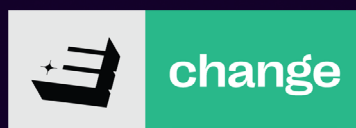


Барометр устойчивой трансформации бизнеса

2022 г.



kept



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
ПАРТНЕР



ПАРТНЕР
ПРОГРАММЫ



ПАРТНЕР
ПРОГРАММЫ



PR-ПАРТНЕР

Введение

Об исследовании и программе E+ Change в поддержку 17 Целей устойчивого развития

Программа E+ Change совместно с Kert провела ежегодное исследование, цель которого — отследить текущие направления трансформации ESG-повестки в России и изменения в отношении

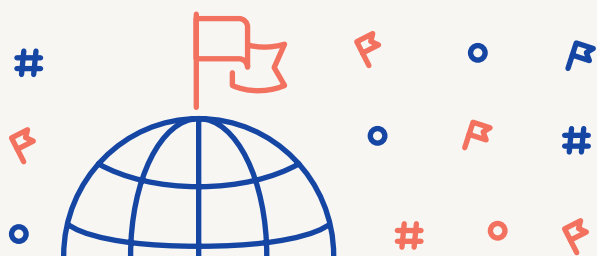
российских бизнес-лидеров к теме устойчивого развития, а также проанализировать степень интеграции Целей устойчивого развития (ЦУР) ООН в бизнес-стратегии российских компаний.

О программе E+ Change в поддержку 17 ЦУР ООН

В 2018 году Effie Russia запустила программу по продвижению в России **17 ЦУР**, принятых ООН в качестве глобального плана по решению социальных, экологических и экономических проблем.

Инициатива основана на подтвержденной многочисленными исследованиями идее, что наличие **социально значимой цели и стратегии** у бренда служит существенным фактором эффективности его коммуникационных и маркетинговых кампаний и, следовательно, одним из детерминантов экономической результативности бизнеса.

Рост интереса к **ESG-повестке** и планы по расширению программы привели к решению о ее ребрендинге в 2022 году. Теперь программа в поддержку **17 ЦУР ООН** в России называется **E+ Change**.



Цели программы в России

01

Собирать данные о состоянии коммуникаций в сфере ЦУР для анализа, обработки и использования в глобальной экспертизе Effie Worldwide и ООН.

02

Оценивать и усиливать вклад маркетинговых коммуникаций в дело изменения мира к лучшему.

03

Исследовать факторы, влияющие на эффективность социально ориентированных коммуникационных кампаний, и посмотреть, как эти факторы меняются со временем.

04

Обучать специалистов в области маркетинга, PR и устойчивого развития на лучших коммуникационных кейсах в сфере общественного блага и целей устойчивого развития.

05

Вдохновлять представителей индустрии на еще более активное участие в ЦУР.



Методология исследования

Исследование 2022 года состоит из четырех разделов. В первом представлен обзор текущих тенденций в сфере ESG. Во втором проанализированы ключевые драйверы и барьеры на пути устойчивого развития в России. Третий раздел посвящен перспективам развития ESG-повестки в России в ближайшие 3–5 лет. В четвертом рассмотрены тенденции в области ESG-коммуникаций и приведен анализ проектов участников премии E+ Awards, для которой отбираются лучшие маркетинговые кампании в области ESG на российском рынке.

В рамках настоящего исследования использовались следующие первичные источники информации и данных:



Комплексный опрос 26 экспертов в области устойчивого развития — руководителей профильных подразделений крупных¹ российских компаний в различных отраслях, — проведенный E+ Change и Kept.



Анкетирование 81 представителя компаний — соискателей премии E+ Awards, осуществленное также E+ Change и Kept. В первую очередь в анкетировании приняли участие сотрудники подразделений маркетинга и коммуникаций. Подробные профили респондентов представлены в разделе «Проекты участников премии E+ Awards».



Глубинные интервью с ESG-специалистами, организованные E+ Change и Kept для более детального обсуждения текущих тенденций и дальнейших перспектив устойчивого развития в России.

Анализ проектов участников премии, представленный в последнем разделе исследования, основан на методологии, разработанной совместными усилиями E+ Change и Kept: на основе результатов детального анализа анкет участников премии были сформированы профили проектов и разработана их типология по смешанному классификационному признаку. В ходе анализа исследователи параллельно фиксировали ценные наблюдения о состоянии российского бизнеса в части интеграции принципов устойчивого развития.

¹ Выручка свыше 2 млрд рублей.

Краткие выводы

В текущий период неопределенности, обусловленной геополитическими вызовами и изменениями экономических условий для российских компаний, ESG-повестка в России остается актуальной: по мнению 60 % респондентов нашего опроса, ее значимость сегодня сохранилась или даже возросла. С одной стороны, происходившие на российском рынке на протяжении последних лет процессы продолжают отчасти задавать вектор развития ESG-повестки. С другой, эксперты отмечают, что повестка будет неизбежно трансформироваться с точки зрения наполнения, приоритетов, драйверов и инструментов, адаптируясь к новым правилам игры.

Драйверы ESG-повестки сегодня

Большинство респондентов (78 %) полагают, что в настоящее время ESG-повестка в стране определяется преимущественно государством через совершенствование нормативной базы, разработку стандартов, реализацию национальных проектов. Еще один ключевой драйвер сферы ESG в России, по мнению 65 % респондентов, — развитость ESG-функции в ряде крупных российских компаний, которые уже имеют значительный опыт интеграции ESG-принципов в свою деятельность. Более трех четвертей опрошенных экспертов (78 %) убеждены, что в горизонте 3–5 лет крупные российские компании, зарекомендовавшие себя в качестве лидеров ESG, выйдут на первый план и будут задавать ESG-тон в стране.

78%

опрошенных экспертов считают, что активное продвижение инициатив в сфере ESG на государственном уровне — ключевой драйвер ESG-повестки в России.



Направления развития ESG

В 2022 году после разрыва партнерств с западными инвесторами и контрагентами и исключения российских компаний из международных ESG-рейтингов на смену западным игрокам приходят азиатские. АТР является одним из передовых регионов в сфере зеленой экономики, и участники нашего опроса считают, что сотрудничество в сфере ESG между Россией и странами данного макрорегиона перспективно: можно совместно направлять инвестиции в зеленые проекты, развивать общие подходы к зеленой таксономии и единой системе торговли углеродными единицами, выпускать зеленые облигации на местных биржах.

61%

опрошенных экспертов считают, что среди ключевых изменений в ESG-повестке в России в перспективе 3–5 лет — переориентация на Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР) для трансграничного ESG-сотрудничества.

В России функционируют национальные ESG-рейтинги (АКРА, НРА, «Эксперт РА», RAEX и др.), которые выступают важным ориентиром для бизнеса, с помощью которого компании могут сравнить свою ESG-позицию с конкурентами. При этом дальнейшее развитие российских ESG-рейтингов даст стимул для их большей востребованности со стороны инвесторов.

61%

респондентов видят основным изменением в ESG-повестке России в перспективе 3–5 лет развитие российских ESG-рейтингов, ESG-стандартов, стандартов экологической сертификации.

Приоритетность ESG-принципов

В настоящее время принципы ответственного отношения к окружающей среде и высокой социальной ответственности являются в равной степени приоритетными для компаний. Однако, по мнению 48 % респондентов, в ближайшие несколько лет на первый план выйдет социальная ответственность. Большинство участников опроса (65 %) считают, что в рамках приверженности высокой социальной ответственности первостепенное значение получит развитие корпоративных программ по улучшению благополучия сотрудников.

Высокая социальная ответственность — наиболее приоритетный принцип ESG для российских компаний в перспективе 3–5 лет.



Барьеры

Три четверти опрошенных экспертов (74 %) в качестве ключевого ограничения развития ESG-принципов в российской бизнес-среде, вызванного текущей геополитической обстановкой, считают направление всех ресурсов компаний на решение задач, связанных с сохранением бизнеса, позиций на рынке, ценных кадров, с адаптацией к новым условиям ведения бизнеса в рамках санкционного давления и т. п. В ряду системных проблем в России эксперты в первую очередь выделили преобладание в стране концепции «ESG на экспорт» и недостаточную развитость национальных стандартов ESG и экологической сертификации, а также неполную проработанность имеющихся требований на государственном уровне (по 70 %).

74%

респондентов выделили сложное положение компаний в настоящее время как основной барьер для развития ESG-повестки в России.

Маркетинг

Маркетинговые проекты остаются важной составляющей деятельности российских компаний в области устойчивого развития, несмотря на сложную экономическую обстановку. Все опрошенные компании планируют не останавливать ESG-коммуникации, хотя более половины респондентов (58 %) отметили, что сократят число маркетинговых проектов и/или выделяемый на них бюджет.



100%

респондентов планируют продолжить реализацию маркетинговых проектов, связанных с решением экологических и социальных задач.

ESG-коммуникации

Текущая направленность ESG-коммуникаций большинства опрошенных согласуется с тем, что в настоящее время принципы высокой социальной ответственности и ответственного отношения к окружающей среде одинаково приоритетны для компаний. В то же время есть ряд респондентов (33 %), которые определили для себя в качестве ключевых именно социально ориентированные проекты, что соответствует наблюдаемой тенденции приоритизации принципа высокой социальной ответственности в перспективе 3–5 лет.

> 58%

респондентов фокусируют коммуникации одновременно на экологической и социальной сферах.

Внедрение ЦУР

Коммуникационные и репутационные возможности — ключевой стимул для внедрения ЦУР в деятельность компаний.

