

Бизнес и климат: стратегии лидерства в условиях климатических вызовов. Россия, 2016 г.

Обзор глобальных трендов и данных CDP-отчетов ведущих компаний

Март 2016 г.



Соисполнитель проекта

Финансовая поддержка



Из выступления Президента Российской Федерации В.В.Путина на 21-ой Конференции сторон Рамочной конвенции ООН об изменении климата (РКИК ООН) в г. Париже 30 ноября 2015 г.¹

Изменение климата стало одним из самых серьёзных вызовов, с которыми сталкивается человечество. Вызванные глобальным потеплением ураганы, наводнения, засуха, другие аномальные явления наносят всё более ощутимый экономический ущерб, разрушают привычную, сложившуюся среду обитания человека. От решения климатической проблемы зависят качество жизни всех людей на планете, экономический рост и устойчивое социальное развитие целых регионов Земли.

Россия предпринимает активные шаги по решению проблемы глобального потепления. Наша страна вышла на одно из первых мест в мире по темпам снижения энергоёмкости экономики – 33,4 процента за период с 2000 по 2012 годы, а по итогам реализации программы «Энергоэффективность и развитие энергетики» рассчитываем добиться сокращения к 2020 году ещё на 13,5 процента.

С 1991 года по 2012 год Россия не только не допустила роста выбросов парниковых газов, но значительно их уменьшила. Заметно снизить парниковую эмиссию нам удалось за счёт модернизации экономики, внедрения экологически чистых и энергосберегающих технологий, причём одновременно мы смогли практически удвоить ВВП страны за то же время.

Россия продолжит вносить вклад в совместные усилия по предотвращению глобального потепления. К 2030 году рассчитываем уменьшить выбросы парниковых газов до 70 процентов от базового уровня 1990 года. Будем добиваться этого в том числе за счёт прорывных решений в сфере энергосбережения, за счёт новых нанотехнологий.

¹ <http://kremlin.ru/events/president/news/50812>

Содержание

- 4** Предисловие Исполнительного секретаря Рамочной конвенции ООН об изменении климата (РКИК ООН) г-жи Кристианы Фигерес
- 5** Предисловие Генерального директора CDP г-на Пола Симпсона
- 7** Введение. В поисках климатической устойчивости
- 8** Инвесторы: джентльмены предпочитают позеленее
- 11** Корпорации: прогресс налицо, но нужно больше
- 14** Цепочки поставок: все только начинается
- 19** Климатический рейтинг: как выбиться в лидеры
- 20** Климатическая деятельность российских компаний: от одиночных проектов к полноценным стратегиям
- 23** Приложение 1. Компании – участники программы CDP по оценке климатической устойчивости цепочек поставок
- 25** Приложение 2. Климатический список «А»
- 27** Приложение 3. Климатический список «А» поставщиков

Предисловие Исполнительного секретаря Рамочной конвенции ООН об изменении климата (РКИК ООН)

г-жи Кристианы Фигерес



Бизнес призван сыграть ключевую роль в переходе к низкоуглеродной экономике и устойчивому будущему

Прошедший 2015 год стал по-настоящему переломным. Преодолев бывшие неудачи и разногласия, страны приняли новое международное соглашение по климату, а также пакет долгосрочных целей по устойчивому развитию.

Принятое в декабре прошлого года в Париже климатическое соглашение (которое должно прийти на смену Киотскому протоколу) свидетельствует о признании мировым сообществом растущей опасности глобального изменения климата и о готовности стран объединить усилия для борьбы с этой опасностью путем осуществления необходимых для этого политики и мер на национальном и международном уровне. Соглашение определяет и конечную цель этих действий – выйти во второй половине текущего века на т.н. «климатическую нейтральность», т.е. на такой режим (траекторию) развития, при котором выбросы парниковых газов гарантированно балансируются их поглощением естественными экосистемами. Таким образом, вопрос климатической нейтральности, или, как еще говорят, нулевых чистых выбросов, не является больше сугубо теоретическим (концептуальным), а становится отныне предметом повседневной заботы и целенаправленных практических действий миллионов людей и компаний во всем мире.

Изменение климата – явление планетарное. Поэтому и действовать нужно не только локально, в границах своих стран, но и глобально, используя все имеющиеся инструменты и возможности для сокращения выбросов парниковых газов. Уникальной, в силу своего положения, возможностью способствовать этому обладают финансовые институты, инвестирующие по всему миру средства в корпоративные активы или предоставляющие компаниям кредиты и займы, и транснациональные корпорации, тратящие ежегодно триллионы долларов на закупку товаров и услуг для собственных нужд и для продажи конечным потребителям.

Цепочки поставок крупнейших мировых корпораций насчитывают десятки и сотни тысяч компаний, которые являются прямыми поставщиками либо поставщиками поставщиков. Про эту глобальную

сеть можно с уверенностью сказать две вещи. В совокупности поставщики оказывают значительное воздействие на климат, т.к. с их деятельностью, прямо или косвенно, связаны выбросы парниковых газов. Каждый поставщик заинтересован в росте продаж и чутко реагирует на меняющийся спрос и предпочтения потребителя, с одной стороны, и на требования кредиторов и инвесторов, с другой.

Значит, устанавливая соответствующие требования и критерии, транснациональные корпорации, кредиторы и инвесторы могут, через механизм закупок, инвестирования и кредитования, побудить компании в самых разных секторах и странах мира сокращать выбросы парниковых газов, повышать энергоэффективность, переходить на альтернативные, зеленые виды топлива и источники энергии, внедрять низкоуглеродные технологии.

Компания CDP вместе с входящими в пул ее подписчиков инвесторами и кредиторами, а также организациями-участниками программы по оценке цепочки поставок дают нам пример лидерства в этой области. Созданная CDP платформа позволяет заинтересованным подписчикам и участникам не просто получать от компаний в различных странах необходимую информацию и оценивать эти компании, но и взаимодействовать с ними с целью снижения их углеродного следа и повышения устойчивости к климатическим вызовам. И это работает!

