



## РЕПУТАЦИЯ В АГРОБИЗНЕСЕ

Почти два года мирового кризиса пошатнули глобальную продовольственную безопасность. Агробизнес ищет новые методы повышения урожайности в условиях ограниченных природных ресурсов. Это возлагает на научно-исследовательские компании агросектора дополнительную ответственность — разработку инновационных решений, внедрение устойчивых практик, включая развитие сельских территорий. Как мировые лидеры сельского хозяйства управляют стабильностью во время мирового кризиса, рассказала **АННА БАБИЧ**, менеджер по корпоративным коммуникациям в Центральной и Восточной Европе Corteva Agriscience. Компания признана лучшей в управлении корпоративной репутацией в украинском рейтинге «Репутационные АКТИВисты» в номинации «Агросектор: поставщики агрохимии и посевного материала».

**Обеспечение непрерывности бизнеса стало ключевым репутационным риском для организаций в прошлом году. Как с этим справились сельскохозяйственные компании?**

Работа в условиях неопределенности такого масштаба, которую преподнес COVID-19, требует надежного фундамента, решительных действий со стороны менеджмента и способности сотрудников быстро адаптироваться под новые условия. Потрясения прошлого года были шокирующими для мировой экономики потребления. Мы помним, как в самом начале пандемии даже в развитых странах ощущалась паника в супермаркетах. С одной стороны, население покупало продукты впрок. С другой — в начале кризиса в цепи поставок действительно были трудности из-за ограничений на перемещение товаров и людей через границы. Некоторые фермеры потеряли каналы сбыта в виде локальных рынков и ресторанов, которые закрылись из-за карантинных мер. Были опасения транспортных ограничений на поставку семян и химии и, как следствие, рисков срыва посевной. Но Corteva благодаря глобальному масштабу, а это почти 100 производственных площадок, включая Украину, а также гибкой цепочке поставок удалось вовремя обеспечить клиентов посевным материалом и средствами защиты растений.

Зерно, несмотря на кризисы, всегда остается необходимым товаром, но засуха в Украине в 2020 году привела к значительным потерям урожая. Фермеры, сделавшие ставку на засухоустойчивые гибриды, оказались в выигрыше. Так, если в среднем по Украине урожайность кукурузы была 5 т/га, то наши гибриды Pioneer, произведенные по специальной засухоустойчивой технологии Optimum AQUAMax, дали до 17 т/га.

Период кризиса выдержали компании, которые сформировали лояльный пул клиентов и не утратили их доверия. В Corteva мы укрепили отношения со своими клиентами благодаря продажам семян бренда Pioneer напрямую сельхозпроизводителям. Мы смогли поддерживать клиентов в период кризиса благодаря широкому спектру финансовых инструментов, например, аграрным распискам, векселям, банковским гарантиям и специальным кредитным программам.

Однако важно сказать, что для Corteva самым главным фактором устойчивости бизнеса было и остается обеспечение безопасности здоровья наших сотрудников.

**Какие меры компания предпринимает в этом направлении?**

С первых дней вспышки коронавируса Corteva организовала кризисные команды, а наша объединенная команда по пандемии и инфекционным заболеваниям разработала руководящие принципы организации работы, которые коммуницируются всем сотрудникам и обновляются по мере развития ситуации. Мы сразу приостановили командировки, отменили личные встречи, которые сейчас возобновляем постепенно с лимитирующими правилами. На наших площадках работают только те сотрудники, присутствие которых критично для производства, но их работа на местах организована в соответствии с правилами предотвращения распространения заболевания. Все, кто может работать удаленно, работают из дома, посещая офис в случае крайней необходимости. В каждой стране действует система I'm Ok — регулярная отчетность о состоянии здоровья сотрудников и членов их семей. Ежемесячно мы проводим вебинары с корпоративными врачами, которые рассказывают о состоянии заболеваемости в мире, отвечают на популярные вопросы, в том числе о вакцинации. Благодаря этим инициативам нам удается максимально информировать сотрудников и обеспечивать их безопасностью.

**В то время как одни бизнесы нуждались в поддержке, другие поддерживали сами. Corteva была одной из тех компаний, кто не свернул программу КСО, а стал активным участником новых инициатив. Какие проблемы они решают?**

Corteva в своих социальных проектах в первую очередь фокусируется на вопросах обеспечения продовольственной безопасности. В разгар пандемии мы также помогли с материальным обеспечением, поддержав 15 медицинских учреждений Украины. Мы сотрудничали и продолжаем сотрудничать с МБФ Let's Help для обеспечения продуктами продовольствия одиноких пожилых людей, профинансировали уже 1,5 тыс. продовольственных наборов.

В прошлом году мы продолжали работать над привлечением молодежи в сельское хозяйство: принимали участие в виртуальных встречах со школьниками и сотрудничали с лидерами мнений среди подростков — блогерами, с которыми сняли несколько сюжетов на Youtube и получили сотни тысяч просмотров

и, надеемся, будущих абитуриентов сельскохозяйственных вузов. Подобный проект мы делаем в нескольких странах Центральной и Восточной Европы и с ним же вошли в топ-5 лучших маркетинг-кампаний для молодежи престижной награды в сфере PR — SABRE Awards. Наша особая гордость — инновационная образовательно-грантовая программа для женщин-фермеров из сельской местности TalentA, которую по праву уже можно назвать символом женского лидерства в сельском хозяйстве. В Украине программу реализовали после Испании, где проект также получил награду SABRE. Украинский вариант значительно фундаментальнее и сложнее в плане реализации: мы самостоятельно разработали обучающую программу с нуля под запросы женщин-фермеров, помогли им с формированием проектов, каждый из которых направлен на обеспечение продовольственной безопасности в их общинах. Успех программы был колоссальным, и мы продолжаем ее в этом году с большим количеством участниц.

ДЛЯ CORTEVA САМЫМ ГЛАВНЫМ ФАКТОРОМ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА БЫЛО И ОСТАЕТСЯ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЗДОРОВЬЯ СОТРУДНИКОВ

**В рейтинге «Репутационные АКТИВисты» Corteva получила наивысшие баллы за медиаактивность. Как в компании организована эта работа?**

Коммуникационная работа в компании сейчас ведется усилиями двух человек без привлечения пиар-агентства. Это осознанный выбор, который дает нам наилучший результат по сравнению с первым полугодом существования отдела в 2013 году, когда нас поддерживало агентство. За годы прямой коммуникации с журналистами мы наладили эффективные и лояльные взаимоотношения в том числе благодаря инновационному на аграрном рынке формату медиаклубов. В отчетности по медиамониторингу в нашем секторе мы стабильно занимаем первое-второе места по позитивным проявлениям, включая топ-издания. Эти же два сотрудника отдела корпоративных коммуникаций реализуют большие социальные проекты компании. Конечно, наблюдая за рынком или другими индустриями, мы не можем похвастаться большой коммуникационной командой, но признание в виде награды лишней раз подчеркивает отличную эффективность нашей работы, которую мы подтверждаем бизнес-ориентированными KPI. Мы работаем в единой команде Corteva, где каждый сотрудник участвует в управлении корпоративной репутацией.