Мода прошла, ESG остался

Текст
ЕКАТЕРИНА ЕРМИЛОВА,
ОБОЗРЕВАТЕЛЬ **«Б.О»**



Несмотря на кажущийся спад популярности ESG-повестки на российском финансовом рынке из-за ослабления эффекта новизны, который наблюдался еще в 2021 году, эту тему едва ли можно считать вышедшей из моды или утратившей актуальность. Финансовые организации сами стремятся поддерживать ответственное отношение к экологии, социальным проблемам и прозрачному корпоративному управлению и прививать это отношение своим клиентам и сотрудникам

Насколько глубока ESG-повестка в России

Эксперты рынка полагают, что поворот к принципам устойчивого развития в российском бизнесе (ESG-трансформация) уже необратим. Основу этого процесса поддерживает утвержденная в 2021 году Стратегия социально-экономического развития России до 2050 года, в которой много внимания уделено экологии и которой крупнейшие компании стараются следовать по мере сил.

По данным НРА, количество передовых практик, внедренных компаниями к началу 2024 года, выросло до 61%, тогда как в 2021 году этот показатель составлял лишь 46%. В начале 2025 года агентство опубликовало исследование «ESG-рэнкинг российских организаций финансового сектора», в котором отметило высокий уровень зрелости практик устойчивого развития среди финансовых компаний, особенно в части социальных программ и раскрытия корпоративной информации. Впрочем, интерес к зеленой повестке на финансовом рынке неравномерен.

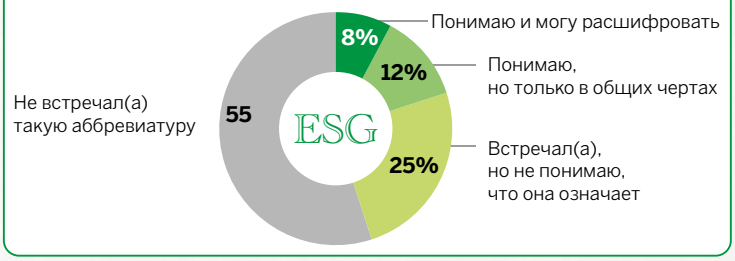
«В связи с отсутствием в России стимулов к выпуску зеленых финансовых инструментов, интерес к зеленому инвестированию остается пока невысоким... С другой стороны, внимание рейтингуемых лиц в производственной сфере обращено на поиск и внедрение зеленых технологий, которые одновременно с уменьшением нагрузки на окружающую среду обеспечат компании рост производительности, экономию ресурсов за счет вторичного использования отходов, а также более высокий уровень автоматизации процессов», — прокомментировал **Сергей Гришунин,** управляющий директор рейтинговой службы НРА.

Глубина проникновения ESG-практик зависит от масштабов компаний. Так, топ-менеджмент крупных и средних банков хорошо понимает тему и интегрирует повестку на уровне стратегии развития в течение уже нескольких лет. Что касается малого и среднего бизнеса, а также подразделений более низкого уровня, то там зачастую имеют лишь общее представление о ESG-практиках в силу недостаточной квалификации и несколько иной расстановки приоритетов

Кроме того, глубина проникновения ESG-практик зависит от масштабов компаний. Так, топ-менеджмент крупных и средних банков хорошо понимает тему и интегрирует повестку на уровне стратегии развития в течение уже нескольких лет. Что касается малого и среднего бизнеса, а также подразделений более низкого уровня, то там зачастую имеют лишь общее представление о ESG-практиках в силу недостаточной квалификации и несколько иной расстановки приоритетов. Для многих представителей МСП такие инициативы представляют собой излишнюю дополнительную нагрузку, так как стоимость внедрения социальных и экологических практик остается достаточно высокой.

Что касается массового потребителя, то ситуация выглядит еще сложнее. По просьбе «Б.О» Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) на собственной платформе «Тет-о-Твет» опубликовало опрос о том, насколько понятна населению аббревиатура ESG. Оказалось, что больше половины участников опроса даже не встречали ее, а четверть не понимают, что она значит. Более молодые участники опроса видят ее чаще, чем более взрослые (57% участникам младше 24 лет, по крайней мере, знаком этот термин), но даже среди них 30% не могут расшифровать, из каких компонентов состоит ESG.

Вопрос из исследования: «Время от времени в новостях, статьях или репортажах можно встретить аббревиатуру «ESG». Понимаете ли вы ее значение?



Фальшивое озеленение

По мере того как в России стабильно растет интерес к ESG-тематике, набирает силу и обратная сторона этой сферы: компании, которые пытаются получить «дополнительные очки» в глазах потребителя не за счет качества, а за счет соответствия модной повестке, прибегают к так называемому гринвошингу. В России этому способствует отсутствие строгого регулирования в зеленой сфере: единственный обязательный стандарт установила в сентябре 2024 года Мосбиржа, обязав эмитентов акций первого или второго уровня листинга рас-

крывать нефинансовую информацию в отчетах или на своих страницах в сети.