Переход к низкоуглеродной экономике и устойчивому будущему потребует времени и усилий. И бизнесу предстоит сыграть в этом процессе ключевую, решающую роль. Поэтому чем раньше мы начнем создавать необходимые для этого механизмы, чем быстрее и шире будем осваивать опыт лидеров, таких, как CDP, тем лучше. ▀

Предисловие Генерального директора CDP

г-на Пола Симпсона



Парижское климатическое соглашение послужит для бизнеса новым компасом и новой путеводной звездой

По сведениям метеорологов, прошедший 2015 год стал самым теплым годом за всю историю наблюдений. При этом уровень концентрации углекислого газа в атмосфере впервые в истории человечества превысил психологически важную отметку 400 ppm. На этом фоне главным событием года стало принятие на конференции РКИК в Париже нового климатического соглашения, которое позволит выйти на траекторию чистого, низкоуглеродного развития и избежать катастрофических изменений климата.

Пока шла конференция и в течение многих месяцев до нее мы вместе с нашими партнёрами по коалиции **«За реальные действия» (We Mean Business coalition)** призывали лидеров и правительства всех стран принять амбициозные цели по смягчению климатических изменений и сокращению выбросов парниковых газов, дать бизнесу четкий и ясный сигнал, который стал бы катализатором реальных перемен. И теперь, глядя на принятое в Париже соглашение, мы испытываем искреннюю радость и гордость. Перед нами добротный документ высочайшего, инвестиционного уровня. Он может и должен стать для бизнеса, для всего мира новым компасом и новой путеводной звездой.

Парижское соглашение обозначает конкретные долгосрочные цели как в терминах сдерживания климатических изменений, так и в терминах сокращения выбросов парниковых газов, указывает направление движения, предлагает необходимые для этого рыночные и нерыночные механизмы и финансовые ресурсы. Соглашение задает новый вектор экономического развития, при котором рост благосостояния больше не связан с увеличением объема используемого ископаемого топлива и не определяется им.

Мы разделяем выраженное в соглашении стремление удержать глобальное потепление в пределах 2 °C и предпринять необходимые усилия для того, чтобы не дать столбику термометра подняться в среднем больше чем на 1,5°C. Мы поддерживаем установленную в соглашении цель – достичь во второй половине 21-го века нулевого сальдо выбросов парниковых газов, а для этого как можно скорее пройти пик и начать

реальное сокращение выбросов в глобальном масштабе. Мы считаем оправданным и приветствуем содержащееся в соглашении требование ко всем участникам каждые пять лет пересматривать и ужесточать принимаемые на национальном уровне цели по ограничению и сокращению выбросов парниковых газов.

Во многом ключевые элементы соглашения уже были «обкатаны» бизнесом, который накануне Парижского саммита наглядно продемонстрировал свои лидерские амбиции. Так, о намерении установить научно-обоснованные цели по снижению выбросов парниковых газов заявили 114 компаний. Многие компании обязались покрывать 100% своих энергетических потребностей исключительно за счет возобновляемых источников. Сотни компаний присоединились к программе решительных действий по борьбе с изменением климата через CDP и через созданную при нашем участии коалицию **«За реальные действия» (We Mean Business coalition)**. С принятием Парижского соглашения эти инициативы и усилия бизнеса будут только нарастать. Мы в CDP всегда рады и готовы помочь бизнесу в решении поставленных задач и достижении заявленных целей.

Одним из ключевых элементов, призванных обеспечить переход к низкоуглеродной экономике, является цена на углерод. Соответствующие механизмы регулирования выбросов созданы или создаются сегодня в разных странах, и количество стран, в которых реализуется, так или иначе, концепция углеродной цены, год от года растет. Однако во многих случаях бизнес применяет углеродную цену, не дожидаясь их официального

введения государством через налоги и другие системы регулирования. Более 1000 компаний сообщили в своих отчетах для CDP, что уже интегрируют цену углерода в свои процессы бизнес-планирования или собираются сделать это в ближайшие год-два.

Для успешного выполнения Парижского соглашения необходимо развивать углеродный учет и отчетность, обеспечивая их прозрачность. Надзор за раскрытием информации о выбросах парниковых газов и прозрачностью отчетов является основной движущей силой инвестиций в чистую энергетику и технологические инновации.

В последнее время инвесторы, стремясь обезопасить свои активы от климатических рисков, все чаще учитывают деятельность компаний в климатической сфере при принятии инвестиционных решений. Об этом свидетельствует, например, такой факт, что с момента запуска климатической программы CDP число инвесторов-подписчиков программы увеличилось в 20 (!) раз. Сегодня с CDP сотрудничают 822 институциональных инвестора с активами на общую сумму 95 трлн. долл. США.

Аналогичным образом поступают и крупные транснациональные корпорации, которые стремятся обезопасить от климатических рисков свои цепочки поставок. К программе CDP по оценке цепочки поставок в качестве ее постоянных участников присоединились уже 75 корпораций с совокупным годовым объемом закупок 2 трлн. долл. США.

Благодаря своей уникальной системе сбора и обработки экологической информации, в том числе информации о деятельности в климатической сфере, CDP играет центральную роль в переходе к низкоуглеродной модели развития. База данных CDP содержит информацию от 5 500 компаний, на долю которых в общей сложности приходится почти 60% мировой рыночной капитализации. Кроме того, CDP отслеживает выполнение компаниями, инвесторами, городами и регионами заявленных ими климатических обязательств, которые включены в реестр NAZCA¹ на портале РКИК ООН.

Парижское соглашение возникло не на пустом месте. Много уже сделано. Но предстоит сделать еще больше для построения устойчивой, углероднонейтральной экономики, основанной на чистых технологиях и углеродной прозрачности бизнеса. Опыт лидеров, в том числе наш собственный опыт взаимодействия с бизнесом в разных секторах и странах, говорит о том, что это выполнимо. Мало того, это еще и выгодно. Причем теперь даже больше, чем когда-либо прежде. ▼

¹ См. <http://climateaction.unfccc.int/>

Введение.

В поисках климатической устойчивости

Аргументы в пользу необходимости решительных действий с целью смягчения климатических изменений никогда еще не были столь ясными и убедительными. С тем, что климат «уехал», никто уже не спорит. Это видно невооруженным глазом, не выходя из дому. «Рукотворность» происходящих на наших глазах изменений неопровержимо доказана наукой и тоже в общем не вызывают сомнений. Концентрация парниковых газов в атмосфере превысила все доселе ведомые человечеству уровни.

