на Компанию и/или находящиеся под существенным влиянием Компании. Ключевые группы ЗС определяются на основании оценки их важности для Компании, регулярности взаимодействия с ними, а также изучения нефинансовой отчетности

международных и российских компаний горно-металлургической отрасли по вопросам взаимодействия с ЗС.

1.6. **Внутренние ЗС** – группы ЗС, непосредственно относящиеся к Компании (акционеры, органы управления и исполнительные органы, персонал).

1.7. **Внешние ЗС** – группы ЗС, не имеющие непосредственного отношения к Компании (не относящиеся к Внутренним ЗС).

1.8. **Взаимодействие с ЗС** – действия, предпринимаемые для того, чтобы создать возможности для диалога между Компанией и одной или более заинтересованными сторонами с целью предоставления информационной основы для решений Компании.

2. Общие положения и область применения

2.1. Компания стремится к устойчивым партнерским отношениям со всеми ЗС на основе уважения прав человека, соблюдения законодательства Российской Федерации, нормативных правовых актов, отраслевых норм и правил, контрактных обязательств.

2.2. Понимание опасений и ожиданий ЗС, принятие мер, направленных на их удовлетворение на основе баланса интересов ЗС, являются важными составляющими деятельности Компании по повышению эффективности бизнеса и его устойчивости.

2.3. При построении системы управления взаимодействием с ЗС Компания основывается на собственных стратегических и оперативных производственных, экологических и социальных приоритетах, а также положениях и принципах международных стандартов.

3. Цели и задачи Компании по взаимодействию с ЗС

3.1. Устойчивость и ответственность составляют основу экономической стабильности Компании, обеспечивая баланс интересов ЗС.

3.2. Взаимодействие с ЗС – один из важнейших инструментов КСО, находящийся в процессе постоянного совершенствования и обеспечивающий достижение устойчивости через постоянный учет мнений и интересов ЗС.

3.3. Основная цель взаимодействия Компании с ЗС состоит в согласованном выборе направлений стратегического развития Компании и путей совершенствования ее деятельности и практики КСО. Результатом этой работы должно стать достижение такого уровня устойчивого развития, от которого выигрывают все ЗС.

3.4. Задачей взаимодействия с ЗС является совершенствование практики КСО, зафиксированной в локальных нормативных актах Компании, путем реализации следующих мероприятий:

- определения и анализа потребностей, ожиданий и мнений ЗС, рисков и возможностей взаимодействия с ними;
- формулирования и решения наиболее существенных вопросов и проблем, имеющихся у ЗС;
- определения новых направлений развития и взаимодействия, добиваясь новых производственных и социально значимых результатов, опираясь на знания и иные ресурсы, имеющиеся у ЗС, применение которых дает синергетический эффект;
- согласования своей деятельности с потребностями устойчивого развития ЗС и общественными ожиданиями;
- разработки и применения на практике показателей результативности деятельности, позволяющих внутренним и внешним ЗС адекватно оценивать деятельность Компании;
- своевременного выявления и ранжирования с учетом имеющейся карты ЗС новых групп внутренних и внешних ЗС.

4. Основные принципы взаимодействия с ЗС, ключевые группы

4.1. При взаимодействии с ЗС Компания руководствуется следующими основными принципами:

4.1.1. **Существенность** — Компания знает, каковы ее ЗС, а также какие ее интересы и какие интересы ЗС являются для нее существенными (значимыми).

4.1.2. **Полнота** — Компания понимает, на основе постоянного взаимодействия, взгляды, потребности и опасения ЗС, а также их мнения по значимым для них вопросам.

4.1.3. **Реагирование** — Компания реагирует на существенные вопросы, стоящие перед ЗС и перед самой Компанией.

4.2. Компания выделяет следующие ключевые группы ЗС:

- а) участники;
- 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) работники;
- е) местные сообщества (местные жители, некоммерческие организации, муниципальные учреждения).

4.3. В том случае, если происходят объективные изменения или поступает новая информация, перечень ключевых групп ЗС может быть пересмотрен.

5. Планирование и определение форм взаимодействия

5.1. Взаимодействие с ЗС предусматривает регулярный диалог между Компанией и одной или более ЗС. Такой диалог помогает Компании реализовывать свою социальную ответственность, предоставляя информационную основу для принимаемых ею решений.

5.2. Диалог с ЗС может быть инициирован Компанией или начат по инициативе одной или более ЗС, с использованием различных форм и каналов коммуникации. В большинстве случаев взаимодействие с ЗС проводится в интерактивном режиме и предназначено для того, чтобы дать возможность ЗС сформулировать и высказать свои пожелания и критические замечания в открытой и прозрачной форме.

5.3. Взаимодействие с ЗС носит комплексный и многогранный характер, в том числе выходящий за рамки регулярных бизнес-процессов Компании. Учет и фиксирование результатов различного вида контактов и связей с ЗС, является неотъемлемой частью взаимодействия и подлежит соответствующему анализу и последующему реагированию.

5.4. Компания выбирает наиболее целесообразные методы взаимодействия со своими ЗС. Приступая к организации процесса взаимодействия, Компания определяет:

- цели взаимодействия;
- группы ЗС;
- представителей групп ЗС;
- форму взаимодействия;
- используемые организационные технологии.

5.5. Компания использует сведения и информацию, полученные в ходе взаимодействия с ЗС, для принятия стратегических и корректировки оперативных решений, отвечающих концепции устойчивого развития.