Подавляющее большинство (93 %) соискателей премии E+ Awards считают, что включение принципов и целей устойчивого развития в маркетинговые проекты оказывает прямое влияние на эффективность и успешность последних. Треть (30 %) опрошенных считают, что в качестве основного стимула внедрения ЦУР в деятельность компаний выступают коммуникационные и репутационные возможности. По мнению 68 % респондентов, в настоящее время в компаниях ЦУР в наибольшей степени включены в направление маркетинга и коммуникаций с потребителями. Наиболее часто соискатели премии интегрировали в свои проекты ЦУР 12 «Ответственное потребление и производство» (19 % проектов), ЦУР 3 «Хорошее здоровье и благополучие» (16 %) и ЦУР 10 «Уменьшение неравенства» (12 %).

Стратегии коммуникационных проектов

В 2022 году на первый план вышли просветительские коммуникационные кампании: увеличилась доля как социальных и экологических проектов (почти на четверть), так и относящихся к ядру бизнеса (в два раза). При этом маркетинг становится все менее нацеленным на решение исключительно бизнес-задач: рекламу товаров и услуг, анонсирование новых устойчивых продуктов и сервисов, продвижение бренда, трансформацию бизнес-процессов. В 2022 году по сравнению с 2021 годом маркетинговые проекты стали в первую очередь фокусироваться на социальной и экологической составляющих ESG.

27%

проектов соискателей премии E+ Awards в 2022 году — просветительская коммуникационная кампания по социальной или экологической проблематике.



Готовность потребителя платить

Больше трети (38 %) респондентов на основе своего опыта утверждают, что потребители готовы «поддерживать рублем» товары и услуги, производство или оказание которых соответствуют принципам устойчивого развития, хотя большинство компаний (56 %) пока не могут охарактеризовать данную практику как распространенную.

94%

участников премии E+ Awards считают, что потребители готовы «голосовать рублем» за устойчивое развитие компаний.

Мнение бизнес-сообщества о трансформации ESG-повестки в России

В настоящем разделе приводятся результаты опроса 26 экспертов в области устойчивого развития — руководителей профильных подразделений крупных российских компаний в различных отраслях.

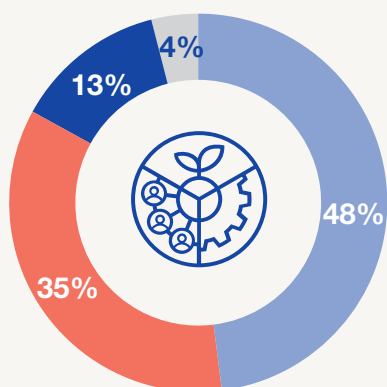
Текущие тенденции в сфере ESG: взгляд со стороны бизнес-сообщества

Изменения в геополитической ситуации и последовавшие за ними экономические санкции привели к оттоку из России иностранных инвесторов, разрыву партнерств с западными контрагентами, исключению российских компаний из международных ESG-рейтингов. Текущие события неминуемо влияют на ESG-повестку в России и приводят к ее трансформации. Мы опросили российских экспертов в устойчивом развитии, чтобы понять, какие именно изменения они наблюдают сейчас и ожидают в будущем.

Если говорить об актуальности ESG-повестки для России сегодня, мнения опрошенных представителей бизнес-сообщества неоднородны, но преобладают все же позитивные оценки. Каждый второй респондент (48 %) считает, что значимость ESG-повестки в стране сохраняется, а 13 % полагают, что ее значимость даже увеличилась.

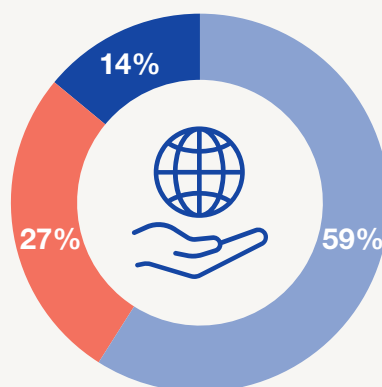
При ответе на вопрос о роли ESG-повестки, но уже в разрезе крупных российских компаний, которых представляют участники опроса, наблюдается еще более оптимистичная картина. Важность ESG-повестки сохраняется для 59 % компаний, а для 14 % она возросла.

Значимость ESG-повестки в России



- Значимость ESG-повестки сохраняется
- Значимость ESG-повестки снизилась
- Значимость ESG-повестки увеличилась
- ESG-повестка более не является актуальной

Значимость ESG-повестки для крупных российских компаний






- Значимость ESG-повестки сохраняется
- Значимость ESG-повестки снизилась
- Значимость ESG-повестки увеличилась



Помимо очевидного положительного эффекта для окружающей среды и общества, который оказывает интеграция принципов ESG в бизнес-стратегии компаний, она несет в себе ряд преимуществ для самих компаний. В следовании ESG-принципам они находят условия повышения своей конкурентоспособности, дальнейшего развития, сохранения производства, рабочих мест и цепочек поставок.

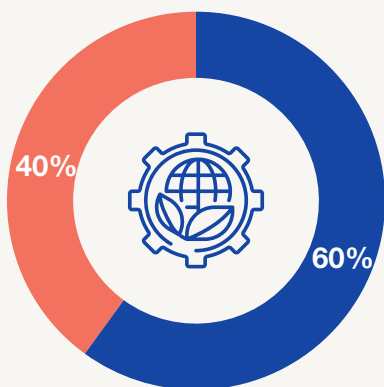
От устойчивого развития бизнеса есть ряд прямых финансовых выгод:



-  сокращение рисков, которые могут существенно влиять на финансовые показатели;
-  более эффективное использование ресурсов в бизнес-процессах;
-  и, как следствие, сокращение операционных расходов.

Сохраняя приверженность ESG-принципам, большинство компаний (60 % респондентов опроса) пересматривают цели и планы в сфере ESG на период 2022–2023 годов. Корректируются стратегии, приоритеты задач и сроки реализации проектов. В 40 % компаний ESG-цели и планы на 2022–2023 годы не изменились.

Крупные российские компании в равной степени придерживаются принципов высокой социальной ответственности и ответственного отношения к окружающей среде (90 % и 90 % респондентов соответственно). Высокому качеству корпоративного управления уделяется несколько меньше внимания — принцип отметили 70 % респондентов.

Планы крупных российских компаний в части ESG-принципов на 2022–2023 годы



-  ESG-принципы соблюдаются, но пришлось пересмотреть цели/планы на 2022/2023 год(ы)
-  ESG-принципы соблюдаются в полном соответствии с целями/планами на 2022/2023 год(ы)

Сейчас возникает запрос на радикальную прозрачность, озеленение цепочки поставок и соответствие ожиданиям стейкхолдеров (которые как никогда завышены).

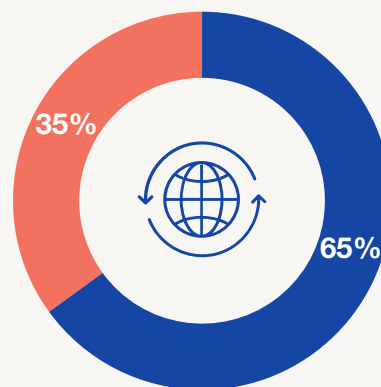
Анастасия Новак, старший менеджер по корпоративным отношениям и устойчивому развитию бизнеса «Юнилевер» в России и Беларуси



Соблюдение ESG-принципов в крупных российских компаниях



В большинстве компаний (65 %) такая приоритетность ESG-принципов не изменилась из-за текущей геополитической ситуации.

Изменение приоритетности ESG-принципов в компаниях в связи с текущей геополитической обстановкой



-  Не изменилась
-  Изменилась

Среди респондентов есть также мнение, что значимость ESG-повестки снизилась как для компаний, так и в целом на уровне страны (27 % и 35 % соответственно). Это преимущественно обусловлено экономическими последствиями санкционного давления и периодом неопределенности, возникшей из-за геополитических вызовов и изменения экономических условий в стране.

В начале марта ряд компаний заморозил бюджеты на ESG-проекты, в том числе на социальные инициативы и корпоративную социальную ответственность, из-за невозможности дать корректную оценку текущим и будущим перспективам и рискам². Государство также ввело ряд послаблений по регулированию экологического следа в деятельности предприятий, так как инициативы в данной сфере являются, как правило, дорогостоящими для компаний и требуют перестройки бизнес-процессов. В краткосрочной перспективе отложены некоторые важные государственные меры, нацеленные на улучшение качества охраны окружающей среды. Среди примеров таких решений:

Продление до конца 2024 года срока подачи заявок на получение комплексных экологических разрешений для 300 предприятий, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду. Их вклад в суммарные выбросы загрязняющих веществ в России составляет не менее 60 %.

Увеличение с четырех до шести лет нормативных сроков внедрения систем автоматического контроля, которые отслеживают выбросы вредных веществ на промышленных объектах.

Продление до конца 2026 года эксперимента по квотированию вредных выбросов в 12 российских городах и отказ от подключения к программе новых городов до 1 сентября 2023 года.

Продление до конца 2023 года срока действия истекающих в 2022 году положительных заключений государственной экологической экспертизы, которые оценивают в том числе воздействие многих строящихся крупных предприятий в разрезе качества воздуха³.

Разрешение продлить недропользователям при необходимости с 2022 года по 2024 год сроки выполнения работ, связанных с лицензией на право пользования недрами, а также срок устранения нарушений условий пользования недрами с 2022 года по 2023 год⁴.

