АНКЕТА ПО ЦУР

E+ Change и Ipsos в России проводят VII исследование* среди участников премии E+Awards и российского рынка в рамках программы по продвижению 17 Целей устойчивого развития (ЦУР).

Подробнее о Целях устойчивого развития (ЦУР): http://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals

Цель нашего исследования – измерить степень и эффективность интеграции ESG-принципов в деятельность бизнесов, а также выявить тренды в сфере ответственных маркетинговых проектов в России.

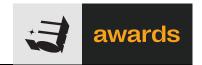
Эти данные дополнительно проанализирует комитет по ЦУР программы Change при выборе обладателей диплома SDGs SR 2024. Мы просим Вас заполнить анкету и рассказать об подробнее о ESG-практиках внутри вашей компании.

N.B. Если Вы сочтёте возможным, то мы с удовольствием опубликуем Ваше имя в списке благодарностей в заключении исследования, где отметим профессионалов рынка и представляемые ими бренды для большей прозрачности данных. Если же это невозможно, то мы благодарны Вам за предоставление ответов, они будут учитываться только в обобщённом количестве полученных анкет в разделе методология исследования (пример: в исследовании приняли участие 56 компаний).

* - мы благодарим наших партнёров, компанию Керt, с которой мы работали пять лет и выпустили в свободный доступ предыдущие "Барометры устойчивой трансформации бизнеса". Часть наработок / вопросов из предыдущих версий анкет (2018 - 2022) попала в обновлённую анкету 2023-2024 гг.

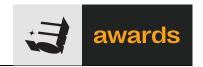
Примерное время заполнения - 20 минут

Об участнике Вопросы с открытым ответом: Ваше имя? Должность, занимаемая в компании? Название компании

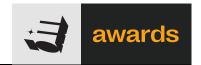


АНКЕТА ПО ЦУР

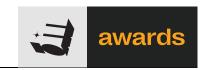
	и ли мы указать ваше имя, должность и компанию в олоке олагодарностей икам исследования?
•	Да Нет* выборе данного ответа мы будем учитывать Ваш голос только в обобщённом стве полученных анкет в разделе методология исследования
О комг	тании — — — — — — — — — — — — — — — — — —
1.1. К к	акой отрасли/сегменту относится ваша компания/организация?
	Некоммерческий сектор
	Государственные институты
	Нефтегазовая отрасль
	Электроэнергетика
	Горная добыча; горная металлургия
	Химия и нефтехимия
	Транспорт и логистика
	Строительная отрасль
	Лесная отрасль и лесопереработка
	Телекоммуникации и медиа
	ИТ
	Розничная торговля (не включая e-commerce)
	E-commerce
	FMCG
	Медицина и фармацевтика
	Сельское хозяйство
	Финансы; инвестиции
	Другое (уточнить)
(THK) (пяется ли ваша компания подразделением транснациональной корпорации для некоммерческого сектора – является ли организация представительством народной организации)?
	Да
	Нет
1.3. В к	каком сегменте ведет деятельность ваша компания/организация?
	B2B



	B2C
	B2G
	Социальное предприятие / социальный предприниматель
łасть '	1. О ЦУР-стратегировании
	берите одну из семнадцати Целей устойчивого развития ООН, которая лее полно соответствует вашей заявке, поданной на E+ Awards 2024.
	ЦУР 1: Ликвидация нищеты
	ЦУР 2: Ликвидация голода
	ЦУР 3: Хорошее здоровье и благополучие
	ЦУР 4: Качественное образование
	ЦУР 5: Гендерное равенство
	ЦУР 6: Чистая вода и санитария
	ЦУР 7: Недорогостоящая и чистая энергия
	ЦУР 8: Достойная работа и экономический рост
	ЦУР 9: Индустриализация, инновации и инфраструктура
	ЦУР 10: Уменьшение неравенства
	ЦУР 11: Устойчивые города и населенные пункты
	ЦУР 12: Ответственное потребление и производство
	ЦУР 13: Борьба с изменением климата
	ЦУР 14: Сохранение морских экосистем
	ЦУР 15: Сохранение экосистемы суши
	ЦУР 16: Мир, правосудие и эффективные институты
	ЦУР 17: Партнерство в интересах устойчивого развития
	Не применимо
	ажите, пожалуйста, какие ещё темы частично входящие в тематику ЦУР или не цие в их список находятся у вас в работе в рамках ESG-проектов?
	Net-Zero
	Работа с экологизацией поставщиков
	Развитие и поддержка туристической инфраструктуры, повышение доступности туристских услуг
	Поддержка начинающих предпринимателей, помощь в развитии бизнеса
	Повышение доступности жилья
	Благоустройство общественных пространств
\Box	Повышение поступности культурных благ пля населения



]	Раз	виті	ие эн	коло	гичє	еского т	уризі	ма												
]	Вклад в развитие цифровых технологий в социальной сфере, создание информационной инфраструктуры и безопасности																			
]	Поддержка отечественных производителей и/или экспортеров сельскохозяйственной продукции																			
трех	1.6. Оцените от 0 до 10 количество ESG-инициатив в вашей компании по каждой из трех сфер устойчивого развития. Где 0 - это отсутствие инициатив в этой части, а 10 - абсолютный приоритет инициатив во внешней и внутренней деятельности компании.																				
Соци	a	тьна	я																		
C)	0	0	1	0	2	O 3	0	4	0	5	0	6	0	7	0	8	0	9	0	10
Экол	οг	иче	ская	A																	
C)	0	0	1	0	2	O 3	0	4	0	5	0	6	0	7	0	8	0	9	0	10
Корг	 0	рати	1BH0	е уп	ірав	пени	1e														
C)	0	0	1	0	2	O 3	0	4	0	5	0	6	0	7	0	8	0	9	0	10
							нты сист ьте все п					-			pa:	ВВИТІ	ием	сущ	еству	юτ	
		сод	ерж	ащи	й за	явле	и устойч ение о н йчивого	амер	ени	ях в				•		•				•	
]			-	•		и устойч	•			гия (коні	крет	ный	дол	ігоср	очн	ный	план		
		дос	жит	ения	я цел	тей і	компані	иивс	бла	СТИ	усто	йчиі	вого	раз	вит	ия)					
]	-	•			-	ветствен			•	•		йчив	вого	раз	виті	ИЯ				
L]						ти устой		•				J								
L	_						к иници Лобаль					-			pa:	ЗВИТ	ИЯ				
]						устойч		•	вити	е за	крег	тлен	а на	урс	вне	выс	сших	, L		
_	_						я в комг						م مام								
]			, ,	равл чнит		я устойч	ивым	и ра	звит	ием	не с	:фор	мир	ова	На					
					•	-	ы влияі тов (есл			•	_			•		•					

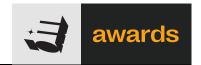


вариантов ответа.

Ц	Анализ российского контекста / актуальной локальной проблематики / национальных идей развития Российской Федерации
	Анализ повестки устойчивого развития конкурентов в отрасли
	Анализ существенных рисков и релевантных зон для внедрения повестки устойчивого развития в компании для оптимизации и сокращения издержек
	Стратегическое видение собственников бизнеса, акционеров или топ- менеджмента
	Резонирующая, близкая сердцу тема, которая находит эмоциональный отклик у команды компании
	«Горячая» и обсуждаемая проблема в настоящий момент – дань моде, актуальность, PR-мотивация
	Запрос / требование от клиента
	Соответствие целям в области устойчивого развития глобального офиса ТНК, требование глобального офиса
	Неприменимо
	Другое (уточните)
Часть 1	2. Целеполагание, реализация[МО1] и подход [МО2] к оценке результатов
	кие из ЦУР являются наиболее актуальными для российского бизнеса? оите от одной до трех ЦУР.
	ЦУР 1: Ликвидация нищеты
	ЦУР 2: Ликвидация голода
	ЦУР 3: Хорошее здоровье и благополучие
	ЦУР 4: Качественное образование
	ЦУР 5: Гендерное равенство
	ЦУР 6: Чистая вода и санитария
	ЦУР 7: Недорогостоящая и чистая энергия
	ЦУР 8: Достойная работа и экономический рост
	ЦУР 9: Индустриализация, инновации и инфраструктура
	ЦУР 10: Уменьшение неравенства
	ЦУР 11: Устойчивые города и населенные пункты
	ЦУР 12: Ответственное потребление и производство
	ЦУР 13: Борьба с изменением климата
	ЦУР 14: Сохранение морских экосистем
	ЦУР 15: Сохранение экосистемы суши
	ЦУР 16: Мир, правосудие и эффективные институты
	ЦУР 17: Партнерство в интересах устойчивого развития
П	Не применимо



одного	о до трех вариантов ответа.
	Решение актуальной внешней социальной или экологической проблемы
	Развитие местных сообществ или территории в регионе присутствия
	Расширение возможностей уязвимой группы населения или развитие равенства
	Предотвращение климатического кризиса
	Улучшение качества и прозрачности цепочки поставок
	Повышение осведомленности населения и вовлеченности в коммуникацию о социальных / экологических проблемах
	Изменение поведения населения в сторону более ответственных привычек
	Изменение качества жизни
	Изменение предпочтения населения в пользу ответственных товаров и услуг изменение существующих убеждений, стереотипов и отношения людей
	Другое (уточните, что именно)
решен	ию поставленной социальной или экологической задачи?
2.4. Ис	ию поставленной социальной или экологической задачи? пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) ализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет
2.4. Ис для ан П	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) ализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да
2.4. Ис для ан П	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) вализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет?
2.4. Ис для ан П	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) ализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет
2.4. Ис для ан П 2.6. Пу	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) пализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет? Да
2.4. Ис для ан П 2.6. Пу	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) ализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет? Да Нет
2.4. Ис для ан П 2.6. Пу	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) пализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет? Да Нет анируете ли публиковать нефинансовый отчет в 2024 году?
2.4. Ис для ан П 2.6. Пу	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) пализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет? Да Нет анируете ли публиковать нефинансовый отчет в 2024 году? Да
2.4. Ис для ан Для ан Д 2.6. Пу Д 2.7. Пл	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) гализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет? Да Нет анируете ли публиковать нефинансовый отчет в 2024 году? Да Нет
2.4. Ис для ан Для ан Д 2.6. Пу Д 2.7. Пл	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) пализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет? Да Нет анируете ли публиковать нефинансовый отчет в 2024 году? Да Нет Незнаю
2.4. Ис для ан Для ан Д 2.6. Пу Д 2.7. Пл	пользуете ли вы какие-либо внешние источники (сертификации, аудит и т.д.) пализа и верификации своих ESG-достижений в публичном поле? Да Нет бликовали ли вы раньше нефинансовый отчет? Да Нет анируете ли публиковать нефинансовый отчет в 2024 году? Да Нет Незнаю



2.9. Если вы отказались от публикации нефинансовых ESG-отчётов, каким образом вы планируете предоставлять публичные сведения о результатах ESG-проектов?

Часть	3.	Влияние	ESG-ı	троекто	ов на	бизнес	-показ	атели
-------	----	---------	-------	---------	-------	--------	--------	-------

	кладываете ли вы бизнес-показатели (увеличение продаж, EBITDA, доля рынка и обязательные метрики для impactful или ответственных (устойчивых) ıaтив?
	Да, всегда
	Да, но не для всех проектов
	Нет, но планируем закладывать такие показатели в будущих проектах
	Нет
	Другое (уточнить)
-	оослеживаете ли вы связь между Social Impact (return on social investment) в льных и экологических проектах и бизнес-показателями?
	Да, прослеживаем и измеряем возврат на социальные инвестиции
	Да, прослеживаем, но не измеряем
	Нет, не прослеживаем
значи	рамках реализации проекта-участника конкурса E+ Awards 2025 и/или других мых или ответственных проектов, были ли достигнуты желаемые бизнес- атели (ROI, EBITDA, продажи, доля рынка и т.д.), которые вы ставили перед ?
	Цели достигнуты и перевыполнены
	Цели достигнуты полностью
	Цели достигнуты частично
	Цели достигнуты частично Цели не достигнуты
— 3.4. Ес конку	Цели не достигнуты Не применимо (пока нет возможности посчитать результат/ проект пока
— 3.4. Ес конку	Цели не достигнуты Не применимо (пока нет возможности посчитать результат/ проект пока находится на стадии разработки/ не закладывали бизнес-показатели/ другое) гли применимо, каковы были бизнес-показатели вашего проекта-участника рса E+ Awards 2025 и/или других impactful или ответственных недавних/
— 3.4. Ес конку	Цели не достигнуты Не применимо (пока нет возможности посчитать результат/ проект пока находится на стадии разработки/ не закладывали бизнес-показатели/ другое) гли применимо, каковы были бизнес-показатели вашего проекта-участника рса E+ Awards 2025 и/или других impactful или ответственных недавних/ их проектов?
— 3.4. Ес конку	Цели не достигнуты Не применимо (пока нет возможности посчитать результат/ проект пока находится на стадии разработки/ не закладывали бизнес-показатели/ другое) гли применимо, каковы были бизнес-показатели вашего проекта-участника рса E+ Awards 2025 и/или других impactful или ответственных недавних/ их проектов? Увеличение прибыли



	Уве.	личение	е продах	К							
	Улуч	Улучшение имиджа / репутации бренда									
	Улучшение показателей бренда (повышение осведомленности, намерение купить / готовность рассматривать покупку, пробная покупка, регулярное использование, лояльность)										
	При	івлечен	ие новы	х потреб	бителей	/ клиен	тов				
	Дру	гое (уто	чнить)								
	-		гляд, мо проекта		гь лучші	им показ	ателем	достиже	ния бизі	нес-	
	Рец	јение пр	роблемь	ы в обла	сти усто	йчивого	развити	1Я			
	Кач	ественн	ое изме	нение в	поведен	нии					
	Пов	ышение	е осведо	мленно	сти насе	ления					
	Уве.	личение	е капита	лизации	и компан	нии					
	Улуч	чшение	позици	и в спец	иальном	ı ESG pei	йтинге/и	ндексе			
	При	івлечен	ные сре,	дства от	доноро	в или фі	инансов	ых орган	іизаций		
	При	ізнание	индустр	оии чере	з получ	енные на	аграды				
				-		вах массо	овой инс	формаци	іи, созда	нный	
	•	•		з социал	ьных се	ТЯХ					
	Дру	гое (уто	чнить)								
				-	-	юсть ках х) иници		казател	я для ва	ших	
PRим	едий	іные по	казател	И							
0	0	O 1	O 2	O 3	O 4	O 5	O 6	O 7	O 8	O 9	O 10
Марке	тинг	овые по	оказател	1И							
0	0	O 1	O 2	O 3	O 4	O 5	O 6	O 7	O 8	O 9	O 10
Бизне	с-мет	грики									
0	0	O 1	O 2	O 3	O 4	O 5	O 6	O 7	O 8	O 9	O 10
Social	Impa	act (Out	put / Ou	tcome)							
0	0	O 1	O 2	O 3	O 4	O 5	O 6	O 7	O 8	O 9	O 10
3.7. Ka	кие (отделы і	компани	и ставят	г цели, з	адачи и	КРІ для	ваших ir	npactful	или	



ответственных (/устойчивых) инициатив (/стратегий)?

	Депа	артамен	т внешн	их коми	иуникац	ий / ма	ркети	нга					
	Отде	ел по уст	тойчиво	му разв	итию								
	Отде	ел по вн	утренни	ім комм	уникаци	MRI							
	Фин	ансовы	х департ	гамент /	отдел г	тродаж							
	R&D												
	Сове	ет дирек	сторов										
	Собо	твенни	к / акци	онер(ы)								
	Друг	ое (уточ	чнить)										
возни	кают	при вво	уникаци оде отве	тственн	ого тов	apa / yo	луги	на р	ынок.	•			
(може корпо	т быт раци	ъ предс и или р	алуйста, тавител оссийска ко требо	ьство до ая комп	ействую ания), ч	щей на ьи пран	терри стики,	итор на і	ии РФ	тран	снац	иональ	ьной
социа	льног	го преді	алуйста, принима ентарны	ателя, к	оторые	могли б	ы ста	ть п	артне	ром в	ашег		кта и
бы ста	ть хе	длайнеј	алуйста, ром соц мпания.	иально	-		-	-				-	
	ая ваі	-	алуйста, інилась									-	
Часть	5. Отв	ветствен	ный ма	ркетинг	<u>-</u>								
пробл шкале	емы і е от 0	в компа до 10, г	е, наско ниях на де 0 – но пьность)	уровне е отраж	маркет	инга и і	комму	ник	аций і	в РФ?	(Отм	етьте п	
0	0	O 1	O 2	O 3	O 4	O 5	0	6	O 7	0	8	O 9	O 10



	пооуждает ваш отдел маркетинга внедрять социальную или экологическую матику в коммуникации с клиентом?
<u> </u>	возможность выхода на новые рынки и быстрорастущие рыночные ниши, потенциал увеличения прибыли
□ э	ффективное управление коммуникационными и репутационными рисками
	ривлечение дополнительной аудитории и увеличение лояльности уже меющейся
	жидание внешних и/или внутренних стейкхолдеров таких проектов как игиенической базы
□ У	довлетворение потребностей ЦА
	окращение издержек за счет более эффективного управления ресурсами и лияние благотворительной деятельности с операционным ядром бизнеса
	loка не интегрируем социальную / экологическую проблематику в оммуникацию с клиентами
ПД	Іругое (уточнить)
	ли у вас продукты/сервисы, которые уже функционируют в соответствии с пами устойчивого развития?
	la
	Іроект частично соответствует принципам ЦУР
ПН	Іет
	вы считаете, готов ли российский потребитель платить за «социально зенные» и «экологичные» товары и услуги?
□ У	же платит на примере наших продуктов / продуктов наших партнеров
□В	в целом готов, но на практике делает это редко
ПН	lет, еще не готов
□ 3	атрудняюсь ответить
или эко	ие акции, способы геймификации и вовлечения потребителя в социальную погическую повестку работают лучше всего/наиболее эффективно в нии вашего товара/сервиса?

