**Предложения по подготовке Концепции по предоставлению и раскрытию финансовыми организациями информации об учете экологических, социальных факторов и факторов корпоративного управления в процессе предложения финансовых продуктов и услуг клиентам (далее – Концепция)**

***Предпосылки работы над Концепцией:***

1. Подготовка Концепции является первым шагом к разработке Методических рекомендаций по предоставлению и раскрытию финансовыми организациями (далее – ФО) информации об учете экологических, социальных факторов и факторов корпоративного управления в процессе предложения финансовых продуктов и услуг клиентам (далее – Методические рекомендации).
2. Подготовка Концепции является частью большого плана действий ЦБ в сфере ESG, который предусматривает разработку также иных документов, на данном этапе преимущественно рекомендательных (например, «Рекомендации по раскрытию ПАО нефинансовой информации», «Рекомендации по учету экологических, социальных аспектов и аспектов корпоративного управления советом директоров (наблюдательным советом) в деятельности ПАО» и др.), а впоследствии, видимо, также и нормативных (например, по нефинансовой отчетности финансовых организаций). Необходимо обеспечить гармонизацию Концепции (и в дальнейшем – Методические рекомендаций) с этими иными документами.
3. Концепция должна содержать рекомендации как по раскрытию информации финансовыми организациями для неопределенного круга лиц, так и по предоставлению конкретной информации конкретному клиенту ФО в ходе адресного общения с ним.
4. Концепция имеет несколько различных функций:
   1. напоминать финансовым организациям, что именно они должны не забывать сообщать клиентам при предложении продуктов и услуг, имеющих ESG-аспекты;
   2. предостерегать ФО от предоставления неверной и / или вводящей в заблуждение информации о ESG-аспектах;
   3. помогать ФО выстраивать правильные отношения с клиентами, откликаться на их запросы относительно продуктов и услуг, имеющих ESG-аспекты.

Это не означает, что в структуре Концепции должны быть такие разделы, но все эти функции необходимо учитывать при написании материала.

1. Как отмечено в Рекомендациях по раскрытию ПАО нефинансовой информации, существуют такие важные принципы, как «Объективное, сбалансированное по составу и простое для восприятия представление информации» и «Необходимый и достаточный объем раскрываемой информации». Они должны быть применимы и в рамках Концепции.

Разным клиентам будет в разной степени интересно узнавать о вовлеченности своего банка или управляющей компании в проблематику ESG, равно как и о наличии ESG-факторов в предлагаемом ему финансовом продукте / услуге, - в зависимости от отношения самого клиента к проблематике ESG, от суммы и срока вложений, от влияния ESG-факторов на доходность, надежность и ликвидность инструмента или на условия обслуживания кредита, от уровня финансовой образованности клиента и т.п. Поэтому следует отразить в Концепции, что всё представление соответствующей информации должно быть соразмерно реальной заинтересованности конкретного клиента в такой информации, а перегружать клиента избыточной для него информацией не следует. Уважение к клиенту – один из аспектов ESG.