Таким образом, в краткосрочной перспективе в связи с текущей геополитической обстановкой, в частности санкционным воздействием, большинство мер на уровне государства и корпоративного сектора были направлены на решение экономических и финансовых проблем, из-за чего ESG-повестка оказалась в тени вопросов, требующих первоочередного разрешения. Однако общая приверженность ESG-курсу сохраняется, что во многом связано с долгосрочными планами страны по достижению ЦУР: например, снижение углеродного следа, развитие зеленой экономики и зеленых технологий.

В большинстве крупных компаний (80 %), подтвердивших свою приверженность ESG-повестке, следование ESG-принципам закреплено на уровне ESG-стратегии, политики и программ. Также 65 % опрошенных ежегодно составляют и публикуют ESG-отчетность, а 60 % реализуют маркетинговые ESG-проекты. Инвестиции в ESG-проекты в настоящее время осуществляет половина (50 %) опрошенных компаний.

Инструменты, используемые крупными российскими компаниями в рамках следования ESG-принципам



² Уязвимая экология и устойчивая оборонная промышленность: что будет с ESG в России. Forbes: <https://www.forbes.ru/forbeslife/463419-uazvima-ekologia-i-ustojcivaa-oboronnaa-promyslennost-cto-budet-s-esg-v-rossii>

³ В России ослабляют экологическое законодательство. Greenpeace: <https://greenpeace.ru/blogs/2022/04/22/v-rossii-oslabljajut-jekologicheskoe-zakonodatelstvo/>

⁴ Недропользователи получают отсрочку по лицензиям. Минприроды России: [https://www.mnr.gov.ru/press/news/nedropolzovateli_po_luchat_otstrochku_po_litsenzijam_dlya_lesnikov_sokrashchayutsya_sroki_ekspertizy_p/?ysclid=I8aacurogz39053987](https://www.mnr.gov.ru/press/news/nedropolzovateli_po_luchat_otstrochku_po litsenzijam_dlya_lesnikov_sokrashchayutsya_sroki_ekspertizy_p/?ysclid=I8aacurogz39053987)

Отраслевая специфика приверженности компаний ESG-принципам

Здесь приводятся результаты анкетирования 81 представителя компаний — участников премии E+ Awards.

Топ-3 сектора России, наиболее приверженных принципам устойчивого развития (по мнению участников премии)



Участники премии среди секторов российской экономики, наиболее приверженных принципам устойчивого развития, выделяют FMCG и розничную торговлю. В этих сферах усилия компаний сосредоточены на формировании культуры ответственного потребления: сокращении избыточного потребления, объема отходов, выбросов от автотранспорта и использовании энергоэффективных технологий. Следование принципам устойчивого развития в указанных секторах важно по ряду причин:

- Это бизнес-сферы, где индивидуальные потребители могут «голосовать рублем» напрямую, т. е. платить больше за продукцию компаний, поддерживающих устойчивое развитие и производящих экологически чистые продукты.

- Инициативы игроков в данных секторах в рамках концепции устойчивого развития имеют преимущественно B2C-направленность и влияют на лояльность аудитории, в том числе текущих и потенциальных работников, что может положительно сказаться на сокращении текучести кадров, которая является одной из основных проблем, например, в секторе розничной торговли.

Еще один лидер с точки зрения приверженности ESG-принципам, по мнению соискателей премии, — некоммерческий сектор. В 2021 году в России насчитывалось 127 632 социально ориентированные некоммерческие организации (НКО). В стране действуют и экологические НКО. Все они вносят прямой вклад в социальный и экологический компоненты ESG, поэтому ятакже выделяются в качестве лидеров устойчивого развития.

⁵ Данные ЕМИСС.

Среди секторов, наименее приверженных принципам устойчивого развития, участники премии указали химию и нефтегазовую отрасль, горную добычу, металлургию и нефтегазовую отрасль. Такое мнение главным образом характерно для рыночных игроков, ведущих свой бизнес в сегменте B2C, и конечных потребителей товаров и услуг, которые, как правило, не взаимодействуют напрямую с представителями промышленного сектора.

Их позиция связана не столько с ESG-деятельностью промышленных предприятий, сколько с их завышенными ожиданиями относительно показателей уменьшения углеродного следа в сфере промышленности, которая оказывает большее

негативное влияние на окружающую среду по сравнению с другими отраслями экономики.

Вместе с тем компании промышленного сектора демонстрируют свою приверженность ESG-принципам на деле. Эти принципы плотно интегрированы в операционную деятельность компаний промышленного сектора, которые имеют долгосрочные ESG-стратегии, соответствующие политики и программы, ежегодно публикуют ESG-отчетность, реализуют и финансируют проекты в сфере ESG. Компании данных секторов уверенно демонстрируют и подтверждают свою приверженность ESG-принципам, развивая передовые практики и задавая ориентиры для других рыночных игроков.



Компании данных секторов ведут свою деятельность «на виду» у местных сообществ, и их доля в реальном секторе особенно велика в силу специфики российской экономики — этим и вызваны завышенные требования и ожидания отдельных категорий стейкхолдеров. В то же время именно эти сектора наиболее прочно интегрированы в глобальные цепочки поставок и, как следствие, не могут быть «вне» стандартов и практик ESG, а их инвестиции в эти стандарты и практики вполне сопоставимы с вкладом зарубежных конкурентов.

Ирина Бахтина,
директор по устойчивому развитию, «РУСАЛ»



Большинство российских компаний в данных секторах имеют корпоративные стратегии по ESG с конкретными целями и используют передовые стандарты нефинансовой отчетности.

Максим Ремчуков,
директор по устойчивому развитию, «СИБУР»

Ключевые драйверы и барьеры устойчивого развития в России







Процесс формирования ESG-культуры в российской бизнес-среде не завершен, поэтому ESG-повестка в компаниях в основном задается со стороны внешних заинтересованных сторон. Так, в качестве основных драйверов для распространения ESG-принципов в российских компаниях три четверти опрошенных экспертов (78 %) выделили активное продвижение инициатив

в сфере ESG на государственном уровне. По мнению респондентов, именно развитие нормативной базы, разработка стандартов, определение направлений развития исходя из актуальных национальных задач, требующих решения, будут в наибольшей степени стимулировать сферу ESG в России.

Драйверы развития ESG-повестки в России



Нормативные документы, связанные с ESG-повесткой, утвержденные или обновленные в последние годы

Экология  	2017 Стратегия экологической безопасности РФ на период до 2025 года	2020 Энергетическая стратегия РФ на период до 2035 года	2020 Указ Президента о сокращении выбросов парниковых газов
	2021 Закон об ограничении выбросов парниковых газов	2021 Стратегия социально-экономического развития России с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года	2022 Закон о проведении эксперимента по ограничению выбросов парниковых газов в отдельных субъектах РФ
Социальная сфера  	2018 Закон об общих принципах организации общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ	2020 Закон о территориях традиционного природопользования коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ	2021 Трудовой кодекс РФ, статьи 226 «Микроповреждения (микротравмы)» и 214 «Обязанности работодателя в области охраны труда»
	Корпоративное управление  		2020 Дорожная карта Правительства РФ по совершенствованию корпоративного управления

Внутренняя повестка России в сфере устойчивого развития реализуется и через национальные проекты. Они направлены на решение различных социальных и экологических вопросов, интегрируют в себе ряд ЦУР.

Национальные проекты России



Экология

- Ликвидация 191 несанкционированной свалки и проведение рекультивации их участков к 2024 году
- Обеспечение 100 % сортировки ТКО до 2030 года и переработка 2/3 отходов
- Сокращение загрязненных территорий вблизи озера Байкал
- Создание не менее 24 новых особо охраняемых природных территорий, рост площади заповедных зон на 5 млн га
- Обеспечение регионов лесопожарной техникой, что позволит сократить ущерб от лесных пожаров в 2,6 раза
- Строительство 7 комплексов для обезвреживания отходов I и II классов опасности



Производительность труда

- Предоставление российским предприятиям доступа к мерам финансовой и нефинансовой поддержки, налоговым преференциям и устранение административных барьеров
- Обучение более 79 тыс. сотрудников компаний инструментам бережливого производства



Демография

- Увеличение материальной поддержки молодых семей
- Переобучение 125 тысяч граждан в течение 2022–2024 гг.
- Создание свыше 250 тысяч новых мест в детских садах
- Поддержка корпоративных программ по здоровому питанию в 300 компаниях в течение 2020 года
- Введение в 2021 году в эксплуатацию 77 спортивных объектов, в том числе дворцов спорта, ФОК, бассейнов и катков



Здравоохранение

- Развитие системы санитарной авиации
- Строительство и реконструкция 2 475 медицинских объектов и ремонт 6 439 зданий к 2035 году
- Организация в период 2019–2021 гг. 405 центров амбулаторной онкологической помощи в 79 субъектах страны
- Обучение более 52 тыс. специалистов в области перинатологии, неонатологии и педиатрии в симуляционных центрах



Жилье и городская среда

- С 2019 года уже благоустроено более 17 тыс. общественных территорий и почти 27 тыс. дворовых территорий
- Переселение более 500 тыс. граждан из аварийного жилья в рамках национального проекта
- Строительство и модернизация в 2021 году более 450 объектов питьевого водоснабжения и водоподготовки



Международная кооперация и экспорт

- Предоставление помощи при осуществлении поставок товаров на новые рынки сбыта и повышение конкурентоспособности российской продукции
- Проведение анализа контрагентов и предоставление информации о необходимых требованиях в отношении экспортного товара
- Создание дополнительных информационных сервисов для бизнеса для ускорения и упрощения выхода на экспорт

Еще одним значимым внешним драйвером ESG-повестки в России респонденты посчитали развитость ESG-функции в ряде крупных компаний (65 %). Наличие на российском рынке игроков и опыта, задающих направление развития, будет способствовать росту уровня вовлеченности всех заинтересованных сторон в ESG-проблематику.

