

**Трансформация
бизнеса на принципах
ESG**

МТС БАНК

О ЧЕМ СЕГОДНЯ ПОГОВОРИМ?

1. Что такое устойчивое развитие (ESG)
2. Зачем бизнесу заниматься ESG повесткой (ключевые драйверы)
3. Social banking – откуда возникла это понятие, что оно значит и как эволюционировало к настоящему времени
4. Можно ли увеличить лояльность к бренду, через реализацию ESG инициатив
5. Можно ли навредить бренду не внедряя принципы ESG
6. Увеличивают ли прибыль ответственные компании
7. Бренды позиционирование которых основано на ESG принципах. Успешны ли они.



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



- Первая
- Основные сведения
- Кампании
- Цели
- Участвуйте!
- Партнерства
- Мультимедиа
- Ресурсы



Факты и цифры

Задачи

Полезные ссылки

- 6.1 К 2030 году обеспечить всеобщий и равноправный доступ к безопасной и недорогой питьевой воде для всех
- 6.2 К 2030 году обеспечить всеобщий и равноправный доступ к надлежащим санитарно-гигиеническим средствам и положить конец открытой дефекации, уделяя особое внимание потребностям женщин и девочек и лиц, находящихся в уязвимом положении
- 6.3 К 2030 году повысить качество воды посредством уменьшения загрязнения, ликвидации сброса отходов и сведения к минимуму выбросов опасных химических веществ и материалов, сокращения вдвое доли неочищенных сточных вод и значительного увеличения масштабов рециркуляции и безопасного повторного использования сточных вод во всем мире
- 6.4 К 2030 году существенно повысить эффективность водопользования во всех секторах и обеспечить устойчивый забор и подачу пресной воды для решения проблемы нехватки воды и значительного сокращения числа людей, страдающих от нехватки воды
- 6.5 К 2030 году обеспечить комплексное управление водными ресурсами на всех уровнях, в том числе при необходимости на основе трансграничного сотрудничества
- 6.6 К 2020 году обеспечить охрану и восстановление связанных с водой экосистем, в том числе гор, лесов, водно-болотных угодий, рек, водоносных слоев и озер
- 6.a К 2030 году расширить международное сотрудничество и поддержку в деле укрепления потенциала развивающихся стран в осуществлении деятельности и программ в области водоснабжения и санитарии, включая сбор поверхностного стока, опреснение воды, повышение эффективности водопользования, очистку сточных вод и применение технологий рециркуляции и повторного использования
- 6.b Поддерживать и укреплять участие местных общин в улучшении водного хозяйства и санитарии