Предпринимаемые на международном, национальном и субнациональном уровнях меры по ограничению и сокращению выбросов парниковых газов, в том числе через различные схемы регулирования выбросов и углеродную цену, создают для компаний, их инвесторов, покупателей, поставщиков и подрядчиков дополнительные риски и финансовые обременения. Одновременно с этим возникают и новые возможности, связанные с изменением предпочтений инвесторов, заказчиков и конечных потребителей, появлением новых доступных технологий, материалов, видов топлива и источников энергии. Рисками необходимо управлять, чтобы уменьшить, а в идеале – исключить, потенциальный ущерб. А новые возможности нужно

быстро и эффективно использовать с выгодой для себя, пока ими не воспользовались конкуренты. Все это создает для бизнеса дополнительный стресс и требует продуманных ответных действий.

Ответом на изменение климата и вызванные им перемены в экономике, международной политике, в сфере государственного регулирования стала новая концепция устойчивости, которая включает в себя такой элемент, как сопротивляемость к изменению климата (*resilience to climate change*). Под ней понимается способность адекватно оценивать и реагировать на климатические вызовы (риски и возможности), связанные как с физическими последствиями изменения климата, прежде всего с изменением доступности ресурсов, так и с изменениями в сфере регулирования, направленными на смягчение климатических изменений и их последствий.

Поиском этой новой устойчивости занимаются сегодня все экономические субъекты – инвесторы, транснациональные корпорации, их поставщики и подрядчики, а также конечные потребители. Все они теперь инвестируют, производят, продают и даже потребляют с оглядкой на углеродный след и возможные климатические последствия. ▼

Инвесторы: джентльмены предпочитают позеленее

Первыми озаботились инвесторы, которые всегда чутко реагируют на новые риски и возможности, стремясь обезопасить свои активы от первых и преумножить за счет вторых. В 2000 г. относительно небольшая группа из 35 инвесторов (банки, пенсионные фонды, инвестиционные компании, т.д.), контролирующая в совокупности активы на сумму 4 трлн. долл. США, посчитала необходимым запросить у компаний-эмитентов акций и других ценных бумаг информацию о том, как сказывается на их деятельности изменение климата и что компании предпринимают в ответ. С этого и начался проект CDP.

С тех пор количество инвесторов, сотрудничающих с CDP, увеличилось многократно. Сегодня в этот пул входит более 822 инвесторов, в том числе крупнейшие финансовые институты, такие, как AIG, Bank of America, Barclays, BlackRock, Credit Suisse, Deutsche Bank, HSBC, ING, Itau, J.P. Morgan Chase, Macquarie, Nomura, Santander и Wells Fargo, а общая стоимость активов под их управлением превышает 95 трлн. долл. США (см. Рис. 1.).²

Более 5500 компаний, имеющих штаб-квартиры более чем в 50 странах и представляющих в совокупности свыше 55% общего объема капитализации мирового рынка (по данным агентства Bloomberg), ежегодно отвечают на запросы инвесторов-подписчиков CDP и представляют в CDP свои климатические отчеты.

Кроме климатической информации, CDP собирает сведения об использовании компаниями водных ресурсов, а в последнее время также и сырьевых товаров, связанных с добычей и переработкой лесных ресурсов.



Рисунок 1. Количество инвесторов-подписчиков CDP и совокупная стоимость их активов

рискам, а какие защищены от них либо способны с ними справиться, какие компании находятся на взлете, потому что видят и используют открывающиеся новые возможности, а какие, наоборот, свой шанс упустили, и на основании этого

Показатели, характеризующие экологическую и социальную ответственность компаний, а также качество корпоративного управления, приобретают все более важное значение. Очевидно, что изменение климата также заботит многих.

Хью Лоусон,
директор по экологической, социальной
и корпоративной политике Goldman Sachs

Все эти данные позволяют инвесторам лучше разобраться в том, как компании отвечают на вызовы, связанные с обеспечением устойчивого развития, определить, какие компании подвержены

решить, в какие корпоративные активы вкладывать средства (инвестировать), а от каких активов избавляться (дивестируются).

При этом замечено, что высокая информационная открытость компании, как правило, является индикатором высокого качества управления и что компании, занимающие топовые позиции в рейтинге

² Полный перечень подписчиков CDP см. здесь: <https://www.cdp.net/en-US/Programmes/Pages/Sig-Investor-List.aspx>

Нам интересно привязать финансовые показатели компаний к соответствующему контексту. Эта информация помогает нам вести диалог с руководством компаний и добиваться улучшения их показателей.

Фарха-Джойс Хабуча,
директор по устойчивому развитию и преобразующему
инвестированию Rockefeller & Co

климатической эффективности, часто обходят конкурентов также и по финансовым показателям. В своем выступлении перед Lloyd's of London председатель Совета финансовой устойчивости и глава Банка Англии Марк Карни, заявил, что только принятие инвесторами решений с учетом долгосрочной перспективы позволит избежать того, что он назвал «трагедией горизонтов», и призвал к повышению информационной открытости бизнеса для обеспечения устойчивости мировой экономики.³ По данным Глобального альянса за устойчивые инвестиции (**Global Sustainable Investment Alliance**),⁴ в 2014 г. общий объем инвестиций, сделанных во всем мире с учетом экологических, социальных и управленческих факторов, составил 21,4 трлн. долл. США. В Европе более половины всех активов, находящихся в управлении институциональных инвесторов, приходится на долю таких инвестиций.

и распоряжающегося активами на сумму 350 млрд. евро, компании должны подтвердить свое соответствие жестким стандартам экологической, социальной и корпоративной политики.

Вследствие возросших климатических рисков многие инвесторы сегодня выводят средства из наиболее углеродоемких активов, а некоторые предпочитают уйти из сектора ископаемой энергетики совсем от греха подальше. По данным компании Arabella Advisors на сентябрь 2015 г., о выводе средств из активов, связанных с добычей и переработкой ископаемых углеводородов, объявили уже 436 институциональных и 2040 частных инвесторов из 43 стран, контролирующие в совокупности активы на сумму 2,6 трлн. долл. США.⁵ В частности, пенсионный фонд Нидерландов планирует вывести из углеводородных активов 30 млрд. евро из 90 млрд. евро, размещенных в

Благодаря таким компаниям, как CDP, у бизнеса появилась реальная возможность учитывать изменение климата при принятии инвестиционных решений, поскольку за последние 10 лет стали доступны необходимые для этого данные, а их качество выросло.