Воздействие внутренних факторов на приверженность компаний ESG-принципам пока не столь высоко, по мнению участников опроса. Чуть больше половины респондентов (57 %) отмечают, что то, как рынок оценивает уровень приверженности компании ESG-принципам, влияет на ее бренд, инвестиционную привлекательность и кредитный рейтинг. Треть опрошенных (30 %) считают значимым фактором реализацию концепции «экологично = экономично», подразумевающей, что интеграция ESG-принципов в деятельность компании позволяет сократить расходы и/или снизить стоимость услуг для контрагентов.

Среди ключевых барьеров для продвижения ESG-принципов в российской бизнес-среде опрошенные эксперты отметили как ограничения, вызванные текущей геополитической обстановкой,

так и системные проблемы в сфере ESG в России. В первую очередь респонденты указали на сложное положение компаний в настоящее время: 74 % опрошенных считают, что развитию ESG-повестки в России будет препятствовать направление всех корпоративных ресурсов на решение задач, связанных с сохранением бизнеса, позиций на рынке, ценных кадров, с адаптацией к новым условиям ведения бизнеса в рамках санкционного давления, и т. п. Среди других барьеров респонденты отметили сокращение бюджета на ESG-проекты и/или сотрудников соответствующего подразделения (61 %) и сложности с долгосрочным планированием в связи с текущей геополитической ситуацией (52 %). Трудности с привлечением зеленого финансирования выделили только 13 % респондентов.

Барьеры для развития ESG в России



Основным инструментом для ESG-инвестиций в России служат облигации, и данный финансовый механизм продолжает использоваться широко.

Настоящий бум в этой сфере был отмечен в 2021 году: девять эмитентов вышли на рынок с десятью выпусками ESG-облигаций на общую сумму в 12 раз выше, чем в 2020 году — более 170 млрд рублей⁶. И, несмотря на то что в данных размещениях большую роль играла имиджевая составляющая для зарубежных инвесторов, ряд эмитентов не планирует отказываться от присвоения своим инструментам «зеленого» статуса и в настоящее время.



общая сумма выпуска ESG-облигаций девяти эмитентов, что в 12 раз выше, чем в 2020 году

⁶ «ESG было пасом западным инвесторам»: есть ли будущее у зеленых облигаций. Forbes: <https://www.forbes.ru/investicii/471607-esg-bylo-pasom-zapadnym-investoram-est-li-budusee-u-zelenyh-obligacij>

Так, в 2022 году «ДОМ.РФ Ипотечный агент» выпустил ESG-облигации в социальном сегменте на сумму 6,7 млрд рублей, ВЭБ.РФ разместил пятилетние зеленые облигации на 50 млрд рублей⁷. Всего в настоящее время на Московской бирже обращается 23 выпуска ESG-облигаций более чем на 240 млрд рублей, среди крупнейших эмитентов — РЖД, Правительство Москвы и Сбербанк⁸. По прогнозам Аналитического кредитного рейтингового агентства (АКРА), в 2022 году на российском рынке будут размещены новые ESG-облигации объемом не менее 70 млрд рублей (с учетом уже состоявшихся выпусков)⁹ — цифра меньшая, чем годом ранее, но все равно значительная.

В ряду системных ограничений опрошенные эксперты в первую очередь назвали а) преобладание в стране концепции «ESG на экспорт», когда компании берут курс на устойчивое развитие исключительно из-за требований зарубежных инвесторов и для отчета перед иностранными контрагентами, и б) недостаточную развитость национальных ESG-стандартов, нацстандартов экологической сертификации и неполную проработанность имеющихся требований на государственном уровне (по 70 % соответственно). Кроме того, респонденты говорят о нехватке государственной поддержки рынка устойчивого финансирования (например, отсутствие субсидирования ставок, высокие коэффициенты резервирования по выданным ESG-кредитам и риска по ESG-бумагам) — данный барьер отметили 48 % опрошенных. Также эксперты указали на такой внутрикорпоративный фактор, как сложность развития ESG-функции в компании: необходимость менять бизнес-процессы, пересматривать финансовые модели, вести нефинансовую отчетность и т. д. (22 %).

Отдельно выделяется проблематика импактвошинга/гринвошинга — практики формирования компаниями искусственного зеленого имиджа в целях продвижения собственного бренда, в которой действительное следование ESG-принципам отсутствует. Объясняется существование такого подхода к концепции ESG зачастую недостаточной развитостью ESG-культуры среди потребителей, на которых направлен корпоративный медийный образ, и отсутствием контроля со стороны иных стейкхолдеров, которые могут влиять на ESG-стратегию. При этом эксперты отмечают, что формирование зеленого имиджа может служить хорошим стимулом для компаний в части интеграции ESG-принципов в деятельность при условии, что они предпринимают реальные действия, направленные на достижение качественных и эффективных изменений в сфере устойчивого развития.

⁷ Российский рынок ESG-облигаций жив. АКРА: <https://www.acra-ratings.ru/research/2698/>

⁸ ESG было пасом западным инвесторам»: есть ли будущее у зеленых облигаций. Forbes: <https://www.forbes.ru/investicii/471607-esg-bylo-pasom-zapadnym-investoram-est-li-budusee-u-zelenyh-obligacij>

⁹ Российский рынок ESG-облигаций жив. АКРА: <https://www.acra-ratings.ru/research/2698/>



70 млрд рублей

объем новых ESG-облигаций, которые будут размещены на российском рынке в 2022 году



Низкая культура понимания ESG среди потребителей дает брендам фору на имиджевый обман. Отказ от гринвошинга в России возможен не ранее чем через 10 лет, когда потребители начнут разбираться в теме ESG настолько хорошо, что бренды от него откажутся.

Алина Юхневич,

руководитель устойчивого развития, «Пятёрочка»



Перспективы развития ESG-повестки в России в ближайшие 3–5 лет

Главные направления трансформации ESG-повестки в ближайшие годы

Среди ключевых изменений в ESG-повестке в перспективе 3–5 лет большинство опрошенных экспертов (61%) в первую очередь отмечают переориентацию на Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР) в целях трансграничного ESG-сотрудничества.

Основные изменения в ESG-повестке в России в перспективе 3–5 лет



АТР является одним из передовых регионов в сфере зеленой экономики: половина (48 %) всех мировых зеленых финансов сосредоточена здесь, при этом темпы роста азиатского рынка выше, чем в других макрорегионах. Число компаний АТР, подписавших Принципы ответственного инвестирования ООН¹⁰, на протяжении последних пяти лет растет ежегодно на 20–25 %. Распространено мнение, что сотрудничество между Россией и странами АТР в сфере ESG является перспективным и может принимать различные формы: совместные инвестиции в зеленые проекты (например

в области декарбонизации), выпуск зеленых облигаций на биржах, развитие единых подходов к зеленой таксономии¹¹, общей системы торговли углеродными единицами и других элементов ESG-инфраструктуры. Все это позволит ускорить достижение страновых и общемировых ЦУР¹².

В качестве важного изменения в ESG-повестке России в ближайшие годы респонденты выделяют и развитие российских ESG-рейтингов, ESG-стандартов, стандартов экологической сертификации — на данный аспект указал 61 % участников опроса.

¹⁰ Шесть принципов, сформулированных группой из 20 институциональных инвесторов из 12 стран при поддержке экспертов инвестиционного сектора, правительственных организаций, организаций гражданского общества и научного сообщества. Являются добровольными и желательными. Присоединение к ним четко сигнализирует об обязательстве высшего руководства инвестиционных учреждений поддерживать принципы. См. подробнее: <https://www.unpri.org/about-us/about-the-pri> (англ. яз.).

¹¹ Набор критериев, по которым проект может быть признан экологичным, среди них: сокращение выбросов парниковых газов, увеличение вторичного оборота материалов, защита и восстановление биоразнообразия, природных объектов и т. д.

¹² В Сбере считают АТР перспективным регионом для трансграничного ESG-сотрудничества. Сбёр: https://www.sberbank.ru/ru/press_center/all/article?newsID=6db82e4c-53a6-4254-b73f-0663056a76cc&blockID=1303®ionID=77&lang=ru&type=NEWS

ESG-рейтинги позволяют инвесторам и компаниям оценить уровень развитости ESG-практик, а также выявить потенциальные риски в корпоративной, экологической и социальной сферах. В последние годы в Китае, Индии и Южной Корее появляются свои ESG-рейтинговые агентства, которые набирают популярность среди местных компаний. В России также действуют национальные ESG-рейтинги: АКРА, НРА, «Эксперт РА», RAEX и другие. Сегодня они выступают важным ориентиром для бизнеса, с помощью которого компании могут оценить свою ESG-позицию на фоне конкурентов. Указанные рейтинги могут стать более востребованными, когда инвесторы станут их активными пользователями.

Роль национальных проектов в российской ESG-повестке в перспективе 3–5 лет отметили 30 % опрошенных экспертов.

