

ESG или показалось?

Зеленая тема может быть благом и одновременно ширмой



Текст
ЯНА ШИШКИНА,
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР «Б.О»

В прошлом году американская химическая компания Dow Inc. и правительство Сингапура заявили о программе переработки старых кроссовок в беговые дорожки и детские площадки. В Reuters решили проверить это обещание, поместив скрытые трекеры в 11 пар пожертвованной обуви. В итоге ни одна из пар не пошла на переработку, а вместо этого почти вся обувь с метками ушла на резкспорт в Индонезию через сингапурского сэконд-хэнд-экспортера Yok Imprex Pte. Dow отреагировала на это и 22 февраля 2023 года официально сообщила Reuters, что расследование завершено, Yok Imprex будет удалена из проекта с 1 марта 2023 года. Химический гигант не объяснил, почему экспортер подержанной одежды был вовлечен в извлечение обуви из контейнеров для пожертвований, но сказал, что партнеры программы теперь ищут другую компанию для сбора обуви. «Партнеры проекта не потворствуют любому несанкционированному изъятию или экспорту обуви, собранной в рамках этой программы, и по-прежнему привержены обеспечению целостности процесса сбора и переработки», — говорится в заявлении, которое Dow опубликовал от имени всех спонсоров.

Маркетологи используют разные инструменты, но в последнее время многие стали спекулировать на теме экологии. Хочешь увеличить стоимость продукта — провозгласи его экологичным или хотя бы пообещай, что с каждой продажи ты будешь отчислять процент в некую НКО, которая декларирует, что сажает цветы или спасает китов. За последние годы появились сотни брендов, маркетинговая стратегия которых построена именно на таких принципах.

Опять же не так давно Европарламент проголосовал за обязательную реконструкцию старых домов в целях энергосбережения, подтвердив свою позицию на переговорах по «Директиве об энергоэффективности зданий» (EPBD), которая является частью нового климатического законодательства ЕС, получившего название «На 55 лет». Планируется привести все существующие здания к климатической нейтральности к 2050 году — это около 35 млн объектов. По прогнозу KfW, ремонт старого жилфонда только в Германии составит 254 млрд евро, и эти расходы по большей части лягут на плечи владельцев недвижимости. Наверное, в недалеком будущем европейскую недвижимость будут рейтинговать, как компании, по принципу ESG, что можно трактовать как определенную дискриминацию и финансовые ограничения для ее собственников или пользователей. Это ведь, в свою очередь, может привести к повышению налогов, ограничению на сдачу в аренду, в залог, к занижению цены при продаже.

Швеция недавно запретила размещать пенсионные накопления граждан в фондах, не придерживающихся ESG-политики. То есть новым приоритетом в дополнение к сохранности и доходности, что было базовой целью пенсионных инвестиций, становятся инвестиции в «зеленое». Причем проблема таких решений — не только в рисках для пенсионной системы, но и в ограничении доступа к капиталу для «незеленых» эмитентов.

О реализуемых ESG-стратегиях, мероприятиях и продуктах мы в «Б.О» пишем давно и много, хотя в России это относительно молодой тренд, и хочется, чтобы он стал именно нужным и полезным, а не пришедшей с Запада модой и ширмой в виде маркетинговых стратегий. Пока эффективность мер, невзирая на значительные бюджеты, часто вызывает сомнения. Как выйти из «режима симуляции» и получать от ESG-проектов реальные результаты, финансовые и имиджевые. «Б.О» поговорил с главным идеологом акции «Вода России» Ильей Разбашем (см. с. 54).

Б.О