***Принципы работы над Концепцией:***

1. Круг финансовых организаций, которые должны охватываться Концепцией:
   1. банки
   2. профессиональные участники рынка ценных бумаг:
      1. управляющие
      2. инвестиционные советники
      3. брокеры (как минимум в части аналитического покрытия)
   3. управляющие компании ПИФ и НПФ
   4. негосударственные пенсионные фонды
   5. страховые организации
   6. ~~микрофинансовые организации (?)~~
   7. инфраструктура:
      1. депозитарии (?)
      2. спецдепозитарии (?)
      3. платежные системы (?)
      4. рейтинговые агентства (?) – по крайней мере, в части рейтингов ESG
      5. биржи (?)
      6. клиринговые организации (?)
2. Круг клиентов ФО, на взаимодействие с которыми ориентирована Концепция:
3. физические лица
4. юридические лица
5. Круг рассматриваемых продуктов и услуг:
6. Инвестиционные услуги:
7. управление ценными бумагами (раздельно для стандартных и индивидуальных стратегий)
8. инвестиционное консультирование (как предоставление инвестиционных рекомендаций)
9. предоставление аналитических исследований
10. предложение финансовых инструментов разными участниками рынка (брокеры, страховые компании, банки-агенты)
11. ~~прием и исполнение поручений клиентов (?)~~
12. НПО / ОПС
13. Финансовые инструменты (могут затрагиваться в рамках разных инвестиционных услуг):
14. акции и депозитарные расписки на акции
15. облигации, в том числе структурные облигации и облигации со структурным доходом
16. паи паевых инвестиционных фондов и ETF
17. производные финансовые инструменты
18. инвестиционные и накопительные продукты страхования жизни
19. сложные комбинированные продукты (предполагающие совокупность финансового инструмента и иного продукта, например, депозита)
20. Сберегательные продукты/услуги (депозиты)
21. Расчетные продукты/услуги (банковские карты, счета, электронные кошельки и др.)
22. Страховые продукты/услуги, - иные кроме ИСЖ / НСЖ (*которые упомянуты в группе инвестиционных инструментов)*
23. Кредитные продукты/услуги:
24. кредиты бизнесу
25. потребительские кредиты
26. ипотечные кредиты гражданам
27. ~~займы МФО~~
28. ~~Организация эмиссии для компаний~~
29. Инфраструктурные услуги (?) и др.
30. Типы информации о ESG-факторах:
31. информация о ESG вообще, его значимости для финансового рынка, экономики вообще и человечества в целом – если клиент интересуется проблематикой, но не знает ее;
32. информация об учете ESG-факторов самой финансовой организацией в своей деятельности – как ее нефинансовая отчетность или часть такой отчетности;
33. информация об ESG-характеристиках инвестиционного инструмента (ценной бумаги, дериватива, контракта), инвестиционной стратегии, инвестиционного портфеля, предлагаемых инвестору;
34. информация об ESG-свойствах кредита, который берет клиент *(если это «зеленый», «социальный» или «устойчивый» кредит бизнесу, то, видимо, финансовой организации целесообразно или даже необходимо также собирать информацию об ESG-факторах в деятельности самого клиента, - но это уже некий консалтинг в сфере ESG, и, видимо, не предмет данного Документа)*,
35. информация об ESG-свойствах облигаций, эмиссию которых ФО организует для клиента;
36. информация об ESG-свойствах иных финансовых продуктов и услуг (сберегательных, страховых, расчетных, инфраструктурных и проч.)
37. В Концепции следует отразить не только позитивные примеры и рекомендации, но и негативные, т.е. должны быть упомянуты различные формы недобросовестного поведения в части ESG-информации – greenwashing всякого рода *(не в качестве отдельного раздела, а в разделах о конкретных продуктах и услугах*). В ОБЩЕМ ВИДЕ, БЕЗ КОНКРЕТНЫХ КЕЙСОВ
38. В Концепции следует указать, что ФО рекомендуется предоставлять / раскрывать информации не только о возможностях, предоставляемых ESG-инструментами, но и о различных рисках, связанных с ESG (например, возможность более низкой доходности «зеленых» финансовых инструментов для инвестора), а также с недостаточностью присутствия ESG в деятельности ФО или в конкретном финансовом продукте / услуге *(не в качестве отдельного раздела, а в разделах о конкретных продуктах и услугах).*
39. Наряду с «зелеными» / «социальными» / «устойчивыми» финансовыми продуктами и услугами на российском рынке еще долго будут существовать «обычные» («коричневые») финансовые продукты и услуги. Надо ли рекомендовать ФО при предложении таких продуктов и услуг подчеркивать их «коричневый» характер? Нам видится, что нет, по крайней мере пока. Соответственно все последующие формулировки о предоставлении информации о ESG-факторах, ESG-свойствах, ESG-характеристиках относятся только к случаям, когда это в принципе применимо.
40. При предложении «зеленых» продуктов и услуг, для которых у данной ФО есть «коричневые» альтернативы, можно посоветовать ФО предоставлять клиентам сравнительную информацию о достоинствах и недостатках тех и других продуктов и услуг (например, в табличной форме, если это применимо). НА УСМОТРЕНИЕ ПРОВАЙДЕРА
41. Важный вопрос – как именно будут помечаться «зеленые» продукты и услуги при их предложении, чтобы клиент мог сразу отличать их от «коричневых». Например, «зеленые», «социальные», «устойчивые» облигации должны торговаться на бирже в отдельном секторе, и для них может быть установлена специальная маркировка, но в мобильных приложениях банков и брокеров по торговле на фондовом рынке это может не отображаться в явном виде. Было бы целесообразно договориться о некоторых общих принципах в предоставлении такой информации разными ФО. При наличии паспорта финансового инструмента, возможно, целесообразно включать в него краткое упоминание («маркер») о наличии или отсутствии у ESG-факторов у данного инструмента. НА УСМОТРЕНИЕ ПРОВАЙДЕРА
42. Представляется, что Концепция должна максимально возможным образом опираться на другие документы в сфере ESG и не создавать новых сущностей без крайней необходимости. В этой связи вызывает сомнение идея подготовки в рамках этой Концепции какого-либо глобального «глоссария» или «справочника» по ESG-терминологии. Термины, уже определенные в других документах (например, в Рекомендациях по раскрытию ПАО нефинансовой информации), должны прямо заимствоваться из этих других документов. В Концепции целесообразно дать определения только тех терминов, которые специфичны именно для целей предоставления информации клиентам. ДА
43. Вопросы для обсуждения:
44. Целесообразно ли включить в Концепцию (или в Методические рекомендации) кейсы с примерами «лучших практик» в сфере раскрытия / предоставления информации по ESG финансовыми организациями? НЕТ
45. Стоит ли где-то говорить о возможности «зеленой маркировки» самих клиентов, о возможности учета «зеленых предпочтений» клиентов в программах лояльности, осуществляемых ФО, и т.п.? НЕТ