Джордж Серафайм,
профессор Гарвардской школы бизнеса

Например, чтобы попасть в инвестиционный портфель ABP, одного из крупнейших пенсионных фондов в мире, имеющего 2,8 млн. клиентов

акциях, и инвестировать их таким образом, чтобы за пять лет сократить углеродный след своего инвестиционного портфеля на 25%.

США долгое время отставали от Европы по

³ <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/speeches/2015/speech844.pdf>

⁴ <http://www.gsi-alliance.org/members-resources/global-sustainable-investment-review-2014/>

⁵ см. Отчет «Measuring the Growth of the Global Fossil Fuel Divestment and Clean Energy Investment Movement» (<http://www.arabellaadvisors.com/wp-content/uploads/2015/09/Measuring-the-Growth-of-the-Divestment-Movement.pdf>)

Мы бы не были там, где мы есть, без CDP. CDP побудила инвестиционное сообщество признать проблему изменения климата и добиваться от компаний открытости в этой сфере.

Куртис Равенел,
директор по устойчивому развитию агентства Bloomberg

уровню активности инвесторов в борьбе с изменением климата, но сегодня многие гиганты Уолл-Стрит начинают уделять повышенное внимание этому вопросу. Используя индексы Standard & Poor и MSCI, инвесторы с Уолл-Стрит разрабатывают новые продукты и инструменты для снижения углеродоемкости (углеродного следа) инвестиционных портфелей и переориентации инвестиций на новые низкоуглеродные технологии и возможности. Среди этих новых продуктов биржевые индексные фонды State Street и BlackRock, Инвестиционный подход Green Beta от BNY Mellon и низкоуглеродный портфель Northern Trust.

лидеров (CDP A List).⁶ В 2015 г. благодаря усилиям членов коалиции общие собрания акционеров таких крупных компаний, как BP, Shell и Statoil, приняли практически единогласно ряд решений, направленных на улучшение раскрытия компаниями климатической информации.

Коалиция «Монреальское углеродное обязательство» (**Montréal Carbon Pledge**) объединяет более 100 организаций, которые считают, что в интересах своих вкладчиков профессиональные инвесторы обязаны ежегодно раскрывать информацию об углеродном следе (совокупной углеродоемкости) своих активов.

В Коалицию за декарбонизацию инвестиционных портфелей (**Portfolio Decarbonization Coalition**), выступающую за уменьшение совокупного углеродного следа инвестиций, вошли 25 организаций. Одним из учредителей коалиции является CDP. ▽

Таблица 1. Климатические инициативы с участием инвесторов

Наименование инициативы (программы)	Число участников
Монреальское углеродное обязательство (www.montrealpledge.org)	117
Коалиция за декарбонизацию инвестиционных портфелей (www.unepfi.org)	25
Коалиция за низкоуглеродные инвестиции (www.globalinvestorcoalition.org)	54
Раскрытие климатической информации в рамках фидуциарной ответственности (www2.cdsb.net/fiduciarystatement/statement)	182

Для координации действий в климатической сфере инвесторы создают объединения (коалиции). Так, коалиция «**Aiming for A**» («С прицелом на «А»») объединяет инвесторов, которые требуют от компаний повысить качество управления выбросами парниковых газов до уровня климатических

⁶ Ежегодно публикуемый CDP список компаний, получивших наивысший рейтинг (рейтинг «А») по итогам независимой оценки климатических отчетов, представленных компаниями в CDP по запросу инвесторов.

Корпорации: прогресс налицо, но нужно больше

Основная нагрузка, связанная с изменением климата, ложится на плечи корпоративного сектора. Он испытывает давление со всех сторон: и со стороны инвесторов, и со стороны потребителей, и со стороны регуляторов, и собственно со стороны климата, изменение которого сказывается на условиях ведения хозяйственной деятельности. Некоторые компании (как, например, до недавнего времени ExxonMobil) пытаются отрицать сам факт изменения климата или антропогенную природу происходящих климатических изменений. Однако в основном крупные компании осознают свою ответственность и пытаются искать адекватные бизнес-решения в новых условиях.

Ниже приводится краткий обзор того, к чему в процессе этого поиска пришли ведущие компании, какие выводы они для себя сделали и какие уроки извлекли.

Для анализа использованы данные, представленные компаниями в CDP по запросу инвесторов в 2010 и 2015 гг. Эти данные отражают в совокупности ситуацию в корпоративном секторе в год проведения Конференции сторон РКИК в Копенгагене в 2009 г. и накануне Конференции сторон РКИК в Париже в 2015 г. В обоих случаях речь шла о принятии нового климатического соглашения. И хотя конференция 2009 г. разочаровала, а конференция 2015 г. увенчалась успехом, сравнение ситуации в корпоративном секторе тогда и теперь глубоко символично.

Из общего количества компаний, представивших в

2010 и 2015 гг. отчеты по запросу инвесторов, были в соответствии с местными биржевыми индексами и листингами отобраны самые крупные компании по уровню рыночной капитализации. Всего в список 2015 г. вошло 1 997 таких компаний, в список за 2010 г. – 1 799 компаний (см. Табл.2). В общей сложности эти компании представляют 51 страну, а их совокупная рыночная стоимость составляет 55% глобальной капитализации корпоративного сектора.

Оценка проводилась по девяти основным критериям, характеризующим деятельность компаний в климатической сфере, а именно:

- Ответственность Совета директоров, Правления или иных высших должностных лиц компании за осуществление действий в сфере изменения климата;
- Наличие системы поощрения за осуществление деятельности, связанной с изменением климата;
- Реализация проектов и/или иных инициатив по сокращению выбросов парниковых газов;
- Взаимодействие с уполномоченными государственными органами по вопросам разработки климатической политики и мер по сокращению выбросов парниковых газов;
- Учет прочих косвенных выбросов парниковых газов по двум или более категориям;
- Удельные целевые показатели сокращения выбросов парниковых газов;
- Подтверждение независимой организацией данных о прямых выбросах парниковых газов;
- Абсолютные целевые показатели сокращения выбросов парниковых газов;
- Подтверждение независимой организацией данных об энергетических косвенных выбросах парниковых газов.