ЦУР - НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

Пример нац показателей

Перечень национальных показателей ЦУР							
№ п.п.	№ Цели	Цель	Задача	Наименование показателя	Ответственный ФОИВ	Код ФПСР	Дезагрегация
11	3	Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте	3.1 К 2030 году снизить глобальный коэффициент материнской смертности до менее 70 случаев на 100 000 живорождений	Коэффициент материнской смертности (3.1.1)	Росстат	2.8.11.	по Российской Федерации, субъектам Российской Федерации, федеральным округам
12	3	Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте	3.2 К 2030 году положить конец предотвратимой смертности новорожденных и детей в возрасте до пяти лет, при этом все страны должны стремиться уменьшить неонатальную смертность до не более 12 случаев на 1000 живорождений, а смертность в возрасте до пяти лет до не более 25 случаев на 1000 живорождений	Смертность детей в возрасте 0 - 4 года на 1000 родившихся живыми	Росстат	2.8.13. 2.9.18(21).	по Российской Федерации, субъектам Российской Федерации, федеральным округам
13	3	Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте	3.2 К 2030 году положить конец предотвратимой смертности новорожденных и детей в возрасте до пяти лет, при этом все страны должны стремиться уменьшить неонатальную смертность до не более 12 случаев на 1000 живорождений, а смертность в возрасте до пяти лет до не более 25 случаев на 1000 живорождений	Младенческая смертность (на 1 тыс. родившихся живыми) (промилле)	Росстат	2.6.30, 2.9.11	по Российской Федерации, субъектам Российской Федерации, федеральным округам
14	3	Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте	3.3 К 2030 году положить конец эпидемиям СПИДа, туберкулеза, малярии и тропических болезней, которым не уделяется должного внимания, и обеспечить борьбу с гепатитом, заболеваниями, передаваемыми через воду, и другими инфекционными заболеваниями	Число зарегистрированных больных с впервые установленным диагнозом ВИЧ-инфекции на 100000 человек населения (3.3.1)	Росстат Минздрав России	15.1, 2.8.15.	по Российской Федерации, субъектам Российской Федерации, федеральным округам
15	3	Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте	3.3 К 2030 году положить конец эпидемиям СПИДа, туберкулеза, малярии и тропических болезней, которым не уделяется должного внимания, и обеспечить борьбу с гепатитом, заболеваниями, передаваемыми через воду, и другими инфекционными заболеваниями	Заболеваемость туберкулезом на 100 000 человек (3.3.2)	Росстат Минздрав России	2.8.16.	по Российской Федерации, субъектам Российской Федерации, федеральным округам
16	3	Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте	3.3 К 2030 году положить конец эпидемиям СПИДа, туберкулеза, малярии и тропических болезней, которым не уделяется должного внимания, и обеспечить борьбу с гепатитом, заболеваниями, передаваемыми через воду, и другими инфекционными заболеваниями	Смертность от туберкулеза	Росстат	2.6.28.	по Российской Федерации, субъектам Российской Федерации, федеральным округам



ДОБРОВОЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

Добровольный национальный обзор (ДНО) — это процесс, с помощью которого страны оценивают и представляют национальный прогресс, достигнутый в реализации Повестки дня на период до 2030 года, включая достижение ее 17 целей в области устойчивого развития и обязательство никого не оставить позади. Цель ДНО состоит в том, чтобы представить моментальный снимок того, на каком этапе находится страна в реализации Целей в области устойчивого развития, чтобы помочь ускорить прогресс за счет обмена опытом, взаимного обучения, выявления пробелов и передовой практики, а также мобилизации партнерских отношений.

Отчеты можно прочитать на сайте ООН.



ЦУР - КОРПОРАТИВНЫЙ КОНТЕКСТ

OUR BUSINESS STRATEGY

GROW OUR CUSTOMER BASE PROFITABLY BY BUILDING THE MOST COMPREHENSIVE, ENGAGING, AND INNOVATIVE FINANCIAL AND LIFESTYLE ECOSYSTEM IN THE WORLD.

PRIORITY SDGs

4 QUALITY EDUCATION
Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

5 GENDER EQUALITY
Achieve gender equality and empower all women and girls

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE
Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialisation and foster innovation

13 CLIMATE ACTION
Take urgent action to combat climate change and its impacts

SUSTAINABILITY OBJECTIVES

PROMOTE RESPONSIBLE FINANCE THROUGH EDUCATION, INCLUSION AND INNOVATION

+ PAGE 12

CHAMPION ETHICAL BUSINESS AND ENVIRONMENTALLY FRIENDLY OPERATIONS AND PARTNERSHIPS

+ PAGE 14

EMPOWER AND ENGAGE ALL OUR PEOPLE

+ PAGE 16

Применимость к финтеху

- Рекомендации ЦБ, Московской Биржи, стандарты Accountability AA1000, GRI и SASB и др.
- Контекст бизнеса и стратегии развития Банка, учет рисков и возможностей Банка по областям ESG

Важность для стейкхолдеров

- Выбор ключевых тем и построение карты стейкхолдеров
- Проведение опросов среди основных стейкхолдеров о значимости ESG тем
- Выбор существенных тем по результатам опросов

Зрелость процессов

- Интервью с ключевыми подразделениями и сотрудниками
- Анализ внутренней документации

ЦУР – ЛИЧНЫЙ КОНТЕКСТ

Первая	Основные сведения ▾	Кампании ▾	Цели ▾	Участвуйте! ▾	Партнерства ▾	Мультимедиа ▾	Ресурсы ▾
--------	---------------------	------------	--------	---------------	---------------	---------------	-----------

Первый уровень

Второй уровень

Третий уровень

Четвертый уровень

ВЕЩИ, КОТОРЫЕ МОЖНО СДЕЛАТЬ, ДАЖЕ НЕ ВСТАВАЯ С ДИВАНА

- Экономьте электричество, подключив бытовую технику (в том числе и компьютер) к удлинителю и выключая его полностью, когда техника не используется.
- Перестаньте пользоваться бумажными квитанциями: оплачивайте счета через интернет или мобильный телефон.
- Нажимайте не только «Мне нравится», но и «Поделиться». Если вы увидели в социальных сетях интересное сообщение о правах женщин или изменении климата, поделитесь им, чтобы ваши знакомые тоже его увидели.
- Не молчите! Призывайте местные и национальные власти участвовать в инициативах, не наносящих вреда человеку или планете.
- Выключайте свет. Экран телевизора или компьютера уютно светится, поэтому выключайте прочее освещение, если оно вам не нужно.
- Проведите небольшое интернет-исследование и покупайте только у тех компаний, про которые вы знаете, что они используют экологически ответственные методы и не наносят вреда окружающей среде.
- Сообщайте об интернет-грубых. Если вы увидели оскорбления на форуме или в чате, воспользуйтесь соответствующей функцией и сообщите об обидчике.
- Будьте в курсе. Следите за местными новостями и не упускайте из виду глобальные цели, читая информацию на сайте или в социальных сетях: @GlobalGoalsUN.
- Расскажите в социальных сетях о своих действиях по достижению глобальных целей, используя хэштег #globalgoals.
- Нейтрализуйте свои выбросы углерода! Вы можете рассчитать свой углеродный след и приобрести квоты на выбросы на сайте «Климатическая нейтральность уже сейчас».



Пример развития ESG повестки в кризисных ситуациях

Пандемия обнажила проблемы неравенства и климатических изменений, поставив под сомнение справедливость существующего положения дел и заставив многих пересмотреть образ жизни и способ ведения бизнеса. Появилась возможность ускорить реализацию таких фундаментальных и программ, как «Европейский зеленый курс», чтобы создать условия для восстановления экономики и повышения ее устойчивости к изменениям, обеспечив переход к социально-ориентированному обществу, основанному на принципах справедливости и равноправия для всех людей и регионов.

Геза Андреас
фон Га́йр
Посол Федеративной
Республики Германия
в Российской
Федерации



ПАНДЕМИЯ
И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В РОССИИ

2020
2021
2022

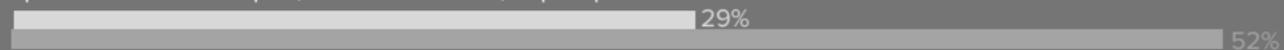
- Резкий рост добровольчества и волонтерства
 - Резкий рост гуманитарной помощи
 - Рост темы заботы о сообществе
 - Рост темы заботы о сотрудниках
-
- Рост значимости ESG трансформации
 - Рост климатической повестки
 - Изменение законодательства в сфере ESG
 - Борьба компаний за ESG специалистов,
 - Рост повестки борьбы с отходами
-
- Стоп на коммуникации для брендов
 - Уход бизнеса и сворачивание многих проектов
 - Пересмотр ESG стратегий
 - Рост S-составляющей над другими
 - Поиск новых ориентиров на Востоке

Драйверы развития ESG в компании

2019/2021

Как вы считаете, что для бизнеса в России сегодня является ключевым стимулом для внедрения принципов и целей устойчивого развития в свою деятельность?