***Возможная структура Концепции****:*

1. Введение. Общие положения о ESG и почему это очень важно для ФО и их клиентов, включая ссылки на международный опыт (*коротко; можно попробовать написать так, чтобы сотрудники ФО при желании могли использовать соответствующий текст как скрипт при общении с клиентами)*
2. Цели и задачи Концепции. Соотношение Концепции с другими российскими и международными документами в сфере ESG (включая таксономии, методические рекомендации, регуляторные нормы), ссылки на них
3. Раздел 1. Предоставление финансовой организацией клиенту информации об учете ESG-факторов в своей собственной деятельности:

- если ФО что-то делает в сфере ESG (имеет утвержденную стратегию, готовит нефинансовую отчетность, имеет ESG-рейтинг или оценку своей ESG-деятельности по какой-либо публичной методике, реализует конкретные меры в сфере охраны окружающей среды, заботы об экологии, поддержки социально уязвимых групп и т.п.), ей рекомендуется рассказать об этом клиенту;

- такая информация должна быть достоверной, понятной и необременительной для клиента, должна предоставляться в разумном объеме исходя из запросов и интереса клиента;

- не следует вводить клиента в заблуждение относительно реальных масштабов использования или учета ESG-факторов в деятельности ФО;

- если ФО ничего не делает в сфере ESG, ей рекомендуется сообщить о причинах такого поведения.

1. Раздел 2. Предоставление финансовой организацией информации об ESG-характеристиках инвестиционного инструмента, инвестиционной стратегии, инвестиционного портфеля, предлагаемых клиенту-инвестору (если применимо), в том числе:
2. при заключении или изменении договора доверительного управления ценными бумагами, позиционируемого как ESG-ориентированный (указывать, какая доля портфеля будет формироваться за счет зеленых / социальных / устойчивых ценных бумаг, как будет верифицироваться указанный статус ценных бумаг, какие возможности и риски по сравнению с обычными договорами доверительного управления предоставляет инвестору этот ESG-ориентированный договор, и т.п.) – также разделить для стандартных и индивидуальных стратегий
3. при осуществлении инвестиционного консультирования (в ходе профилирования клиента выяснить его отношение к ESG, если клиент высказал заинтересованность в этих вопросах – при предложении каждого инвестиционного инструмента или инвестиционной стратегии указывать, являются ли они зелеными / социальными / устойчивыми или нет, если являются – то отмечать, какие возможности и риски по сравнению с обычными инструментами / стратегиями)

- ДОБАВИТЬ ЗДЕСЬ ПРО АВТОСЛЕДОВАНИЕ

1. при предоставлении клиенту аналитических исследований по ценным бумагам и ПФИ со стороны брокера (указывать, являются ли эти ценные бумаги или ПФИ зелеными / социальными / устойчивыми, какие возможности и риски по сравнению с обычными ценными бумагами и ПФИ предоставляют инвестору эти инструменты) ПОД ВОПРОСОМ, ТАК КАК РЕГУЛИРОВАНИЕ АНАЛИТИКИ ПРАКТИЧЕСКИ ОТСУТСТВУЕТ
2. при предложении финансовых инструментов клиенту разными участниками рынка (брокеры, страховые компании, банки-агенты) указывать ESG-статус этих финансовых инструментов, при необходимости разъяснять, как будет верифицироваться указанный статус, какие возможности и риски по сравнению с аналогичными «коричневыми» финансовыми инструментами предоставляет инвестору данный ESG-ориентированный финансовый инструмент ) ПОД ВОПРОСОМ,
3. ~~при приеме и исполнении поручений клиентов на приобретение / реализацию ценных бумаг, заключение / прекращение договора, являющегося ПФИ~~ – ИСКЛЮЧИТЬ
4. при заключении договоров негосударственного пенсионного обеспечения или обязательного пенсионного страхования с НПФ (указывать, какая доля пенсионных резервов / пенсионных накоплений НПФ будет формироваться за счет зеленых / социальных / устойчивых ценных бумаг, как будет верифицироваться указанный статус ценных бумаг, какие возможности и риски по сравнению с обычными договорами НПО / ОПС предоставляет инвестору этот ESG-ориентированный договор, и т.п.) – ОБСУДИТЬ С НПФ
5. при приобретении паев ПИФов у управляющей компании ПИФ или ее агента (указывать, является ли ПИФ зеленым / социальным / устойчивым, какие возможности и риски по сравнению с обычными ПИФами предоставляет инвестору этот ПИФ)
6. при заключении договоров инвестиционного или накопительного страхования жизни со страховой организацией или ее агентом (указывать, какая доля портфеля будет формироваться за счет зеленых / социальных / устойчивых ценных бумаг, как будет верифицироваться указанный статус ценных бумаг, какие возможности и риски по сравнению с обычными договорами инвестиционного или накопительного страхования жизни предоставляет инвестору этот ESG-ориентированный договор, и т.п.)