В целом, анализ показал, что за прошедшие пять лет корпоративный сектор сделал значительный шаг вперед в направлении климатической устойчивости (см. Рис 2). Особенно большой прогресс достигнут в управлении климатической деятельностью. То, что в 2010 году считалось передовой, передовой практикой, теперь стало нормой. Все чаще лидерство в решении климатических вопросов берут на себя совет директоров, правление или кто-либо из высших менеджеров компании. Если в 2010 г. это было характерно для 80% компаний-респондентов, то в 2015 г. – для 94%. При этом доля компаний, которые применяют различные схемы поощрения работников за осуществление деятельности и достижение результатов в климатической сфере, увеличилась за тот же период с 47% до 75%.

Заметно возрос процент компаний, устанавливающих цели по сокращению выбросов парниковых газов. В 2010 г. чуть больше четверти (27%) компаний-респондентов сообщили о своих целях по абсолютному сокращению выбросов парниковых газов, а в 2015 г. – почти половина (44%). Цели по снижению удельных выбросов на единицу продукции

Таблица 2. Общие сведения о компаниях, отобранных для анализа

Показатели	2010 г.	2015 г.
Количество компаний, шт.	1 799	1 997
Совокупная рыночная стоимость (капитализация) компаний, млрд. долл. США*	25 179,8	35 697,5
Прямые выбросы парниковых газов, млн. т CO ₂ -экв.	5 459	5 382
Энергетические косвенные выбросы парниковых газов, млн. т CO ₂ -экв.	1 027	1 301
Прямые выбросы парниковых газов по сопоставимому кругу компаний (1 306 компаний), млн. т CO ₂ -экв.	4 135	4 425
Энергетические косвенные выбросы парниковых газов по сопоставимому кругу компаний (1 306 компаний), млн. т CO ₂ -экв.	794	887

*По данным агентства Bloomberg на 1 января 2010 г. и 1 января 2015 г. соответственно

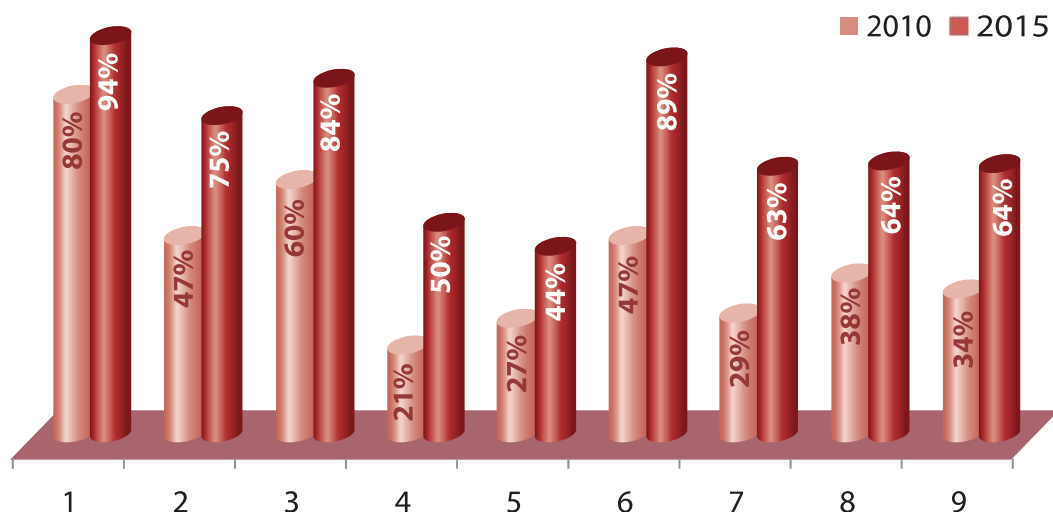


Рисунок 2. Действия компаний в климатической сфере

1 - Ответственность Совета директоров, Правления или иных высших руководителей компании за осуществление действий в сфере изменения климата;
 2 - Наличие системы поощрения за осуществление деятельности, связанной с изменением климата;
 3 - Реализация проектов или иных инициатив по сокращению выбросов парниковых газов;
 4 - Взаимодействие с уполномоченными государственными органами по вопросам разработки климатической политики и мер по сокращению выбросов парниковых газов;
 5 - Учет прочих косвенных выбросов парниковых газов по двум или более категориям;
 6 - Удельные целевые показатели сокращения выбросов парниковых газов;
 7 - Подтверждение независимой организацией данных о прямых выбросах парниковых газов;
 8 - Абсолютные целевые показатели сокращения выбросов парниковых газов;
 9 - Подтверждение независимой организацией данных об энергетических косвенных выбросах парниковых газов

в 2010 г. имела в среднем лишь каждая пятая компания (20%), а в 2015 г. – каждая вторая (50%).

Общее количество осуществляемых компаниями-респондентами проектов и других инициатив, направленных на сокращение выбросов парниковых газов, увеличилось за пять лет на 14,5%: с 7 285 в 2011 г.⁷ до 8 341 в 2015 г. Чаще других в качестве таких проектов упоминаются повышение энергоэффективности в строительстве и технологических процессах, строительство (установка) энергогенерирующих объектов с пониженным уровнем выбросов парниковых газов, переработка отходов, изменение поведенческих стереотипов работников (например, совместное использование автотранспорта или использование служебных велосипедов для поездок на работу и с работы, т.д.).

Число компаний, которые используют для своих нужд энергию из возобновляемых источников, возросло незначительно, всего на 6%. Однако эти компании в среднем в 2 раза увеличили объем предпринимаемых мер для снижения выбросов парниковых газов по сравнению с 2011 г. Доля компаний, которые для сокращения выбросов парниковых газов осуществляют различные меры,

направленные на повышение энергетической эффективности, возросла с 62% (1 185 компаний) в 2011 г. до 71% (1 425 компаний) в 2015 г.

Одним из эффективных инструментов стимулирования деятельности по сокращению выбросов парниковых газов является установление цен на углерод. Об этом прямо сказано в п.137 Решения 21-ой Конференции Сторон РКИК об утверждении Парижского соглашения.

В пределе углеродная цена отражает экономический ущерб от изменения климата, вызванного выбросом в атмосферу дополнительно 1 тонны CO₂-экв. парниковых газов. Однако достоверных оценок экономического ущерба от изменения климата на сегодняшний день не существует. Тем более в расчете на 1 тонну CO₂-экв. дополнительных выбросов парниковых газов. Поэтому на практике углеродная цена может оказаться любой. В любом случае использование даже такой, условной углеродной цены является гигантским шагом вперед, так как позволяет в явном виде учесть климатические последствия принимаемых решений, пусть даже на уровне грубой оценки.

В 2015 г. из общего числа компаний, предоставивших в CDP климатические отчеты по запросу инвесторов, 437 компаний сообщили о том, что самостоятельно установили внутреннюю цену на углерод и используют ее для оценки

⁷ Данные за 2010 г. отсутствуют. Поэтому для сравнения взят ближайший год, за который данные имеются.

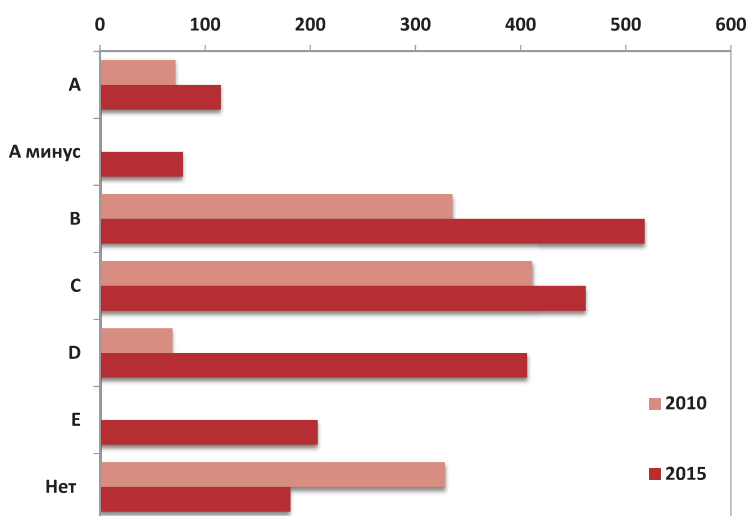


Рисунок 3. Рейтинги климатической эффективности компаний

Примечание: не все отобранные для анализа крупнейшие компании оценивались в 2010 г. и 2015 г. по критериям климатической эффективности.

ожидаемых затрат и выгод при анализе инвестиционных и иных проектов. Большая часть этих компаний, а именно 316 (т.е. почти три четверти), оказалась в списке 1 997 крупнейших компаний, отобранных для более углубленного анализа (см. Табл. 1). Еще 583 компании, в том числе 263 компании из списка крупнейших, заявили о том, что планируют установить внутреннюю цену на углерод в ближайшие два года. А еще год назад, в 2014 г., только 150 компаний из списка крупнейших оперировали внутренней ценой на углерод. Т.е. за один год прирост составил более 100% (!).

Интегральным показателем качества деятельности в климатической сфере являются рейтинги климатического лидерства CDP, которые ежегодно присваиваются компаниям по результатам независимой оценки представленных ими отчетов. Компании, добившиеся наилучших результатов и получившие по итогам года наивысший рейтинг «А», включаются в особый список, т.н. Список «А» CDP, и служат для остальных компаний примером, образцом для подражания.

Между 2010 г. и 2015 г. число компаний с высоким рейтингом климатической эффективности заметно возросло (см. Рис 3). Основную роль в этом сыграли возросшая открытость компаний, более вдумчивое, ответственное отношение компаний к управлению выбросами парниковых газов, своим углеродным следом, климатическими рисками и возможностями, принятие компаниями конкретных практических мер по смягчению климатических изменений и по адаптации к ним.

Несмотря на принятые меры, совокупные выбросы компаний за прошедшие пять лет не сократились, а выросли, в том числе прямые выбросы выросли

на 7,1%, энергетические косвенные – на 11,4%.⁸ Справедливости ради надо отметить, что за тот же период совокупная рыночная стоимость этих компаний выросла на 67%. А значит, прирост выбросов мог бы быть значительно больше, если бы компании не предпринимали мер для их сокращения. Но этого сегодня недостаточно. Для перехода на траекторию устойчивого, низкоуглеродного развития необходимо приложить дополнительные усилия.

Начинать следует с адекватного определения целей. Анализ показывает, что цели по сокращению выбросов парниковых газов, заявленные компаниями, часто не являются не то что амбициозными, но даже долгосрочными. Более чем в половине случаев (51%) цели, которые компании указали в своих отчетах в 2015 г., рассчитаны до 2014 г. или 2015 г. Менее трети компаний (32%) имеют цели на период до 2020 г., а дальше этого заглядывают только 6% компаний. Причем это в равной мере касается и целей по абсолютному сокращению выбросов и целей по снижению удельных выбросов.

Между тем ряд крупных международных компаний, таких как, например, Iberdrola, Enel и NRG, сформулировали долгосрочные амбициозные цели по сокращению выбросов парниковых газов исходя из рекомендаций климатологов, которые рассчитали, что для удержания роста температуры в 21 веке в пределах 2°C (по сравнению с доиндустриальным уровнем) необходимо уже к 2050 г. сократить глобальные выбросы парниковых газов как минимум на 60%. Опыт этих компаний может и должен стать примером для остальных. ▼

⁸ Оценка проводилась по сопоставимому кругу крупнейших компаний, т.е. только по тем компаниям, для которых в базе данных CDP имелись сведения о выбросах парниковых газов соответственно за 2009 г. и за 2014 г. Всего таких компаний из числа крупнейших набралось 1 306.

