



ЛИГА
ЗЕЛЕННЫХ
БРЕНДОВ

РОССИЙСКИЕ ЗЕЛЁНЫЕ БРЕНДЫ: КРИТЕРИИ ИСТИННОСТИ



«ТОВАР ЛИЦОМ» ≠ РЕАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ БРЕНДА





КРИТЕРИИ ЛИГИ: ТРИ БЛОКА И ДВА ЭТАПА

БЛОК УНИВЕРСАЛЬНЫХ: 20 КРИТЕРИЕВ

Качество корпоративного управления

Глубина экологического следа

Влияние на социальное развитие

Бренд самостоятельно может пройти процедуру самооценки по 1 блоку универсальных критериев на сайте greenbrands.ru

Задача: определить достаточность использования устойчивых принципов и технологий в процессе производства товара/услуги, чтобы бренд мог вступить в Лигу

8 КРИТЕРИЕВ

9 КРИТЕРИЕВ

3 КРИТЕРИЯ

Для вступления в Лигу нужно набрать 12 из 20 критериев



КРИТЕРИИ ЛИГИ: ТРИ БЛОКА И ДВА ЭТАПА

БЛОК РАСШИРЕННЫХ 25 + КРИТЕРИЕВ

Качество корпоративного управления

Глубина экологического следа

Влияние на социальное развитие

Бренд заполняет анкету с ответами на вопросы 2 блока расширенных критериев.

Оценка бренда по 2 блоку проводится Экспертным советом Лиги

Задача: выявить степень развития и внедрения принципов устойчивости бренда

**Универсальные дополнительные:
(для всех отраслей)**

**Секторальные специфические:
(существенные темы по каждой отрасли)**



НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЛИГИ ЗЕЛЁНЫХ БРЕНДОВ В 2021 ГОДУ





ЛИГА
ЗЕЛЕННЫХ
БРЕНДОВ

**БЛАГОДАРИМ
ЗА ВНИМАНИЕ**