Требования инвесторов, ESG-аналитиков, партнеров



Коммуникационные и репутационные возможности



Сокращение издержек за счет более эффективного управления ресурсами и производственными процессами



Возможность выхода на новые рынки и быстрорастущие рыночные ниши, потенциал увеличения прибыли за счет дифференциации продуктов и услуг



Эффективное управление рисками, связанными с устойчивым развитием



■ 2021 год ■ 2019 год

2022

Активное продвижение ESG-повестки на государственном уровне



Развитость ESG-функции в ряде крупных компаний



Влияние ESG-оценки на бренд, инвестиционную привлекательность и кредитный рейтинг компании, в том числе на внутреннем рынке



Возможность сократить расходы и/или снизить стоимость услуг для контрагентов



Social banking

Этичные банки

- Меняют сознание потребителей путем использования денежных средств, нацеленное не только на удовлетворение гедонистических наклонностей, но и на получение положительного социального эффекта.
- Учитывает принцип тройственности «Прибыль – Люди – Планета».
- Стремятся к долгосрочному положительному общественному эффекту.
- Знают всегда, что происходит с выданными деньгами.
- Не путаем с банковской деятельностью, осуществляемой через социальные сети.

Примеры социального банкинга в мире



- ЦА – большинство женщины
- 98% кредитов возвращается
- 64% снижение бедности в регионе



- Финансирует социальные и экологические инициативы
- Предлагает устойчивые облигации
- Детские карты и счета



- Финансирует социальные и экологические инициативы
- Поддерживает МСБ
- Управляет «Гарантийным фондом для микрофинансовых и краудфандинговых проектов»



- Финансирует социальные и экологические инициативы
- Акцент на прозрачности
- Банк на каждый день

Примеры социального банкинга в мире

The image shows a desktop-style interface for the Twig website. The background is a blue sky with white clouds over a green rolling hill. In the top right corner, the "twig" logo is displayed in white. On the left side, there is a vertical sidebar with three folder icons and labels: "My App", "Twig Business", and "Other Circular Projects". In the center, a window titled "Environment" is open, containing the following text:

Environment

Twig is built on circular economy principles. It gives things you no longer want a new life. By extending the life cycle of clothes for just nine months, you could reduce carbon, water and waste footprints by approximately 20-30% each. With the Twig Carbon Offsetting Subscription, you can now offset your carbon footprint. Twig makes it easier and empowers you to adopt a more sustainable lifestyle. In line with our commitment to sustainability, we offset all the carbon emitted as a business and have acquired full B Corp status.

At the bottom of the page, there is a blue footer bar. On the left, it says "About us" with a leaf icon. In the center, there are two buttons: "Available on the App Store" and "GET IT ON Google Play". On the right, there are social media icons for Instagram, LinkedIn, Twitter, and TikTok. Small text at the bottom right of the page reads: "Money under FRN 900573. May be used everywhere Mastercard is accepted".

Примеры социального банкинга в мире



Выберите продукт

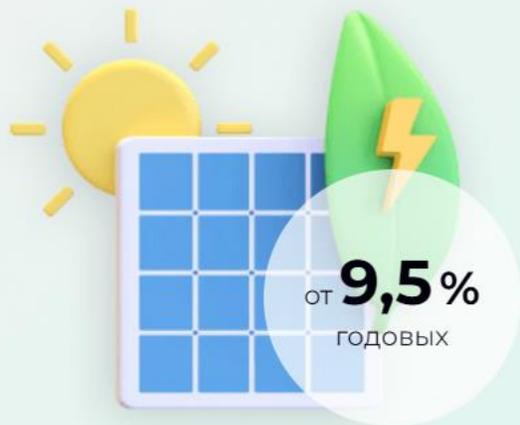
ЗЕЛЁНЫЕ

СОЦИАЛЬНЫЕ

ДЛЯ БИЗНЕСА

Зелёная ипотека

на энергоэффективное жильё



Зеленый вклад

Ваш вклад в устойчивость и развитие



Зелёная ипотека для бизнеса

на энергоэффективную недвижимость



ESG-стратегия МТС банка опирается на 4 цели устойчивого развития, в которых предложены 8 ключевые метрики и поставлены цели до 2025 г. базируется на принципе: на связи с людьми и бизнесом.

