

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО БОРЬБЕ С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА

Про этот документ

- Такие рекомендации может использовать компания, которой хочется внести положительный вклад в борьбу с изменением климата. При этом компания в долгосрочной перспективе повысит свою привлекательность для работников, инвесторов и клиентов.
- С другой стороны, таким рекомендациям может следовать инвестор, который приобретает компанию и задумывается над ее развитием в условиях изменения климата и ответа на него.
- Иные материалы по устойчивому развитию вы можете найти на нашем сайте: <https://www.buzko.legal/practices-ru/sustainable-development>.

Мы полагаем, что работу компаний в области изменения климата нужно проводить по нескольким направлениям:

1. Корпоративное управление;
2. Внутренняя экологичность;
3. Работа с сотрудниками;
4. Осуществление инвестиций;
5. Привлечение инвестиций.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Если компания впервые в своей истории решила присоединиться к тренду на экологичность, то ей в первую очередь необходимо провести стратегическое совещание менеджмента и собрание акционеров/участников, на которых следует обсудить следующие вопросы:

1. как удержать старых клиентов, заявляющих о желании видеть компанию более социально ответственной;
2. как приобрести новых клиентов, вплотную интересующихся вопросами изменения климата, и завоевать лояльность такой требовательной аудитории;
3. как получить новых инвесторов и дополнительные инвестиции;
4. в какие продукты и компании инвестировать самим, чтобы обеспечить возврат инвестиций и устойчивый долгосрочный рост сделанных инвестиций;
5. как подготовить компанию к изменениям законодательства, включая радикальные изменения в области климатической политики, и выиграть от таких изменений;

6. как сделать компанию более привлекательным местом работы и обеспечить приток наиболее квалифицированных кадров.

К участию в совещании можно привлечь внешних консультантов в соответствующих областях, которые помогут сделать совещание более предметным и профессиональным. Уже по итогам проведенных совещаний появится первичное понимание того, что нужно делать.

Если компания понимает, что она готова инвестировать в улучшение своей экологичности с возможным возвратом вложенных ресурсов в отдаленном или не очень будущем, то в области корпоративного управления можно сделать следующее:

1. принятие внутренних политик по улучшению собственной экологичности – цели и меры по снижению потребления первичной энергии, сортировке мусора и тп (для примера можно посмотреть [политику Goldman Sachs](#) и [заявление Black Rock](#));
2. необходимо разработать политики, которые будут налагать новые фидуциарные обязанности перед акционерами/участниками и обществом на представителей менеджмента – обязанности учитывать ESG-факторы при принятии решений, предоставлять мотивированные отчеты о том, как именно такие факторы были учтены, обеспечивать публичную и достоверную отчетность о деятельности компании, затрагивающей вопросы ESG, на регулярной основе;
3. публичная отчетность может предоставляться по следующим вопросам:
 - информация об осуществленных компанией инвестициях в сторонние проекты, включая проекты с большим углеродным следом или высокими рисками для ESG (размер инвестиций, срок возврата, конкретные договоренности – все это также можно отразить в отчетности);
 - информация о привлеченном инвестировании и расходовании инвестиций на конкретные цели;
 - информация об осуществленных компанией выбросах за год;
 - информация о компенсированных компанией выбросах за год (будь это за счет посадки деревьев, инвестирования в ВИЭ или фактического снижения выбросов);
 - информация о достижении/недостижении компанией собственных поставленных целей по энергоэффективности, сортировке мусора, потреблению электричества и тп;
 - информация о голосовании компанией за/против кандидатур директоров дочерних юридических лиц и об отзыве директоров таких юридических лиц, не справившихся с взятыми на себя обязательствами в ESG.

4. любая отчетность может быть верифицирована независимым третьим лицом, что добавит веса и достоверности такой отчетности;
5. любая отчетность может быть предоставлена в электронной форме;
6. постоянный мониторинг лучших экологических практик и изменений законодательства – мир быстро меняется, поэтому принятые компанией политики могут безнадежно устареть уже через 2 года. Такой мониторинг можно поручить конкретному сотруднику или передать на аутсорс внешним консультантам;
7. проведение общих собраний акционеров/участников и совещаний с представителями менеджмента, специально посвященных обсуждению прогресса компании по улучшению ее экологичности, отмене/пересмотру/принятию политик.

ВНУТРЕННЯЯ ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

В этом направлении стоит направить усилия на снижение собственных выбросов компании, что может быть реализовано за счет:

1. повышения энергоэффективности недвижимых объектов под управлением, сертификации офисных зданий, например [International Living Future Institute Zero Carbon](#) и [LEED](#);
2. принятия внутренних политик с целями и мерами по уменьшению потребления на сотрудника воды, бумаги, электричества, пластика;
3. экономии на корпоративных такси и бизнес-поездках, проведения различных встреч и совещаний онлайн;
4. консолидации дата-центров и повышения их энергоэффективности;
5. сортировки мусора на рабочих местах;
6. работы с поставщиками – прописывание экологических и климатических ковенант в договорах с ними, ответственности за неисполнение обязательств в этих областях;
7. посадок деревьев, инвестирования в ВИЭ, покрытия потребностей в энергии за счет ВИЭ.

РАБОТА С СОТРУДНИКАМИ

Как показывают многочисленные исследования, миллениалы (которые формируют сейчас существенную часть глобальной рабочей силы) [остаются](#) привержены компании, если их работа имеет смысл. А фраза “millennials work for a purpose, not for a paycheck” уже почти стала крылатой. Вклад компании в борьбу с изменением климата как раз-таки и создает смысл для ее сотрудников, привлекает сотрудников без использования дополнительных денежных стимулов. За миллениалами идет поколение Z, которое уже сейчас выходит на рынок труда. И хотя исследования их жизненных и поведенческих установок еще ведутся, уже сейчас можно сказать, что поколение Z [боится](#) глобального

потепления больше всего на свете. Так что компании имеет смысл работать над привлекательностью своего бренда и в отношении поколения Z.

Помимо повышения бренда компании в глазах сотрудников за счет улучшения экологичности компании следует реализовывать и иные меры:

1. создавать просветительский контент для сотрудников по вопросам экологии и изменения климата;
2. предоставить работникам право выносить на рассмотрение лицами, принимающими решения в компании, экологических инициатив, исходящих от работников;
3. мотивирование, в том числе финансовое, сотрудников, выполняющих/перевыполняющих заявленные компанией цели по внутренней экологичности;
4. переобучение за свой счет работников, теряющих рабочие места в результате исчезновения/уменьшения количества традиционных «грязных» рабочих мест, перераспределение их на новые места, возникающие в результате улучшения экологичности компании.

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ

Компании необходимо признать, что ESG-риски – это инвестиционные риски в долгосрочной перспективе, а потому не забывать о ESG-факторах и при инвестировании, для чего:

1. принять политики по инвестированию, в которых будет четко отражено, какие отрасли и проекты будут отвечать долгосрочной устойчивости осуществляемых компанией инвестиций, а какие нет;
2. проводить позитивный и негативный скрининг проектов, желающих получить инвестиции, то есть предоставлять финансирование на льготных условиях тем проектам, которые в долгосрочной перспективе работают на ESG, и ограничивать инвестиции в проекты, которые несут в себе значимые риски для ESG (например, можно руководствоваться [принципами ООН](#) или [Экваториальными принципами](#));
3. в отношении уже существующего портфеля компании произвести его ребалансировку – например, избавиться от акций 20% эмитентов с наименее низкими показателями ESG, как это делает Банк Франции;
4. обеспечить более активное участие компании в реализации ей своих прав акционера/участника юрлица, получающего финансирование, в частности, права на голосование против кандидатуры или отзыв директора юрлица, который не исполняет взятые на себя обязательства в области ESG;
5. включить экологические и климатические ковенанты в договоры с получателями инвестиций и предусмотреть ответственность за неисполнение обязательств в этих областях.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ

Все те меры, о которых говорилось выше, должны сами по себе помочь компании привлекать финансирование на более льготных условиях. Если же говорить именно об узкой части привлечения инвестиций как финансировании ESG-инициатив компании, то можно использовать такой инструмент, как выпуск «зеленых» облигаций, то есть облигаций на реализацию уже существующих или потенциальных проектов компаний в области ESG. [Green Bond Principles](#) в помощь.

Если у компании есть возможность торговаться на ведущих зарубежных биржах, то она может привлечь внимание к себе также, если ее акции войдут в индексы самых экологических компаний. Поэтому определенную работу можно проводить по включению в этот индекс.

* * *