

Эта информация необходима для статистических и научных целей,
она не будет рассматриваться и оцениваться судьями

Уважаемые участники конкурса Effie Russia 2020! Effie Russia совместно с КПМГ проводят третью волну исследования среди участников Премии в рамках глобальной программы Effie Worldwide и ООН по продвижению 17 Целей устойчивого развития (ЦУР). Просим Вас заполнить анкету и рассказать об интеграции ЦУР в ваш проект подробнее. Цель исследования – выявить степень и эффективность интеграции ЦУР в проектах участников конкурса Effie Russia. Наиболее успешные проекты будут отмечены на церемонии награждения Effie Russia в апреле 2020 года. Результаты исследования будут представлены на III международном форуме «Бренды со смыслом: кого выберет потребитель завтра?» в октябре 2020 года в Москве.

Часть 1. О проекте и ЦУР-стратегировании

1.1. Выберите основную из 17 целей устойчивого развития, которая наиболее тесно связана с вашим проектом, или выберите «Не применимо»

- 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

1.2. Выберите второстепенную цель устойчивого развития, которая была связана с вашим проектом, или выберите «Не применимо»

- 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

1.3. Если ваша компания является подразделением транснациональной корпорации (далее – ТНК), вписывается ли ваш проект в определенные приоритетные цели по устойчивому развитию глобального офиса? Выберите один вариант ответа.

- Да
- Нет
- Частично
- Не является ТНК
- Другое (уточнить)

1.4. Если проект не вписывается в определенные приоритетные цели по устойчивому развитию глобального офиса ТНК, или если ваша компания является российской, выберите, пожалуйста, первостепенный фактор, который повлиял на выбор социально-ориентированного направления проекта:

- Анализ российского контекста и актуальной локальной проблематики
- Анализ повестки устойчивого развития других рыночных игроков индустрии

- 👉 Анализ материальных и релевантных зон для внедрения повестки устойчивого развития
- 👉 Отражение стратегического видения 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» и своевременности, PR-мотивация
- 👉 Внешние стейкхолдеры (инвесторы, потребители и другие) ожидают от компании действий именно по этому направлению («компания не может этого не делать»)
- 👉 Другое (уточните)

Часть 2. Целеполагание и подход к оценке результатов

2.1 Были ли заданы какие-либо социальные, экологические или поведенческие цели при запуске проекта? Если да, то выберите одну или несколько из следующего списка:

- 👉 Решение актуальной внешней социальной или экологической проблемы
- 👉 Развитие местных сообществ или территории в регионе присутствия
- 👉 Расширение возможностей уязвимой группы населения или развитие равенства
- 👉 Повышение осведомленности потребителя/населения
- 👉 Изменение поведения потребителя/населения
- 👉 Изменение предпочтения потребителя/населения в пользу ответственных товаров и услуг
- 👉 Другое (уточнить)

2.2. Что, на ваш взгляд, может стать лучшим индикатором успеха данного проекта? Выберите один вариант ответа

- 👉 Значимый вклад в решение социальной/экологической проблемы
- 👉 Качественное изменение в поведении или повышение осведомленности населения
- 👉 Увеличение капитализации компании
- 👉 Улучшение позиции в специальном ESG рейтинге/индексе
- 👉 Привлеченные средства от доноров или финансовых организаций
- 👉 Признание «индустрии» через полученные награды и значительное освещение в прессе и средствах массовой информации, созданный «вирусный» эффект в социальных сетях
- 👉 Другое (уточнить)

2.3. Если инициатива была реализована в формате бренд - некоммерческий или государственный стейкхолдер, социальный предприниматель, какой формат сотрудничества был использован? Выберите максимум два варианта ответа.

- Модель отчисления собранных средств на благотворительность
- Некоммерческий партнер/социальный предприниматель выступил «имплементатором» в поле или стал поставщиком услуг
- Некоммерческий партнер/социальный предприниматель выступил «носителем» экспертизы
- Возможность встроиться в федеральные или региональные программы через партнерство с органами государственной власти
- Другое (уточнить)

2.4. Являлся ли проект многолетней стратегической инициативой или разовой акцией? Выберите один вариант ответа

- Разовая акция
- Многолетняя инициатива
- Другое (уточнить)

Часть 3. Взгляд на индустрию

3.1. Назовите, пожалуйста, три самые ответственные компании в России (может быть представительство ТНК или локальный нишевый бренд) на ваш взгляд, чьи практики соответствуют максимально близко требованиям устойчивого развития.

3.2. Назовите, пожалуйста, три российские некоммерческие организации/социальных предпринимателя, которые могли бы теоретически стать партнёром вашей организации и были бы комплементарны для ваших программ устойчивого развития

3.3. Назовите, пожалуйста, три российские медийные персоны, которые могли бы стать хедлайнерами социально-значимых коммуникационных кампаний, которые реализует ваша компания.

Руководители проектов, которые по итогам оценки Экспертного совета Effie SDGs получат дипломы Special Recognition на Церемонии награждения Effie 2020, будут приглашены на глубинные интервью. В будущем это интервью будет опубликовано в ключевых материалах программы Effie по продвижению ЦУР.

Укажите, пожалуйста, контакты сотрудника, отвечающего за внедрение ЦУР в коммуникационные кампании и стратегию бренда, (требование к контакту: CEO/CEO -1 компании) для того, чтобы мы могли направить отдельную анкету по корпоративным практикам устойчивого развития и договориться о личном интервью.

Фамилия, имя:

Должность:

E-mail: