

# КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

На первый взгляд, тема устойчивого развития имеет мало пересечений со страховым бизнесом. Однако, как показывает опыт Zurich Insurance Group (Zurich), во многих странах мира страховщики играют важную роль в поддержке концепции устойчивого развития. Об этом опыте рассказывает Марина Сотова, генеральный директор АО СК «Цюрих»

## ДАТЬ МОДЕ ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

Термин «устойчивое развитие» впервые прозвучал в 1980 году в докладе Всемирной комиссии ООН по окружающей среде и с тех пор прочно вошел в глобальную повестку как государств, так и бизнес-сообществ. Пережив дискуссии и уточнения, новое понятие приобрело современное звучание и смысл — это такое развитие, при котором текущая деятельность и удовлетворение потребностей современного общества не наносит вреда для последующих поколений, а находит баланс между ними.

В 2015 году вопросы концепции устойчивого развития вышли за рамки исключительно экологической тематики. «Повестка дня в области устойчивого развития на

период до 2030 года», принятая 193 государствами — членами ООН, содержит 17 глобальных целей: от обеспечения всеобщего доступа к образованию и гендерного равенства до рациональных моделей потребления и производства, сохранения стабильности социальных и культурных систем.

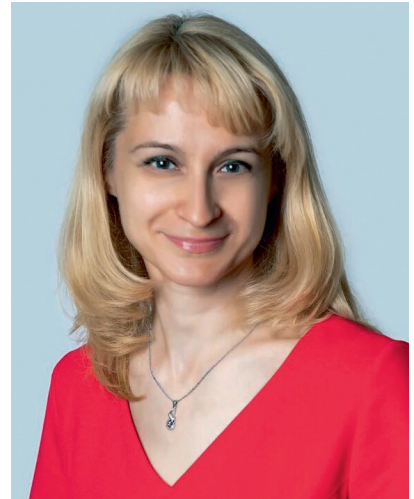
В большинстве стран мира тема устойчивого развития серьезно внедряется международными бизнес-сообществами. Принимая решения о партнерстве и сотрудничестве, они учитывают критерии ESG. Это относится и к страховым компаниям: страховщики внедряют принципы ESG в свою деятельность, например, интегрируют вопросы ESG в процесс управления инвестициями, вносят изменения в свои андеррайтинговые политики, чтобы

помочь своим клиентам сделать их более «чистыми» и экологичными, применяют практики корпоративного управления, заботятся о физическом и ментальном здоровье своих сотрудников, об их будущем развитии, используют проактивный подход к управлению кибербезопасностью для снижения киберрисков для своей компании и для клиентов, занимаются благотворительностью.

В России идеи устойчивого развития только прокладывают свой путь к основам государственной политики, общественному мнению и интересам бизнеса. Однако это не значит, что вопросы рационального отношения к возобновляемым и невозобновляемым ресурсам для нас неактуальны, особенно с учетом количества регионов, подверженных природным катастрофам, уровня развития химии, нефтехимии и других факторов. Российским компаниям предстоит лучше понять глобальные цели устойчивого развития, адаптировать их к своим локальным интересам и выработать сбалансированную стратегию, учитывающую роль и вклад различных субъектов экономики и общества, в том числе — страховщиков.

Общество сталкивается со все более взаимосвязанными и сложными экологическими, социальными и управленческими проблемами. Страховая отрасль не может быть сторонним наблюдателем, и там, где это необходимо, она должна играть свою роль в решении этих проблем в качестве управляющего рисками. Неспособность сделать это может иметь пагубные последствия для общества, доверия заинтересованных сторон и репутации страховой отрасли и ее клиентов. Именно поэтому Группа Zurich, работая со своими корпоративными клиентами и брокерами, стремится продвигать передовой опыт в управлении экологическими, социальными и управленческими рисками.

В контексте устойчивого развития одна из важных задач корпоративного управления — обеспечение устойчивости рабочих



**Марина Сотова**

*Генеральный директор  
АО Страховая компания «Цюрих»*

мест. В условиях быстрых изменений и глобальной цифровизации необходимо адаптировать рабочие места и обучать людей так, чтобы они оставались нужными обществу. Иными словами, людям нужно готовить к работе в новых условиях. Хороший пример — переход на удаленный режим в период пандемии. Мы никогда не думали, что сможем работать вне офиса длительное время без ущерба для качества обслуживания наших клиентов и финансового результата. Группа Zurich много инвестирует в развитие сотрудников и цифровизацию, поэтому мы перешли на удаленную работу достаточно легко.

Социальная ответственность — понятие довольно широкое, охватывает и благотворительность, и оценку влияния собственной деятельности на местные сообщества, окружающую среду, сотрудников и многих других. Одно из направлений Фонда Zurich (Zurich Foundation) — поддержка уязвимых групп населения в соответствии с целями устойчивого развития. Для России, как социально ориентированного

государства такой подход особенно важен, так как у нее есть собственный богатый опыт реализации программ корпоративной социальной ответственности, относительно развит некоммерческий сектор.

С точки зрения экологического управления страховые компании могут выступать как минимум в двух ролях. Страховщики — профессиональные эксперты в оценке рисков. Наша компания рекомендует риск-менеджмент как инструмент, помогающий правильно оценить риск и предоставляя рекомендации по управлению риском. Мы готовы предоставить свои экспертные знания всем, кому они нужны: государству, предпринимателям, общественности, гражданам.

Например, в Группе Zurich создана Служба по обеспечению устойчивости к изменению климата, где собраны эксперты по климатическим рискам. Страховая компания помогает предприятиям лучше понимать риски, составлять карты своего воздействия на окружающую среду на глобальном и региональном уровне, а также предлагает способы снижения рисков, связанных с погодой — лесными пожарами, наводнениями и др.

Другой пример — группа быстрого реагирования на чрезвычайные экологические ситуации. В Северной Америке ее силами обеспечивается поддержка клиентов 365 дней в году. В случае угрозы разлива нефти на место выезжает бригада — по аналогии с аварийным комиссаром при ДТП. Эксперты Группы принимают решения и дают рекомендации по минимизации убытков, в том числе — ущерба окружающей среде. Подчеркну, что это именно ответственный подход со стороны бизнеса. В таких ситуациях Группа Zurich выступает как некий центр компетенций, обеспечивает связь с МЧС или аналогичными службами.

Вторая доступная страховым компаниям роль заключается в побуждении клиентов адаптировать новую модель поведения для устойчивого развития.

Страховщики могут стимулировать предприятия снижать влияние на окружающую среду, в том числе предлагая специфические страховые продукты. Страховщики могут выбирать в качестве клиентов только те предприятия, которые не только декларируют, но и реально выполняют программы снижения выброса парниковых газов и других вредных веществ. Группа Zurich, например, не принимает на страхование риски компаний, более 30 % выручки которых приходится на работу с «грязным» углем. Кстати, уже есть и российские страховщики, идущие таким путем.

## УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И СТРАХОВОЕ СООБЩЕСТВО

Страховщики играют важную роль в обществе, и с этим тезисом сегодня согласны все. С одной стороны, страховые продукты являются распространенным набором услуг, с другой — выполняют социальную и стабилизирующую функцию, принимая на себя риски клиентов, предоставляя в том числе поддержку в случае катастрофических убытков. Но есть нюанс — в нашей стране преобладает не страховая, а государственная поддержка в связи с самыми разными природными и техногенными происшествиями.

Тем не менее, с учетом мировой практики и российской специфики, страховые компании могут вносить многогранный вклад в устойчивое развитие и как бизнес, и как субъект социальных и экономических отношений. В своей основе страхование всегда было направлено на то, чтобы помочь другим преодолеть трудности, преодолеть новые вызовы или защитить то, что для них важно. Для Группы Zurich эта цель прослеживается на протяжении всей истории. Уже в 1870-х годах мы страховали рабочих, столкнувшихся с новыми рисками и травмами в ходе промышленной революции. Мы начали предлагать страхование автогражданской ответственности для нового вида транспорта — автомобилей — за 10 лет

до того, как первый Ford Model T сошел с конвейера завода. В 1920-х годах мы стали первым европейским страховщиком жизни, предложившим страхователям бесплатное медицинское обследование. Заглядывая в будущее, учитывая сложность и масштаб проблем, с которыми сталкивается наш современный мир, требуется достигать более амбициозных задач. У нас есть опыт, возможности и дух, чтобы внести еще больший вклад. Именно поэтому в конце 2017 года Группа Zurich определила цели в области устойчивого развития и стремится стать одним из самых устойчивых и влиятельных страховщиков в мире. Были определены основные темы, которые имеют существенное значение для будущего Группы Zurich: борьба с изменением климата, обеспечение положительного влияния на мир и общественность, кибербезопасность и поддержка наших сотрудников и клиентов во времена больших перемен и преобразований.

## ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ПРАКТИКЕ

Успех концепции устойчивого развития в том, чтобы ее придерживались все. Мы прекрасно понимаем, что в одиночку страховщики ничего изменить не смогут — только вместе, обсуждая свои действия в страховом сообществе на разных уровнях, можно достичь целей.

Наша компания страхует в России много крупных предприятий — чисто российских и с участием иностранного капитала. Страхуем разные риски — имущественные, строительно-монтажные, финансовые, экологические и др. В контексте темы устойчивого развития хотела бы обратить внимание на страхование экологических рисков.

Интерес к таким продуктам растет, но пока на уровне оценки потенциала и интереса клиентов. Происходит постепенное согласование интересов — что необходимо для покрытия рисков клиенту, что может предложить страховщик. Но, думаю, после

крупных происшествий в 2020 году многим стала очевидной необходимость покрытия таких катастроф страховым рынком.

Что для этого необходимо? Продумать и предложить клиентоориентированные продукты, учитывающие потребности предприятий, государства, особых территорий, разработать методики и рассчитать возможные риски. Например, в Группе Zurich применяют моделирование способов снижения риска и на базе расчетных моделей оценивают воздействие предприятия на окружающую среду и перспективы с учетом изменения технологий.

Экология, социальная ответственность, обеспечение устойчивости рабочих мест, защита уязвимых групп населения, борьба с нищетой и голодом, образование — эти направления понятны, по каждому в Группе Zurich идет детальная работа. А к 2050 году компания планирует сформировать полностью нейтральный портфель по углероду.

Но важно понимать: клиенты будут прислушиваться к рекомендациям страховщиков и предпримут какие-то действия для снижения своего воздействия на окружающую среду, только если будут доверять страховой компании, а страхование станет востребованным элементом защиты от рисков. Это возможно в условиях, когда компании следуют постулату «клиент — в центре работы компании во всех смыслах».

В Группе Zurich постоянно оценивают удовлетворенность клиента обслуживанием. На этапе андеррайтинга важно максимально объективно оценивать ситуацию, объяснить ответственность за принятые риски. Но если мы берем клиента на страхование, значит понимаем — в случае, когда нужна поддержка страховщика, клиент ее всегда получит.

У российского рынка есть еще большой потенциал развития культуры клиентоориентированности, а также решений по управлению рисками, которые бы помогли клиентам адаптировать новую модель для устойчивого развития.