*К 2025 ГОДУ

МТС БАНК СОЗДАЕТ БЕЗОПАСНУЮ УСТОЙЧИВУЮ ФИНАНСОВУЮ СРЕДУ, РАЗВИВАЕТ ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОДУКТЫ, СОДЕЙСТВУЕТ ЦИФРОВИЗАЦИИ, ПОВЫШАЯ ДОСТУПНОСТЬ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ДЛЯ МАКСИМАЛЬНО ШИРОКОЙ АУДИТОРИИ



Основные цели представлены на цветном фоне
 Косвенные цели представлены на темно-сером фоне

КРИТЕРИИ ВЫБОРА ЦУР:

- 1 Существенные темы по мнению стейкхолдеров
- 2 Близость к основной деятельности Банка
- 3 Бенчмарки



ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ

% клиентов банка пользуется мобильным приложением



% респондентов рекомендуют приложением Банка



% респондентов рекомендуют Банк



СООБЩЕСТВА

% клиентов считают, что Банк поддерживает социальные инициативы



ESG продукты внедрены во всех категориях



Розничный бизнес



Корпоративный бизнес



Рынок ценных бумаг



УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ

Рост уровня удовлетворенности сотрудников банка



Снижение уровня текучести персонала



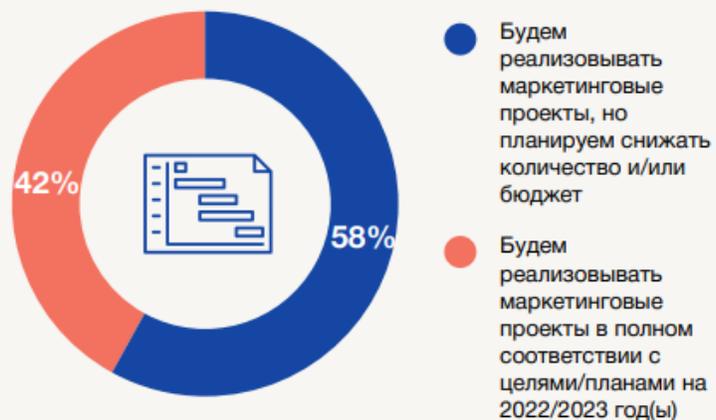
ПЛАНЕТА

% компаний, сотрудничающих с Банком, прошли ESG-оценку

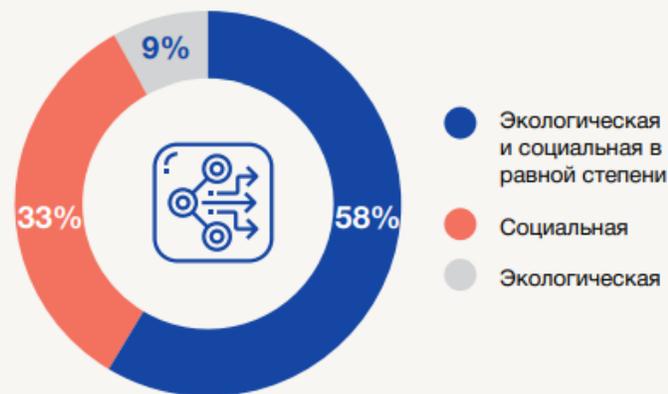


ESG коммуникации

Планы респондентов по дальнейшей реализации маркетинговых проектов



Распределение предпочтений респондентов по коммуникациям в разных сферах



Основные партнеры компаний при запуске ESG-коммуникаций



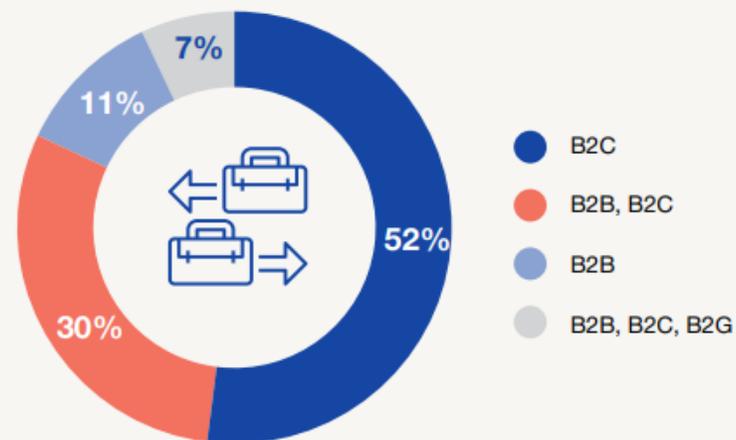
Каналы ESG-коммуникаций



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



Сегменты, в которых представлены компании — участники премии



Кейс 1. Социальная ответственность.



СОБИРАЕМ ПРОДУКТЫ
В «КОРЗИНУ ДОБРОТЫ»

для стариков, о которых некому позаботиться, для одиноких матерей и многодетных семей, для людей, которые выбирают между покупкой продуктов и покупкой лекарств.

НАПОЛНИТЬ КОРЗИНУ
ОФЛАЙН

НАПОЛНИТЬ КОРЗИНУ
ОНЛАЙН

<https://www.youtube.com/watch?v=kvzUUrH9sSs>

Кейс 2. Социальная ответственность.

#ПокажитеНас
Больше настоящей красоты

красота без цифровой обработки

*Красота без цифровой обработки – Dove показывает женщины такими, какими они есть в реальной жизни.

<https://www.youtube.com/watch?v=zovbq1k8JgQ>

Кейс 3. Социальная ответственность.

Iamoda × VK

«Эта юбка тебя так стройнит!»

Что не так: Считывается намек на то, что у человека проблемы с весом. Такие высказывания не помогают, а наоборот, ранят

Как лучше: «Тебе очень идет», «Смотрится классно», «Отлично выглядишь»



kiberbulling.net #неткибербуллингу
#ничегострашного #iamodaplanet

An advertisement for Head & Shoulders 2-1 shampoo. A woman with long brown hair, wearing a blue long-sleeved shirt, is holding a white bottle of shampoo. The word "БУЛЛИНГ" is written in large white letters across the center of the image, with a blue diagonal line striking through it. In the top right corner, there are the Head & Shoulders logo and a red circle with the number 5. At the bottom, there are two numbered instructions in Russian and a phone number.