Цепочки поставок: все только начинается

Известно, что выбросы парниковых газов вверх и вниз по цепочке поставок в среднем в два раза, а в отраслях, не связанных с выработкой энергии, добычей и первичной переработкой полезных ископаемых, — в четыре раза, превышают собственные прямые и энергетические косвенные выбросы компаний. Поэтому, точно так же, как инвесторы, желая обезопасить свои инвестиции, анализируют углеродный след компаний и их устойчивость к изменению климата, так и компании, чем дальше, тем больше, обращают внимание на климатическую устойчивость своих поставщиков и подрядчиков, в том числе на углеродоемкость поставляемых ими товаров и услуг. Дополнительным стимулом для этого послужило изменение предпочтений и поведенческих установок конечных потребителей (которым теперь тоже есть дело до климата и до углеродного следа), внедрение обязательной углеродной маркировки товаров, а

числе ведущие производители автомобилей (BMW, Fiat Chrysler, Ford, General Motors, Jaguar Land Rover, Nissan, Toyota, Volkswagen), шин (Bridgestone, Pirelli), продуктов питания (Coca-Cola, PepsiCo, Kellogg, Nestlé, SABMiller, Unilever), табака (British American Tobacco, Imperial Tobacco, Philip Morris), электроники (Acer, Dell, Nokia, Royal Philips), бытовой химии (Johnson & Johnson), косметики (L'Oréal), банки (Bank of America, Goldman Sachs), ритейлеры (Walmart) и другие. Полный перечень компаний-участников программы приведен в Приложении 1.

В совокупности эти компании ежегодно приобретают товаров и услуг на сумму свыше 2 трлн. долларов США более чем у 12 тыс. поставщиков. В свою очередь их поставщики также связаны цепочками поставок более чем с 3 тыс. своих поставщиков. Таким образом, в орбиту программы CDP по оценке цепочек поставок, так или иначе, вовлечены более 15 тыс. компаний-поставщиков чуть ли не со всего мира.



Мы можем с гордостью сказать, что на сегодняшний день нам удалось перевыполнить план, сократив выбросы на 28,2 млн. тонн CO₂-экв. По своему эффекту это равносильно тому, как если бы с дорог на целый год убрали 5,9 млн. автомобилей. Помимо того, что это идет на пользу окружающей среде, это также снижает наши операционные затраты, способствует укреплению нашего положения на рынке и, самое важное, дает возможность нашим покупателям и дальше экономить и улучшать качество жизни.

Сотрудничество с CDP послужило основой для успешного взаимодействия с поставщиками и открыло дополнительные возможности для эффективной работы с ними в будущем. Мы уже продвинулись далеко вперед, но останавливаться в работе по повышению устойчивости нашей цепи поставок не намерены.

Walmart



также включение требований о предоставлении данных, касающихся выбросов парниковых газов, в систему экологической сертификации товаров и услуг (например, в систему Ecolabel).

Отвечая на этот новый «социальный заказ», компания CDP запустила программу климатической оценки цепочек поставок в интересах крупнейших компаний, деятельность которых связана с большим объемом закупок. Участниками программы на сегодняшний день является 75 компаний и мировых брендов, в том

Многие ведущие компании, присоединившиеся к программе CDP, ставят перед собой конкретные цели по сокращению выбросов парниковых газов, в том числе по цепочке поставок. Так, компания Walmart официально заявила в 2010 г. о намерении к концу 2015 г. сократить выбросы парниковых газов от глобальной цепи поставок на 20 млн. тонн CO₂-экв. и добилась этого.

Компания Coca-Cola обязалась к 2020 г. как

Благодаря стратегическому партнерству с поставщиками и масштабированию результатов мы рассчитываем добиться ощутимых улучшений.

Coca-Cola

минимум на четверть (25%) сократить углеродный след своих прохладительных напитков. И это при том, что, по признанию самой компании, около двух третей углеродного следа производимой ею продукции приходится на товары, приобретаемые со стороны, такие как тара и упаковка, сельскохозяйственное сырье, холодильники и автоматы для продажи напитков, т.д. Ясно, что для достижения заявленной цели компания должна направлять значительные усилия на управление углеродным следом по цепочке поставок, добиваясь от своих поставщиков реализации необходимых для этого мер, либо предпочитая одних поставщиков, удовлетворяющих требованиям компании, другим, которые этим требованиям не удовлетворяют.

след. Причем не только через управление инвестиционным и кредитным портфелем, но и через управление закупками товаров и услуг для собственных нужд.

И это приносит плоды. Анализ, проведенный CDP по итогам отчетной кампании 2015 г., показал, что поставщики постепенно привыкают к повышенному вниманию покупателей и заказчиков к своему углеродному следу и начинают подстраиваться под их климатические требования.⁹

Из 7 879 поставщиков, которым CDP от имени их крупнейших покупателей направил в 2015 г. запросы с предложением раскрыть климатически значимую информацию, откликнулись больше половины – 4 005 поставщиков. Это примерно на 20% больше, чем в

Программа оценки цепочек поставок CDP позволяет нам получать ценную информацию о климатической деятельности сотен наших поставщиков и подрядчиков. На основании этих сведений мы разрабатываем стратегии работы с участниками цепи поставок, осуществляем мониторинг совместно достигнутых успехов и таким образом выстраиваем более крепкие взаимоотношения с нашей сетью поставщиков.

Bank of America

Аналогичные цели есть и у крупнейших автомобилестроительных компаний, и у многих других компаний-производителей, поставляющих свою продукцию конечному потребителю. Помимо собственных выбросов парниковых газов, они все строже контролируют выбросы парниковых газов, связанные с деятельностью своих смежников как вверх по цепочке поставок (поставщики сырья, материалов, комплектующих, т.д.), так и вниз (дилеры, сервисные центры, т.д.).

Банки также стремятся уменьшить свой углеродный

след. Из числа поставщиков, ответивших на запрос, 1 532 расположены в США, 1 108 – в странах ЕС, 238 – в Китае, 1 127 – в других странах.

Примерно половина (47%) респондентов уже имела опыт участия в программе климатической оценки цепочек поставок в течение двух и более лет. Около трети (32%) респондентов не имели такого опыта и отвечали на запрос впервые (см. Рис. 4).

⁹ <https://www.cdp.net/CDPResults/CDP-Supply-Chain-Report-2016.pdf>

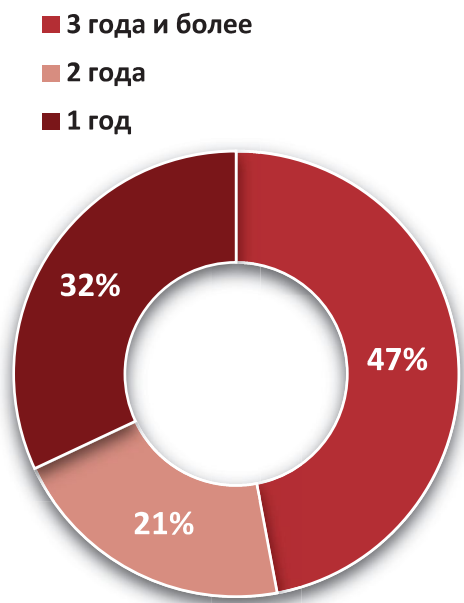


Рисунок 4. Продолжительность участия респондентов в программе CDP по оценке цепочки поставок

В целом это свидетельствует о положительной динамике. В то же время беспокойство вызывает тот факт, что почти половина запросов осталась без ответа. Это создает неопределенность и повышает риски как для самих поставщиков, так и для компаний, которые приобретают у них продукцию для переработки, реализации конечному потребителю или для собственных нужд.