Нацпроекты являются одним из инструментов, с помощью которого государство задает наиболее приоритетные направления развития ESG-повестки в России. Ориентация бизнеса на нацпроекты позволяет учитывать наиболее важные цели страны в сфере устойчивого развития и вносить вклад в их достижение.



Ранее основным стейкхолдером ESG-повестки были акционеры, теперь — государство, поэтому национальные проекты становятся очень актуальными.

Алина Юхневич, руководитель устойчивого развития, «Пятерочка»



Основные участники формирования ESG-повестки в России

До 2022 года

Большинство опрошенных (91 %) считают, что до 2022 года ESG-повестку в России задавали преимущественно западные инвесторы и компании, которые были основными бизнес-партнерами российских компаний и/или имели в стране представительство своей международной группы. Крупные российские компании, по мнению 65 % респондентов, также оказывали существенное влияние на развитие сферы ESG через распространение и совершенствование ESG-практик, сотрудничество с разнообразными заинтересованными сторонами, инвестиции в ESG-проекты, маркетинговые кампании — все это способствовало формированию ESG-культуры в России. Менее значимой в формировании российской ESG-повестки респонденты посчитали роль потребителей и государства (по 30 %), НКО и сотрудников компаний (26 % и 21 % соответственно). Компании/инвесторов из стран Азии, Ближнего Востока и других отметили только 4 % респондентов. На ESG-позицию данных участников международного рынка ориентировались те российские компании, которые вели свой бизнес в указанных макрорегионах. Кроме того, влияние азиатских компаний и инвесторов значительно уступало влиянию западных из-за восприятия ESG-практик последних в качестве передовых.

С 2022 года

После закрытия доступа к западному финансированию и исключения российских компаний из европейских и американских ESG-рейтингов позиция западных инвесторов и компаний перестала быть определяющей в формировании ESG-повестки в России. Теперь, по мнению трех-четвертей опрошенных (78 %), в перспективе 3–5 лет она будет задаваться крупными российскими компаниями, зарекомендовавшими себя в качестве лидеров в области ESG. В роли флагмана подавляющее большинство респондентов видит Сбербанк (78 %), на втором месте по результатам опроса оказалась X5 Retail Group (33 %). Также выделены «Северсталь», «РУСАЛ», АФК «Система» и Московская биржа (по 17 %).

Многие респонденты (70 %) отметили значительную роль государства в формировании ESG-повестки на основе национальных интересов.

Задавали ESG-повестку до 2022 года



Более половины респондентов (57 %) считают, что теперь на смену западным компаниям и инвесторам придут компании и инвесторы с Ближнего Востока, из Азии и дружественных стран других регионов, которые будут влиять на российскую ESG-повестку.

По мнению большинства опрошенных, на ESG-повестку в первую очередь будут воздействовать ESG-требования для листинга на биржах данных стран (69 %) и требования к российским контрагентам в рамках обычной хозяйственной деятельности (62 %).

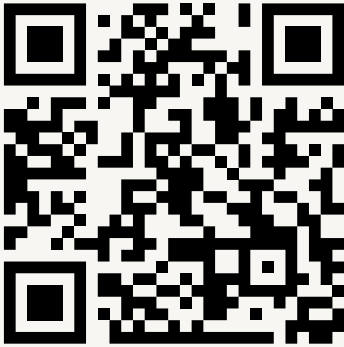
Будут задавать ESG-повестку после 2022 года (в перспективе 3–5 лет)





На Гонконгской фондовой бирже по сравнению с Лондонской более жесткие требования к листингующимся компаниям, в том числе по отчетности в области ESG. В материковом Китае активно развивается система национального углеродного регулирования. В 2021 году в стране был подготовлен законопроект, который устанавливает национальную систему квотирования выбросов парниковых газов, а также систему торговли квотами по широкому числу отраслей.

Предполагается, что экологическое регулирование локальных производителей, ведущее к появлению у них определенных издержек, затронет и импортеров. В стране будут стараться выровнять условия для внутренних и внешних производителей, поэтому вероятность появления аналога трансграничного углеродного налога в Китае очень высока. Однако не ожидается, что влияние азиатских компаний и инвесторов на ESG-повестку в России станет определяющим, как это было раньше с западными партнерами.



Отсканируйте QR-код, чтобы ознакомиться с исследованием Керт «Открывая новые горизонты. ESG-повестка в Азиатско-Тихоокеанском регионе и на Ближнем Востоке».

Кроме того, каждый второй респондент (54 %) отметил важность ESG-требований со стороны инвесторов, планирующих проекты с российскими партнерами. При этом азиатские ESG-рейтинги лишь немногие эксперты (15 %) посчитали определяющим фактором для ESG-повестки в России.

Инструменты влияния на ESG-повестку в России со стороны компаний/инвесторов из стран Азии, Ближнего Востока и других дружественных стран

Через ESG-требования для листинга на биржах данных стран **69%**

Через ESG-требования к российским контрагентам в рамках обычной хозяйственной деятельности **62%**

Через ESG-требования со стороны инвесторов, планирующих проекты с российскими партнерами **54%**

Через ESG-рейтинги **15%**

По мнению половины респондентов (52 %), роль потребителей в развитии ESG-повестки в России также увеличится. Их влияние будет заметно через привлечение внимания к ESG-деятельности компании (например через публикацию негативных наряду с позитивными комментариями и отзывами в социальных сетях) и через приобретение товаров и услуг компаний с развитой ESG-функцией.

Респонденты выразили мнение, что сотрудники также могут участвовать в формировании ESG-повестки, проявляя активную позицию по вопросам социальной ответственности внутри компании. Участники опроса отметили важность таких инструментов влияния на развитие сферы ESG, как предпочтение работы в компаниях с развитой ESG-функцией и инициирование реализации ESG-проектов или проведения мероприятий в области ESG.

НКО также могут влиять на ESG-повестку, проводя исследования международного опыта в сфере ESG, продвигая ESG-повестку в СМИ, разрабатывая проекты и организуя мероприятия в области ESG.

Ключевые изменения в балансе ESG-принципов и ключевые ESG-инициативы в России в перспективе 3–5 лет

В настоящее время принципы ответственного отношения к окружающей среде и высокой социальной ответственности являются одинаково приоритетными для компаний. При этом, по мнению каждого второго респондента (48 %), в перспективе 3–5 лет на первый план выдвинется высокая социальная ответственность.

Будет ли меняться приоритетность отдельных принципов ESG в России в перспективе 3–5 лет?



Приоритетность ESG-принципов для крупных российских компаний в перспективе 3–5 лет



Тренд на повышение значимости социальной повестки отмечался экспертами еще в начале 2022 года как одно из последствий пандемии COVID-19. В текущей обстановке ряд социальных вопросов, например поддержание достойного уровня жизни работников, создание дополнительных рабочих мест, снижение социального неравенства, переобучение, переквалификация рабочей силы, становятся все более актуальными.

По мнению большинства опрошенных экспертов (65 %), в рамках приверженности высокой социальной ответственности первостепенное значение приобретет развитие корпоративных программ по улучшению благополучия сотрудников, включающих заботу о физическом и ментальном здоровье, повышение финансовой грамотности, профессиональное наставничество, вовлечение в социальную деятельность и т. п. Кроме того, 52 % респондентов ожидают, что сохранятся инвестиции в социальные проекты.

Треть опрошенных (30 %) подчеркнули важность создания условий для инклюзивного

трудоустройства в компаниях, что с марта 2022 года закреплено на государственном уровне после вступления в силу изменений в российском законодательстве, которые усилили обязательные требования к трудоустройству граждан с инвалидностью.

Инициативу повышения фиксированного дохода сотрудников отметил каждый пятый опрошенный эксперт (22 %). Вероятно, непростая экономическая обстановка в стране и сложности финансового положения ряда компаний пока не позволяют включить данный вопрос в число приоритетных.

Важность гендерного компонента в рамках социальной ESG-повестки подчеркнули лишь 17 % опрошенных.

Ожидается, что в ближайшем будущем роль женщин-руководителей с высоким эмоциональным интеллектом и профессиональными компетенциями возрастет, что будет способствовать снижению гендерной дискриминации на руководящих должностях в компаниях.



Поскольку влияние происходящих сейчас событий мы будем наблюдать явно не один год, сохранится и потребность в безопасной рабочей среде. С достойной оплатой труда, стабильным графиком и социальным пакетом, с человеческим общением и эмпатией, ясными планами на будущее.

Анастасия Новак, старший менеджер по корпоративным отношениям и устойчивому развитию бизнеса «Юнилевер» в России и Беларуси



Основные инициативы в рамках приверженности высокой социальной ответственности в РФ в перспективе 3–5 лет



Несмотря на прогнозируемую приоритетность социального компонента в ESG-повестке в России в перспективе 3–5 лет, экологический компонент не теряет своей актуальности. Подавляющее большинство экспертов (87 %) в первую очередь отмечают важность мер по ответственному обращению с отходами, которые среди прочего влияют на снижение выбросов парниковых газов.

В настоящее время в российской сфере переработки отходов около 80 % оборудования импортозамещается, также азиатские партнеры выразили готовность помочь с поставками оборудования для текущих и планируемых проектов¹³. Таким образом, в России сейчас сформировались благоприятные условия для перехода к экономике замкнутого цикла.

¹³ Уязвимая экология и устойчивая оборонная промышленность: что будет с ESG в России. Forbes: <https://www.forbes.ru/forbeslife/463419-uazvima-ekologia-i-ustojcivaa-oboronnaa-promyslennost-cto-budet-s-esg-v-rossii>

Основные инициативы в рамках ответственного отношения к окружающей среде в РФ в перспективе 3–5 лет



Многие эксперты указали на важность таких экологических инициатив, как сохранение лесов (43 %) и снижение выбросов парниковых газов (ПГ) — 39 %.

Россия является одним из мировых лидеров по площади лесов и производству древесины, однако в стране сохраняется проблема незаконной вырубке и масштабных лесных пожаров. Проекты, направленные на сохранение и восстановление лесов, могут послужить основой и углеродной нейтральности, и зеленой экономики¹⁴. Есть мнение, что санкционные ограничения в отношении России могут способствовать достижению углеродной нейтральности к 2050 году — на 10 лет раньше, чем планировалось. По прогнозам, объем выбросов ПГ сократится на столько же процентов, на сколько ВВП, и текущий кризис послужит отправной точкой для дальнейшей разработки мер по ограничению выбросов ПГ¹⁵.

Переход на энергоэффективные материалы и технологии (43 %), разработка и внедрение в производство экологически чистых технологий (13 %) и переориентация на возобновляемые источники энергии (9 %) также выделяются респондентами опроса в качестве инициатив для развития ответственного отношения к окружающей среде.

Экотехнологии позволяют снижать выбросы парниковых газов и углеродный след продукции, однако перспективы их использования могут быть осложнены вследствие геополитической обстановки и ее экономических последствий. Так, отбор проектов генерации, работающей на возобновляемых источниках энергии, был перенесен с 2022 на 2023 год¹⁶, что, по

мнению Ассоциации развития возобновляемой энергетики (АРВЭ), может негативно отразиться на инвестициях в отрасль и усугубить ситуацию неопределенности¹⁷. Кроме того, в России недостаточно собственных разработок зеленых технологий, а в условиях санкционных ограничений на поставки технологический разрыв в данной сфере с западными странами может увеличиться. Один из возможных вариантов решения проблемы — инвестиции в развитие собственных зеленых технологий.

В области качества корпоративного управления, которое ставится участниками опроса на третье место по приоритетности, есть ряд инициатив, важность которых в перспективе 3–5 лет подчеркнули многие опрошенные эксперты. Большинство (65 %) указали на необходимость соблюдения антикоррупционных и других мер комплаенс-контроля. Треть респондентов (30 %) отметили значимость обеспечения прозрачной отчетности. Кроме того, есть несколько инициатив, которые упомянуло лишь небольшое число участников опроса: соблюдение прав акционеров (в частности миноритариев), обеспечение отсутствия конфликта интересов при выборе членов совета директоров и руководителей высшего звена (по 9 %), справедливое соотношение между заработной платой руководства и сотрудников более низкого звена (4 %). По мнению опрошенных, в большинстве крупных российских компаний перечисленные инициативы во многом исполняются, поэтому в ближайшее время респонденты не рассматривают их в качестве приоритетных в части работы по достижению высокого качества корпоративного управления в компаниях.

¹⁴ Интервью Кефт с Иваном Советниковым, Руководителем Федерального агентства лесного хозяйства: <https://mustread.keft.ru/interviews/my-khotim-sdelat-tak-chtoby-ne-bylo-sprosa-na-nelegalnuyu-drevesinu/>

¹⁵ Уязвимая экология и устойчивая оборонная промышленность: что будет с ESG в России. Forbes: <https://www.forbes.ru/forbeslife/463419-uazvima-ekologiya-i-ustojcivaa-oboronnaa-promyslennost-cto-budet-s-esg-v-rossii>

¹⁶ Кабмин перенес отбор проектов ВИЭ-генерации на 2023 год. ТАСС: <https://tass.ru/ekonomika/14796749>

¹⁷ Уязвимая экология и устойчивая оборонная промышленность: что будет с ESG в России. Forbes: <https://www.forbes.ru/forbeslife/463419-uazvima-ekologiya-i-ustojcivaa-oboronnaa-promyslennost-cto-budet-s-esg-v-rossii>

Основные инициативы в целях достижения высокого качества корпоративного управления в РФ в перспективе 3–5 лет



Представители компаний, в которых достигнут высокий уровень корпоративного управления, убеждены, что данный принцип чрезвычайно важен для устойчивого развития.



Безусловно, именно элемент корпоративного управления в триединстве ESG является краеугольным камнем для обеспечения долгосрочного процветания бизнеса и всех заинтересованных сторон, равно как и важнейшим фактором эффективности предпринимаемых усилий.

Ирина Бахтина, директор по устойчивому развитию, «РУСАЛ»



Коммуникационные кампании в сфере ESG

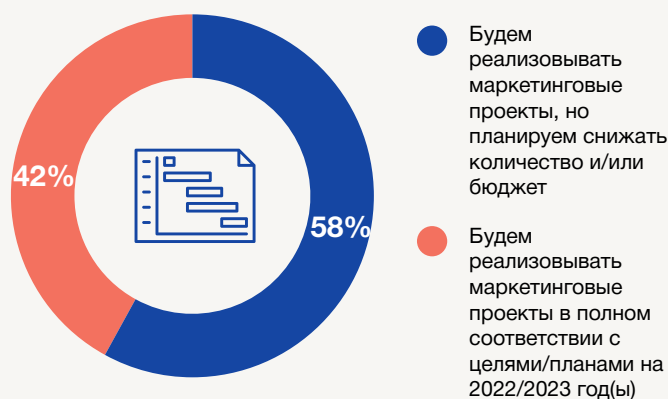
Тенденции в области ESG-коммуникаций

Маркетинговые проекты остаются важной составляющей деятельности российских компаний в области устойчивого развития. Несмотря на турбулентность текущей ситуации и происходящие изменения с точки зрения наполнения и приоритетов ESG-повестки, все опрошенные компании планируют продолжать реализацию маркетинговых проектов, связанных с решением экологических и/или социальных вопросов, однако более половины респондентов (58 %) отметили, что сократят количество таких проектов и/или выделяемый на них бюджет. Их видение планов других участников рынка чуть менее оптимистично: отказа от маркетинговых проектов респонденты не ожидают, но доля тех, кто ждет сокращений, гораздо выше — 86 %.

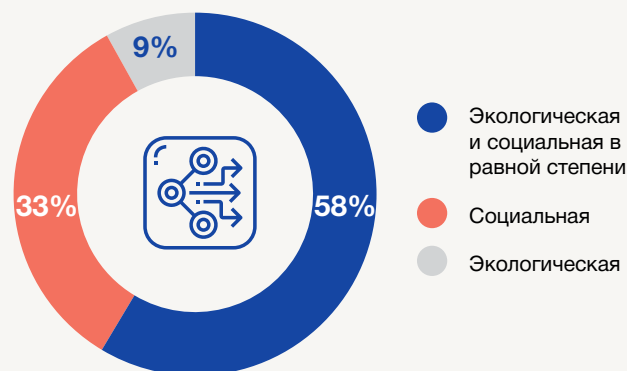
Наблюдаемая в настоящее время среди компаний равная приоритетность принципов ответственного отношения к окружающей среде и высокой социальной ответственности проявляется среди прочего в направленности коммуникационных проектов. Большинство респондентов (58 %) отдадут одинаковое предпочтение коммуникациям в экологической и социальной сферах. В то же время треть опрошенных (33 %) определили для себя социально ориентированные проекты как ключевые, что соответствует наметившейся тенденции приоритизации принципа высокой социальной ответственности в перспективе 3–5 лет.

Основной целью при запуске ESG-коммуникаций/проекта большинства компаний (58 %) является изменение предпочтений населения в пользу товаров/услуг, производство/предоставление которых соответствует принципам устойчивого развития. Чуть меньше респондентов также отмечают, что их маркетинговые проекты в сфере ESG направлены на изменение поведения населения в сторону экологически ответственного, повышение осведомленности общества о концепции ESG и/или решение актуальной

Планы респондентов по дальнейшей реализации маркетинговых проектов



Распределение предпочтений респондентов по коммуникациям в разных сферах



проблемы в социальной или экологической сфере (по 50 %). Кроме того, многие опрошенные упомянули в качестве целей своих ESG-проектов развитие местных сообществ или территории в регионе присутствия (42 %), а также создание инклюзивной среды с равными возможностями для всего населения, включая уязвимые группы лиц (33 %).

Цели респондентов при запуске ESG-коммуникаций/проекта



В качестве основных партнеров для запуска маркетинговых ESG-проектов большинство респондентов (83 %) выбирают НКО. Среди коммерческих участников рынка опрошенные обычно сотрудничают с компаниями из сектора розничной торговли (17 %) и реже e-commerce (8 %).

Наиболее часто используемыми каналами ESG-коммуникаций служат мероприятия, социальные сети / мессенджеры (VK, Telegram) и эфирные и печатные СМИ (ТВ, радио, печатные издания) — их задействуют 75 % компаний. Также многие опрошенные (67 %) выбирают для продвижения своих ESG-инициатив реализацию спецпроектов и онлайн-СМИ (сайты, новостные агрегаторы). Значительно реже респонденты используют имейл-рассылки и контекстную рекламу, применяемую в поисковых системах (по 33 %), а наружная реклама является наименее популярным каналом коммуникаций (17 %).

Эффективность ESG-коммуникаций должна быть измеримой, для чего используется ряд показателей. Главной оценкой успешности ESG-коммуникаций респонденты считают показатель социального воздействия: влияние на осведомленность населения об ESG-концепции, изменение потребительского отношения/поведения и др. Вторыми по приоритетности стоят бизнес-KPI: коэффициент окупаемости инвестиций, прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации, объем продаж, доля рынка и т. д. Также в качестве метрик выступают медийные и технические KPI: CPT, CPA, охват, конверсия и др.

Основные партнеры компаний при запуске ESG-коммуникаций



Каналы ESG-коммуникаций



Приоритетность показателей при оценке эффективности ESG-коммуникаций

№ 1

Социальное воздействие

№ 2

Бизнес-KPI

№ 3

Медийные и технические KPI

Проекты участников премии E+ Awards

Передовые практики ESG-коммуникаций ежегодно становятся объектом пристального внимания премии E+ Awards, для которой отбираются лучшие маркетинговые кампании в области ESG на российском рынке. В рамках программы E+ Change специалисты аккумулируют и обрабатывают данные о том, как бренды опираются на ЦУР в коммуникации; выявляют факторы, которые влияют на эффективность таких кампаний; проводят их оценку. В настоящем разделе приводятся результаты анкетирования 81 представителя компаний — участников премии E+ Awards.

Информация о компаниях-участниках

В 2022 году заявки на премию E+ Awards подала 81 компания. Более половины из них (54 %) являются представителями отрасли FMCG, розничной торговли и сектора финансов и инвестиций. При этом из общего числа участников свыше трети (35 %) — подразделения транснациональных корпораций или представительства международных организаций (в случае НКО).

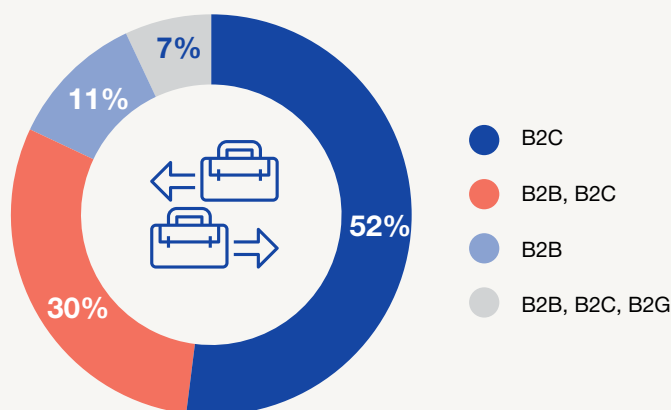
Более половины компаний-участников (52 %) относятся к сегменту B2C, 11 % — B2B. При этом многие представлены сразу в нескольких сегментах: в B2B и B2C одновременно — 30 %, в трех сегментах, B2B, B2C и B2G, — 7 % компаний.

Соискатели премии преимущественно обладают развитой системой управления устойчивым развитием в рамках своей корпоративной структуры. Один из важнейших элементов — ESG-стратегия — представлен у 67 % из них. Также во многих компаниях разработана профильная политика, создано ответственное подразделение (по 48 %), составляется ежегодная отчетность (47 %) и за высшими органами управления закреплен контроль за деятельностью в сфере устойчивого развития (43 %). Кроме того, почти треть компаний (30 %) выполняют обязательства по международным инициативам (например, Глобальный договор ООН).

Топ-3 отрасли, представленные среди соискателей премии E+ Awards



Сегменты, в которых представлены компании — участники премии



Элементы системы управления устойчивым развитием в опрошенных компаниях



Анализ проектов участников премии

В 2022 году, так же как и годом ранее, проекты участников премии были направлены в основном на решение социальных и экологических проблем. Все они тесно связаны с ЦУР ООН, каждый характеризуется установленными целями, форматом партнерства, сроком реализации, индикаторами успеха и другими параметрами, обзор которых представлен ниже.

Основные параметры коммуникационных проектов-участников премии

Факторы выбора проекта



Цели проектов



Индикаторы успешности проектов



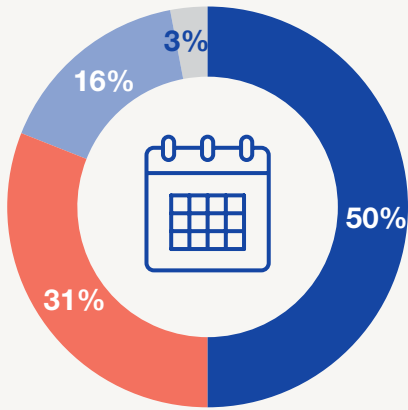
Партнеры проектов



Формат сотрудничества при условии партнерства с некоммерческим или государственным стейкхолдером, социальным предпринимателем

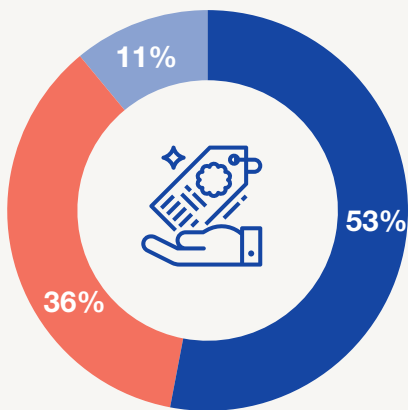


Регулярность реализации проектов



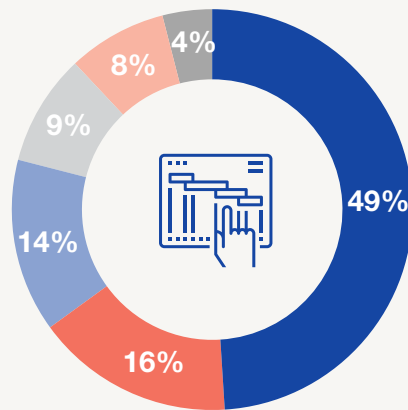
- Системная инициатива (проводится на регулярной основе)
- Пилотная инициатива (проводилась в первый раз с целью апробации)
- Разовая инициатива (проводилась один раз и была завершена)
- Другое

Результативность проектов



- Цели достигнуты и перевыполнены
- Цели достигнуты полностью
- Цели достигнуты частично

Период реализации проектов



- от 1 до 6 месяцев
- от 6 месяцев до 1 года
- от 1 года до 3 лет
- больше 5 лет
- меньше месяца
- от 3 до 5 лет



Типология стратегий проектов

Типология стратегий проектов была создана по уникальной методологии, разработанной совместно E+ Change и Kept. В основу лег многолетний опыт работы в сфере социально значимых коммуникаций, связанных с ЦУР ООН, который позволил выявить восемь типов стратегий проектов.



При определении типа стратегии учитывались такие факторы, как преобладающие цели, результаты, форматы, целевая аудитория, тематика, вид деятельности и место социально значимого проекта в системе устойчивого развития организации.

В 2022 году на первый план вышли просветительские коммуникационные кампании: выросла доля как социальных и экологических проектов, так и относящихся к ядру бизнеса.

При этом маркетинг становится все менее нацеленным на решение исключительно бизнес-задач: стратегии проектов участников премии реже направляются на рекламу товаров и услуг, анонсирование новых устойчивых продуктов и сервисов, продвижение бренда, трансформацию бизнес-процессов. По сравнению с 2021 годом социальная и экологическая составляющие ESG становятся более выраженными и приобретают первостепенное значение в стратегиях маркетинговых проектов 2022 года.

Просветительская коммуникационная кампания (по социальной или экологической проблеме)

Кейс бренда «Тануки»

№ 1



Маркетинговая кампания «Причина для ненависти»

Многонациональная команда «Тануки» в преддверии Международного дня борьбы за ликвидацию расовой дискриминации решила поделиться своей позицией против дискриминации людей по половому, этническому, национальному и другим признакам. «Тануки» создал клип, в котором сотрудники разных национальностей исполнили интерпретацию песни «Причина для ненависти» группы «Тараканы!».

Ролик был распространен в социальных сетях, вызвав большой резонанс у широкой аудитории. Кроме того, после выпуска клипа «Тануки» стал показываться в рекламе моделей разных национальностей, таким образом также выражая свою позицию о равенстве всех людей. Такая стратегия встретила большую общественную поддержку и позволила увеличить медийные и бизнес-KPI бренда.

Просветительская коммуникационная кампания (относящаяся к ядру бизнеса)

Кейс бренда Zewa

№ 2



Маркетинговая кампания «Хорошо там, где заботятся вместе 2.0»

Zewa продолжает следовать ранее озвученной стратегии коммуникации бренда с потребителем, в которой затрагивается проблема неравного разделения домашних обязанностей в семье. В обновленной кампании бренд выпустил практические инструменты: соглашение и календарь заботы о семье. Соглашение помогает закрепить общее желание членов семьи вести совместный быт, а календарь позволяет наглядно распределить домашние дела по датам и времени. Кроме того, чтобы увеличить вовлеченность аудитории в социальных сетях, бренд провел «Марафон заботы о семье» во VK: в течение 21 дня участники выполняли задания, чтобы научиться более справедливому распределению домашних обязанностей.

Кампания Zewa привлекла внимание крупных СМИ и инфлюенсеров, а также позволила бренду впервые за три года увеличить свою долю (в денежном выражении) в ключевом для себя сегменте на высококонкурентном рынке, оставаясь самым дорогим брендом среди других игроков.

¹⁸ Здесь и далее представлены некоторые примеры кейсов победителей.