head & shoulders 5

БУЛЛИНГ

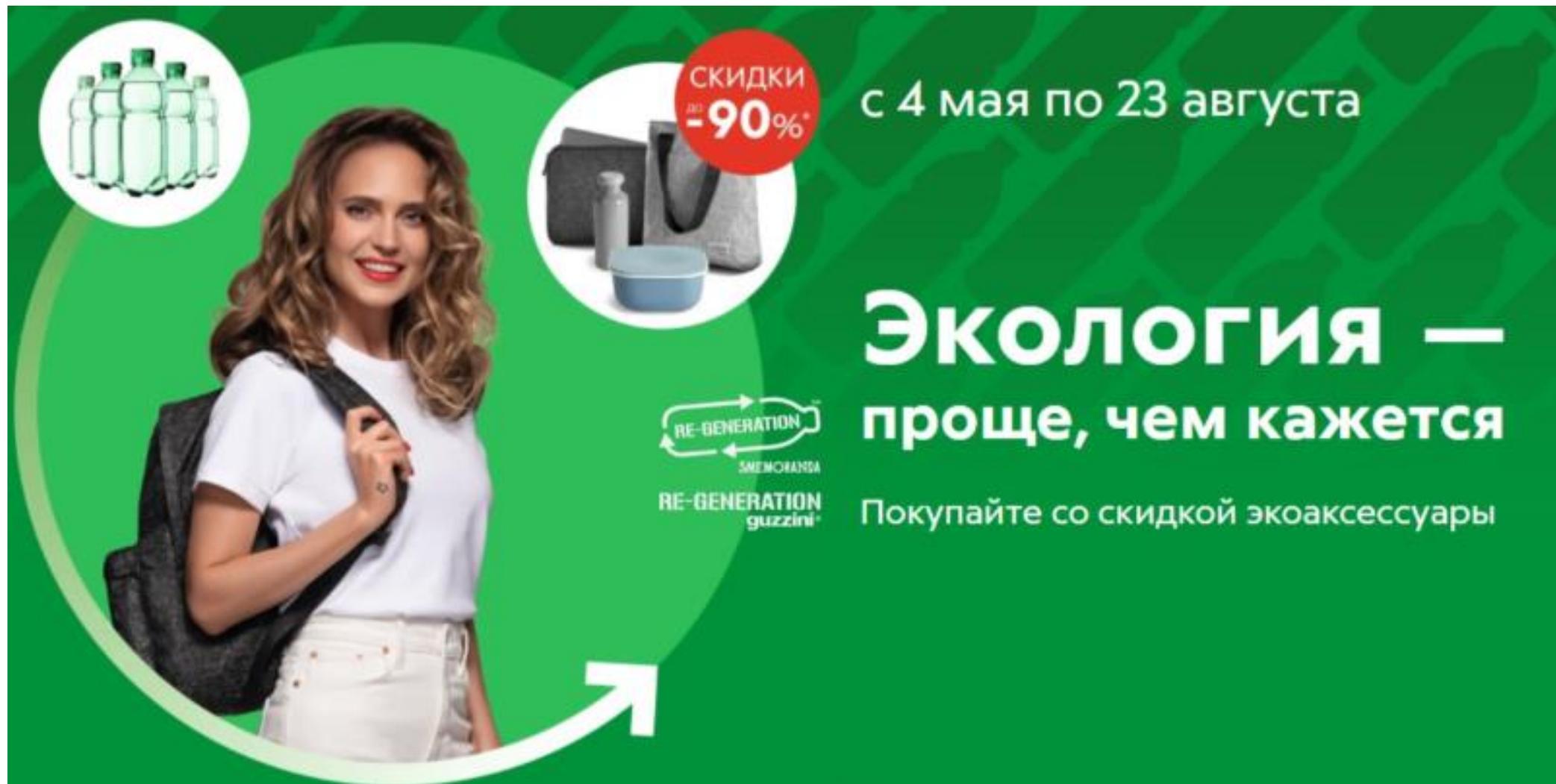
1 КУПИТЕ ЛЮБОЙ HEAD & SHOULDERS В МАГАЗИНАХ «ПЯТЭРОЧКА»

2 ПОДДЕРЖИТЕ ГОРЯЧУЮ ЛИНИЮ ПО ВОПРОСАМ БУЛЛИНГА ЛИНИЮ ПСИХОЛОГОВ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ, РОДИТЕЛЕЙ И УЧИТЕЛЕЙ

8 800 500-44-14

*Буллинг – действие (физическое, словесное и т.д.), которое способен совершить, увидеть и/или услышать ребенок или подросток, направленное на человека.

Кейс 4. Экологическая ответственность.



СКИДКИ
до -90%*

с 4 мая по 23 августа

**ЭКОЛОГИЯ —
проще, чем кажется**

Покупайте со скидкой экоаксессуары

RE-GENERATION
MEMORANDA
RE-GENERATION
guzzini

The advertisement features a woman with a backpack, a circular inset showing plastic bottles, and another circular inset showing eco-friendly products. A large white arrow points from the woman towards the text on the right.

<https://www.youtube.com/watch?v=tGb63pzi0EY>

Кейс 5. Экологическая ответственность.



Кейс 6. Экологическая ответственность.



**ЖИВИ БЕЗ
ОСТАТКА
ЖИВИ БЕЗ
ОСТАТКА
ЖИВИ БЕЗ
ОСТАТКА**

Noize MC × Монеточка

 **ВМЕСТО НАС ТЕПЕРЬ — КТО-ТО ПОНОВЕЙ, А МЫ С ТОБОЙ ЛЕЖИМ В НЕПОНЯТКАХ.
НА МУСОРНОЙ ГОРЕ, СРЕДИ СЕВШИХ БАТАРЕЙ МЫ БУДЕМ ВЕЧНО ЖИТЬ БЕЗ ОСТАТКА.**

БЕЗ ПЕРЕРЫВОВ НА СОН И ОБЕД КОЛОТИТСЯ ФИР В ЛИХОРАДКЕ, В ШУМНОМ КРУГОВОРОТЕ БАНКНОТ И МОНЕТ ТЕРЯЯ СЕБЯ БЕЗВОЗВРАТНО.
ТАЛАНТ ГОВОРИТЬ ВСЕМУ ЛИШЬЕМУ «НЕТ» — КАК НУЛЕВОЙ РЕЗУС-ФАКТОР, НО, ПОКА МЫ ЖИВЁМ, НАМ НЕ НУЖЕН БЕСПЛАТНЫЙ ПАКЕТ — ЖИВИ БЕЗ ОСТАТКА.

<https://www.youtube.com/watch?v=qrwfBxlGwSM&t=4s>

Кейс 7. Экологическая ответственность.



<https://www.youtube.com/watch?v=JbTl6hqbHfo>

Кейс 8. Ответственное позиционирование брендов.



☰ каталог

новинки

о нас

доставка и оплата

сертификаты

контакты

где купить



Экопродукты для счастливой жизни

Чистота начинается с любви к **дому**, желания заботиться о себе и своих близких. С этого начался SYNERGETIC — с заботы о самом важном.

В процессе мы осознали, что наш **дом — это природа**.

Так получились экопродукты из растительных компонентов, которые заботятся о семье, доме и планете.



Чтобы экопродукты SYNERGETIC были эффективнее, **мы привозим качественные компоненты из Европы**.

А чтобы они были доступнее, **производим их в России**.

Кейс 9. Ответственное позиционирование брендов.



онлайн экомаркет

8 (495) 955 90 05

Вход

Регистрация

Избранное (0)

Вы недавно смотрели

 **КОРЗИНА**

Вас ждет подарок при заказе!

[Как оформить заказ](#)

 **КАТАЛОГ**

EXPRESS 

||| **АКЦИИ РАСПРОДАЖА ПРОДУКТЫ КОСМЕТИКА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ДЛЯ ДОМА БРЕНДЫ**



WOW-сервис



Строгий отбор брендов



Бесплатная доставка



Подарок в каждом заказе



Постоянная скидка клиента



4FRESH HEALTH Добавки и витамины



4FRESH BEAUTY Натуральная косметика



4FRESH FOOD Полезные экопродукты

[Главная](#) • [О нас](#) • [Почему мы](#)

ВСЕ САМОЕ ПОЛЕЗНОЕ В ОДНОМ МЕСТЕ

4fresh - не просто интернет-магазин. Это целое сообщество людей, которые делают выбор в пользу здоровья. У нас вы можете найти:



Натуральная косметика

Эффективный уход за кожей и волосами от брендов со всего мира



Правильное питание

Продукты для правильного питания, витамины, спортивные добавки



Бытовая НЕхимия

Экологичные средства для дома без вреда для здоровья и окружающей среды



350+ брендов и 20000+ товаров

И этот ассортимент растет каждый месяц.