Кроме того, анализ представленных данных показал, что далеко не все поставщики реагируют на климатические вызовы должным образом. Несмотря на то, что об интегрировании климатических действий в свои бизнес-стратегии заявили 63% поставщиков, только 55% из них реализуют те или иные меры и инициативы, направленные на сокращение выбросов парниковых газов, только у 53% поставщиков климатические вопросы входят в круг обязанностей высшего руководства, а цели по сокращению выбросов парниковых газов и корпоративные системы поощрения за осуществление деятельности и/или достижение результатов в этой сфере имеют меньше половины поставщиков. Управлением выбросами парниковых газов по цепочке поставок занимается лишь четверть (25%) поставщиков (см. Табл. 3). Причем у поставщиков, которые впервые приняли участие в опросе, показатели намного хуже средних.

В противоположность новичкам, поставщики, которые участвуют в программе достаточно долго (более двух лет), демонстрируют более ответственное отношение к климатическим вызовам. Их отличает более основательная вовлеченность в климатическую деятельность (см. Рис. 5) и, как следствие, более высокие показатели эффективности этой деятельности,

поскольку замечено, что респонденты, которые предпринимают климатические действия, гораздо чаще рапортуют в своих отчетах о фактическом сокращении выбросов парниковых газов (см. Рис. 6).

Сравнение отчетов, представленных 1850 «старожилами» в 2015 г., с их же отчетами двухлетней давности обнаруживает очевидный прогресс по всем ключевым показателям (см. Табл. 4)

О более высокой в среднем эффективности климатической деятельности поставщиков со стажем участия в программе CDP по оценке цепочки поставок свидетельствует не только то, что их они больше других нацелены на сокращение выбросов парниковых газов, но и то, что они, как правило, выбирают для этой цели наиболее эффективные проекты. Так, экономия операционных затрат в расчете на один проект по сокращению выбросов парниковых газов у респондентов со стажем оказалась почти на 70% выше, чем у новичков: 1 500 тыс. долл. США против 900 тыс. долл. США. Собственно сокращение выбросов парниковых газов составило: у респондентов со стажем – в среднем 400 тыс. тонн CO₂-экв. в год на компанию, а у новичков – 320 тыс. тонн CO₂-экв. в год на компанию. При этом общий достигнутый поставщиками объем сокращений выбросов парниковых газов составил в 2015 г. 606 млн. тонн CO₂-экв., а общая годовая сумма экономии операционных затрат в результате реализации соответствующих проектов – 6,6 млрд. долл. США.

Таблица 3. Вовлеченность поставщиков в климатические действия	
Климатические действия	Доля респондентов, давших утвердительный ответ
Ответственность Правления (высшего руководства) за действия в сфере изменения климата	53%
Наличие системы поощрения за осуществление деятельности и достижение показателей, связанных с изменением климата	46%
Интегрирование климатической деятельности в общую бизнес-стратегию	63%
Определение целевых показателей по сокращению выбросов парниковых газов	45%
Наличие проектов (инициатив), направленных на сокращение выбросов парниковых газов	55%
Управление выбросами парниковых газов по цепочке поставок (взаимодействие с поставщиками)	25%

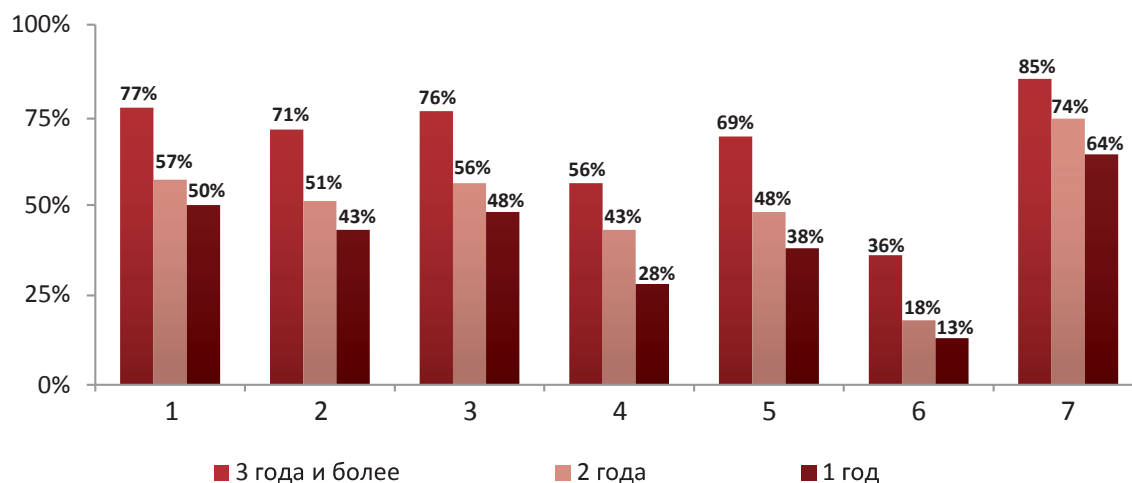


Рисунок 5. Показатели климатической деятельности в зависимости от стажа участия респондентов в программе CDP по оценке цепочек поставок

- 1 - Идентифицированные регуляторные риски;
 2 - Действующие процедуры управления климатическими рисками;
 3 - Поощрение за деятельность и/или достижения в климатической сфере;
 4 - Целевой показатель сокращения выбросов парниковых газов (абсолютный и/или удельный);
 5 - Проекты (инициативы) по сокращению выбросов парниковых газов;
 6 - Взаимодействие с поставщиками по вопросам управления выбросами парниковых газов;
 7 - