Татьяна Юрьевна Елизарова

Санкт-Петербургский государственный университет

[tatyana.elizarova12@gmail.com](mailto:tatyana.elizarova12@gmail.com)

**ESG-стратегии российских и европейских брендов одежды**

В работе рассматриваются ESG-коммуникации брендов одежды России и Европы. Зарубежный опыт может помочь российским компаниям успешно внедрить ESG-принципы в свою деятельность и достичь долгосрочной устойчивости.

Ключевые слова: ESG-стратегия, устойчивое развитие, ESG-повестка, устойчивый бизнес, ESG-трансформация.

В индустрии моды, где успех часто зависит от следования мировым и национальным модным тенденциям, интеграция разнообразных инициатив, основанных на ESG-принципах, становится естественным результатом стремления к адаптации и соответствию требованиям устойчивого развития и социальной ответственности.

Нами проводится анализ ESG-стратегий российских и европейских брендов одежды в сегменте масс-маркета. Эмпирической базой исследования стали сайты европейских компаний H&M, Mango, Inditex, Adidas и российской компании Melon Fashion Group.

Основной чертой ESG-стратегий европейских брендов одежды является стремление к комплексному подходу, охватывающему различные аспекты устойчивости: экологическую чистоту продукции, энергетическую эффективность, переработку материалов и соблюдение трудовых стандартов. Бренды демонстрируют ответственность в отношении окружающей среды, что отражается в стратегиях управления отходами, использовании возобновляемых источников энергии и инвестициях в новые технологии для повышения устойчивости.

Важным элементом стратегий является прозрачность в отчетности и обязательства в области прав человека, что демонстрирует их позитивный вклад в общественные и экологические инициативы.

По сравнению с Европой, процесс внедрения ESG-технологий в индустрию моды России протекает медленнее. Европейские fashion-бренды проявляют более высокую готовность инвестировать в стартапы, способствующие экологической устойчивости. Например, Inditex инвестирует в стартап CIRC, выпускающий технологическую систему, которая возвращает одежду обратно к сырью, из которого она была изготовлена [3]. H&M создала лабораторию под названием H&M CO:LAB, которая поддерживает новаторов и стартапы в совместных проектах по развитию циркулярного производства, начиная с проверки концепций на ранних стадиях и заканчивая капсульными коллекциями [1].

Однако в последние годы наблюдается повышение интереса к устойчивой моде на российском рынке. Компания Melon Fashion Group, владеющая брендами Zarina, Love Republic, Sela и Befree, начала активно внедрять программы по устойчивому развитию в свою деятельность с 2019 г. [2]. Холдинг стал первой среди российских fashion-ритейлеров компанией, разработавшей ESG-стратегию. Важным решением стало внедрение экологически предпочтительных материалов в производство одежды, что приближает Melon Fashion Group к стандартам ESG, которые применяют ведущие европейские бренды.

В области социальной ответственности Melon Fashion Group также предпринимает конкретные шаги. Например, в 2022 г. ZARINA запустила проект #СИЛАВНАС о безграничных возможностях женщин, а Sela и «Работа-i» создали проект по профориентации для детей с ограниченными возможностями.

Важно также отметить прозрачность компании в отношении своей деятельности. Публикация ежегодных отчетов свидетельствуют о стремлении компании предоставлять обширную информацию о своей деятельности и прогрессе в сфере устойчивости.

Российские бренды примерно в равной степени сосредоточены на всех трёх ESG-аспектах, в то время как европейские фокусируются преимущественно на климатической устойчивости. Переход к устойчивому развитию представляет собой глобальный тренд, и Россия может внести свой вклад в формирование более устойчивой и ответственной отрасли моды, выстроенной на принципах экологии, социальной справедливости и управления корпоративной ответственностью.

Литература

1. H&M Group. Innovation. URL: <https://hmgroup.com/sustainability/leading-the-change/innovation/>.

2. Melon представляет ESG-стратегию. URL: <https://www.melonfashion.ru/news/detail/melon-predstavlyaet-esg-strategiyu/>.

3. Zara partners with Circ to launch first-of-its-kind collection made using recycled polycotton blended textiles. URL: <https://www.zara.com/integration/pressapi/multimedia/30/ee/3014ebc9486d8a1b257c21580507_original.pdf>.