*- Надо ли в структуре Раздела 2 более отчетливо «развести» продукты и услуги?* – ВИДИМО, НЕТ

*- Отметить, что если в отношении предоставления клиентам тех или иных продуктов / услуг существуют Базовые стандарты СРО, то в перспективе соответствующие положения могут быть перенесены в такие Базовые стандарты.* – ЧЕТКО НЕ ВЫСКАЗАЛИСЬ ЗА ИЛИ ПРОТИВ

*- Если для финансового инструмента существует Паспорт финансового инструмента, возможно, целесообразно включать в него краткое упоминание («маркер») о наличии или отсутствии у ESG-факторов у данного инструмента.* – ЧЕТКО НЕ ВЫСКАЗАЛИСЬ ЗА ИЛИ ПРОТИВ

1. Раздел 3. Предоставление финансовой организацией информации об ESG-свойствах кредита, который берет клиент (если применимо):
2. кредита для бизнеса (объяснить, в чем именно заключается «зеленый» / «социальный» / «устойчивый» характер кредита, какие возможности и риски по сравнению с обычными кредитами он предоставляет заемщику; в частности, клиенту надо объяснить, что при получении «зеленого» / «устойчивого» кредита он должен будет предоставлять дополнительную отчетность, в том числе о целевом использовании полученных средств)

ПОКА НЕТ СТАНДАРТОВ, СЛОЖНО ГОВОРИТЬ О «ЗЕЛЕНОСТИ» ИНСТРУМЕНТОВ.

1. ипотечного кредита
2. потребительского кредита
3. ~~займа МФО (?)~~ ИСКЛЮЧИТЬ
4. ~~Раздел 4. Предоставление финансовой организацией информации об ESG-свойствах облигаций, эмиссию которых ФО организует для клиента -~~ ИСКЛЮЧИТЬ

Раздел 5. Предоставление финансовой организацией информации об ESG-свойствах иных финансовых продуктов и услуг, предлагаемых клиенту (если применимо):

1. при заключении договора банковского вклада
2. при заключении договора банковского счета
3. иные расчетные инструменты (электронные кошельки)
4. при заключении договора страхования (кроме ИСЖ, НСЖ)
5. при заключении иных договоров с финансовыми организациями (платежные системы, депозитарии и спецдепозитарии и др.)

ПРЕЖДЕ ВСЕГО ПОДУМАТЬ О ПРЕДОТВРАЩЕНИИ ГРИНВОШИНГА – В ЭТОМ БЛОКЕ В СРЕДНЕМ ПОТЕНЦИАЛЬНО НАИМЕНЕЕ ГРАМОТНЫЕ КЛИЕНТЫ

1. Формы контроля за достоверностью предоставляемой информации
   * 1. рекомендовать публиковать соответствующую отчетность ЧЕТКО НЕ РЕШИЛИ, ЧТО ЗДЕСЬ ДОЛЖНО БЫТЬ
     2. ~~поведенческий надзор регулятора~~
     3. ~~общественный контроль~~

НЕ НАДО ПУГАТЬ КОМПАНИИ

1. Рекомендации ФО о необходимости подготовки сотрудников, разбирающихся в проблематике ESG, для диалога с клиентами (уровень знаний, компетенции, сертификаты, повышение квалификации и т.д.)

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ, ЧТО НАДО УЧИТЬ ЛЮДЕЙ, - БЕЗ ДЕТАЛЕЙ.

1. Приложения *(по необходимости).*