



X5 – значит ответственность

24 апреля в рамках X5 Day Russian Retail Show прошла сессия **«Устойчивое развитие как необходимый фактор успешного развития»**. Ключевой темой для дискуссии стал баланс между социально важными инициативами и коммерческой эффективностью внутри компаний. Спикеры обсудили, как совмещать цели в области создания общественного блага и не терять финансовые показатели.

Мария Подкопаева, директор по устойчивому развитию X5 Group, подчеркнула, что одна из стратегических целей X5 быть бизнесом, который работает для людей. В этом контексте сложно недооценить вклад ESG-инициатив. Фокус компаний на направлении устойчивого развития помогает повышать лояльность и инвестиционную привлекательность, формировать бренд, снижать операционные издержки. При этом, особенностью X5 является синхронизация целей компании с национальными целями РФ.

«X5 Group для потребителя ассоциируется со словом “ответственность”», – Мария Подкопаева, директор по устойчивому развитию X5 Group.

Алина Юхневич, директор по устойчивому развитию торговой сети «Пятёрочка», отметила, что стратегия по устойчивому развитию претерпела значительные изменения за последние годы. Так, ESG-департамент перестал быть центром экспертиз. Теперь это бизнес-партнер каждой функции в рамках компании, который увеличивает прямую эффективность, минимизирует штрафы и обеспечивает дополнительную маркетинговую поддержку. Важнейшим проектом для торговой сети «Пятёрочка» стали «Центры местного сообщества» (ЦМС). ЦМС представляют собой площадки, которые создаются на территории магазинов «Пятёрочка» и дают местным жителям возможность для реализации разнообразных социальных и культурных инициатив. По результатам анализа контрольной группы магазины с ЦМС получают 1.1% к трафику, 0.8% к NPS со стороны клиента и 20% к eNPS благодаря возможности операционного персонала реализовывать себя. Другими важными ESG-инициативами «Пятёрочки» являются проекты «Уроки ЗОЖ», «Корзина доброты», «Конфетка доброты» и создание электрозаправок. Секретом успехов проектов Алина считает сочетание локальности и персонализации: созданные программы должны быть близка и понятна потребителю.

Анна Скоробогатова, президент благотворительного фонда «Выручаем», также заметила, что лучшие благотворительные механизмы сегодня бесшовны и не требуют дополнительных действий со стороны покупателя. По её словам, «Выручаем» – пример того, как программа благотворительного фонда, соответствует деятельности компании, но с социальной точки зрения оказывается шире.

Особенностью сессии стало участие не только компаний в сфере продуктового ритейла, но и представителей fashion-ритейла и крупной IT-компании. Так, **Валерия Курмак**, директор по устойчивому развитию «Яндекс» рассказала о работе фонда «Помощь рядом» и механике «округления» в сервисах Яндекса. Валерия подчеркивает, что финансовые вложения в отдельные социальные проекты несоизмеримы с выстраиванием системы: «Общество должно доверять компании». А руководитель отдела устойчивого развития Lamoda **Яна Трофимова** поделилась, что миссию fashion-ритейла она видит в создании пространства для коллабораций брендов и благотворительных организаций. Таким примером стал проект «Помогаю на бегу», в рамках которого 20% от продаж в магазинах Lamoda Sport перечислялись в фонд ОРБИ.

Модератором встречи стала Анна Скоробогатова. На мероприятии выступили Мария Подкопаева, Алина Юхневич, Валерия Курмак и Яна Трофимова.

[Ссылка на публикацию](#)