«Законодательная база в России в отношении гринвошинга находится в стадии развития. Существующие нормы разрозненны, единой системы нет. Есть системы сертификации, но этот процесс добровольный», — отметила **Елена Жанахова,** управляющий директор по рейтингам структурированного финансирования агентства «Эксперт РА». С ней соглашаются и в НРА, где к тому же отмечают низкий уровень и отсутствие регулярности контроля за соблюдением существующих нормативов, пока государственное регулирование в этой области еще формируется. Из-за подобных факторов риски мошенничества в экологической сфере остаются достаточно высокими.

Страдают от гринвошинга в первую очередь добросовестные компании, которые отвечают требованиям регулятора и продолжают инвестировать в зеленые технологии (что требует дополнительных затрат). Во многом из-за ложной рекламы 32% российских покупателей скептически относятся к маркировкам «эко», отметили в НРА. «Недоверие потребителей приводит к потере конкурентных преимуществ, а рынок устойчивого производства и потребления в России развивается медленнее, чем мог бы», — считает Сергей Гришунин.

Как считают исследователи рынка, для борьбы с гринвошингом в ESG-отчетности финансовых организаций необходимы грамотная и компетентная оценка со стороны аналитиков, а также актуальная методология с учетом рекомендаций ЦБ и лучших международных практик в сфере ответственного финансирования. Рейтинговые агентства ежегодно обновляют метрики и методики, адаптируя их под реалии рынка и учитывая отдельные моменты, в которых может проявляться недобросовестность экологических практик, например наличие в истории компаний спорных ситуаций или претензий к ним со стороны надзорных органов.

Пора включать «зеленый свет»

Большинство представителей рынка согласны с тем, что о ESG-инициативах нужно рассказывать как можно больше. На сайтах многих финансовых организаций можно найти раздел с информацией о том, в каких важных для экологии или общественно полезных инициативах они участвуют и как к ним могут присоединиться партнеры или клиенты. (Кстати, такой раздел есть и на сайте «Б.О» — во вкладке «Соцпрограммы» регулярно появляются новости о благотворительных акциях и мероприятиях компаний финансовой отрасли.)

Страдают от гринвошинга в первую очередь добросовестные компании, которые отвечают требованиям регулятора и продолжают инвестировать в зеленые технологии (что требует дополнительных затрат). Во многом из-за ложной рекламы 32% российских покупателей скептически относятся к маркировкам «эко»

«Так как наша цель — интегрировать цели устойчивого развития через реализацию ESG-принципов непосредственно в деятельность банка, самый короткий путь — это популяризация данного термина, объяснение его простыми словами и демонстрация на конкретных примерах. У нас для этого есть специально созданный раздел на сайте, посвященной ESG-повестке в банке», — рассказала **Светлана Фатхуллина,** начальник службы внутреннего контроля ББР Банка.

Часть банков с конца 2024 — начала 2025 года начали включать в свою отчетность разделы, посвященные ESG-инициативам и объемам ответственного финансирования: их, например, можно найти в открытых отчетах Сбера и ВТБ. Некоторые банки стараются участвовать и в более «массовых» инициативах, которые заинтересуют не только крупных инвесторов, но и рядового клиента.

«Для наиболее эффективного решения экологических задач считаем важным задействовать все возможности — от участия в крупных национальных и международных мероприятиях (ПМЭФ, ВЭФ), где транслируем идеи устойчивого развития, и специализированных форумах «Экология» и «Арктика: настоящее и будущее» до просветительских проектов и участия сотрудников в ресурсосбережении и субботниках», — рассказала **Наталья Кочнева,** старший вице-президент ВТБ. Кроме того, для клиентов и партнеров у ВТБ есть инициатива «Подари лес другу», в которой любой желающий может выбрать и высадить дерево; в рамках проекта высадили уже более 4 млн растений. Наконец, банк поддерживает и масштабные просветительские проекты: например, фотоконкурс Русского географического общества «Самая красивая страна» или документальный фильм «Огненный лис».

Впрочем, что касается массовой аудитории и просветительской деятельности, излишняя навязчивость и чрезмерное упрощение повестки здесь могут принести больше вреда, чем пользы, «так как формируют имидж устойчивого развития как наносной, модной теории, не имеющей широкого практического применения», считает Сергей Гришунин. По его мнению, просветительские программы должны доносить идеи положительного влияния ESG-повестки на качество жизни отдельного человека и на эффективность отечественной экономики в целом.

По всей видимости, интерес участников финансового рынка к ESG-повестке был наконец замечен и регуляторами. Помимо уже упомянутого стандарта Мосбиржи, а также стандарта раскрытия от Минэкономразвития и рекомендаций ЦБ в России еще до конца года может появиться новый единый стандарт ESG-отчетности, критерии которой определят все те же Минэкономразвития и Банк России. Об этом рассказала **Екатерина Абашеева,** директор департамента корпоративных отношений ЦБ, в ходе форума «Ведомостей» по устойчивому развитию в мае 2025 года. Стандарт планируется опубликовать в третьем квартале 2025 года, а раскрытие в части ESG должно начаться с итоговых годовых отчетов. Насколько это будет способствовать популяризации данной повестки в России, еще предстоит увидеть. **Б.О**