Анонсирование нового устойчивого продукта или сервиса

Кейс бренда Vivilen by SIBUR

№3



Маркетинговая кампания «Станьте лидером устойчивого развития в своей компании с Vivilen от компании СИБУР»

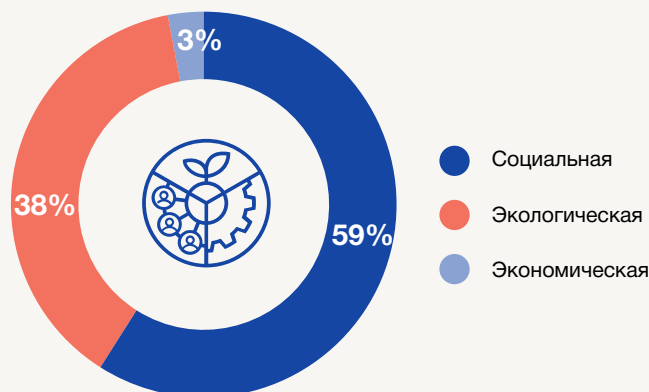
Vivilen — первый в России бренд «зеленых» полимеров с вовлечением вторичного сырья, которые используются для создания экологичной упаковки. Создатели бренда видят, что у многих компаний есть цели по использованию вторсырья в упаковке, и хотят стать поставщиками такого решения для них. Также представители бренда на основе своего опыта делают вывод, что продвижение «зеленых» товаров является более результативным при выстраивании коммуникаций не с отделом закупок, а с отделом маркетинга. Но при этом отмечают, что прямое обращение к маркетологам обычно очень затруднительно, поэтому приходится искать другие способы коммуникации с ними. В результате создатели бренда делают рассылки рекламных роликов в каждую целевую компанию, а также решили использовать возможности премии E+ Awards для повышения своей узнаваемости и охвата большего числа представителей целевой аудитории.

Менее чем за год были заключены первые контракты и загружены все доступные мощности по производству уникальных полимеров, а успешное продвижение бренда в дальнейшем позволит перерабатывать сотни тонн пластика и таким образом вносить существенный вклад в достижение ЦУР.

Интеграция ЦУР в проекты участников премии











Семнадцать ЦУР ООН охватывают три сферы, которые традиционно выделяют в концепции устойчивого развития: социальную, экологическую и экономическую. В 2022 году проекты наибольшего числа участников премии были направлены на решение социальных проблем (59 %), экологические инициативы занимают второе место (38 %). Данные сферы стали основным фокусом для большинства участников, а внимание к экономическим аспектам незначительно (3 %).

Сферы устойчивого развития, в рамках которых реализуются проекты участников премии



ЦУР, интегрированные в проекты участников премии

Проекты участников премии охватывают 14 ЦУР. Наиболее распространенные — ЦУР 12 «Ответственное потребление и производство» (19 % проектов), ЦУР 3 «Хорошее здоровье и благополучие» (16 %) и ЦУР 10 «Уменьшение неравенства» (12 %).

№ 1		ЦУР 12: Ответственное потребление и производство	19%
№ 2		ЦУР 3: Хорошее здоровье и благополучие	16%
№ 3		ЦУР 10: Уменьшение неравенства	12%
№ 4		ЦУР 17: Партнерство в интересах устойчивого развития	10%
		ЦУР 5: Гендерное равенство	7%
		ЦУР 11: Устойчивые города и населенные пункты	7%
		ЦУР 13: Борьба с изменением климата	7%
№ 5		ЦУР 9: Индустриализация, инновации и инфраструктура	6%
		ЦУР 4: Качественное образование	5%
		ЦУР 8: Достойная работа и экономический рост	4%



ЦУР 15: Сохранение экосистемы суши

2%



ЦУР 1: Ликвидация нищеты

1%



ЦУР 6: Чистая вода и санитария

1%



ЦУР 16: Мир, правосудие и эффективные институты

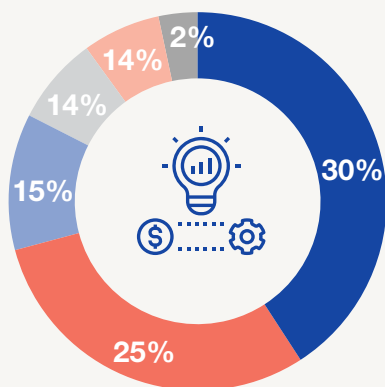
1%

Среди ключевых стимулов для внедрения ЦУР в деятельность компаний опрошенные в первую очередь выделили коммуникационные и репутационные возможности (30 %): почти все респонденты (93 %) считают, что включение принципов и целей устойчивого развития в маркетинговые кампании и отдельные проекты влияет на их эффективность и успешность. Опрошенные, кроме того, указали на возможность выхода на новые рынки (25 %), в частности в быстрорастущие рыночные ниши, что формирует потенциал для увеличения выручки за счет диверсификации направления бизнеса и дифференциации товаров и услуг.

Кроме того, респонденты отметили эффективное управление рисками, связанными с устойчивым развитием (15 %), сокращение издержек за счет более эффективного управления ресурсами и производственными процессами (14 %), а также требования извне: со стороны инвесторов, партнеров, ESG-аналитиков (14 %).

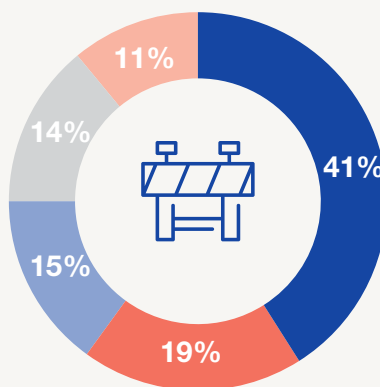
В качестве основных барьеров для интеграции ЦУР в деятельность компаний респонденты отмечают в первую очередь экономические и финансовые ограничения (41 %). Также опрошенные упомянули отсутствие государственного стимулирования (19 %) и понимания важности темы у топ-менеджмента компании (15 %).

Основные стимулы для внедрения ЦУР в деятельность компаний



- Коммуникационные и репутационные возможности
- Возможность выхода на новые рынки
- Эффективное управление рисками, связанными с устойчивым развитием
- Сокращение издержек
- Требования инвесторов, ESG-аналитиков, партнеров
- Другое

Основные барьеры для внедрения ЦУР в деятельность компаний

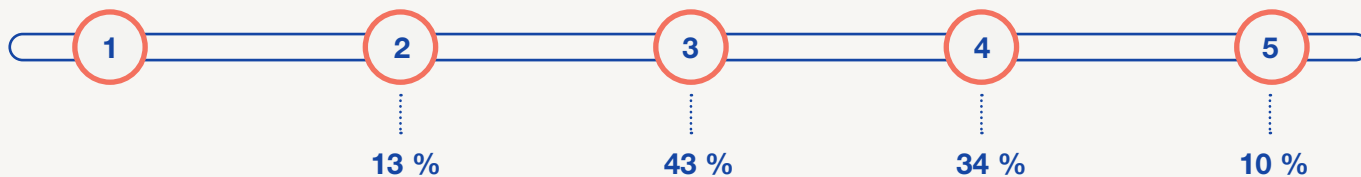


- Экономические, финансовые барьеры
- Отсутствие государственного стимулирования
- Отсутствие понимания важности данной темы у топ-менеджмента компании
- Отсутствие стратегии по ESG-трансформации
- Отсутствие «давления»/запроса со стороны потребителей

Отношение руководства российских компаний к теме устойчивого развития (по мнению респондентов)

Формальное отношение к теме устойчивого развития

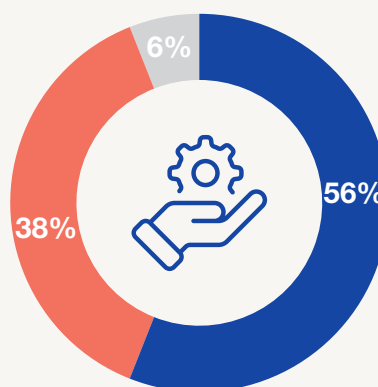
Понимание важности устойчивого развития



Кроме того, респонденты считают ограничением отсутствие стратегии ESG-трансформации у компании (14 %) и запроса со стороны потребителей (11 %). Больше трети респондентов (38 %) на основе своего опыта утверждают, что потребители готовы «голосовать рублем» за товары и услуги, производство или предоставление которых соответствует принципам устойчивого развития, хотя большинство компаний (56 %) пока не могут охарактеризовать данную практику как распространенную.

В настоящее время ЦУР в компаниях в наибольшей степени интегрированы в направление маркетинга и коммуникаций с потребителями (например, продвижение сертифицированных товаров) — 68 %, а также в функцию управления персоналом и корпоративную культуру (63 %). По степени внедрения ЦУР в бизнес-подразделения далее следуют производственные процессы (например, безотходное производство) — 54 % и цепочки поставок (например, политика ответственных закупок) — 45 %. Немного реже принципы устойчивого развития интегрируются в дизайн продукта и упаковку (38 %), инвестиционную деятельность и отчетность (34 %) и управление рисками (24 %).

Готовность потребителя «поддерживать рублем» устойчивое развитие компаний



- В целом готов, но на практике делает это редко
- Уже платит на примере наших продуктов / продуктов наших партнеров
- Еще не готов

Интеграция ЦУР в бизнес-функции компаний





Исследовательская команда

Кепт

Игорь Коротецкий

Партнер, руководитель Группы операционных рисков и устойчивого развития.

Ксения Суркова

Партнер, руководитель Группы рыночных исследований.

Мария Калиновская

Директор, Группа операционных рисков и устойчивого развития.

Мария Кабышева

Менеджер, Группа операционных рисков и устойчивого развития.

Е+

Софья Попова

Руководитель программы Е+ CHANGE.

Анна Лютер

Координатор программы Е+ CHANGE.

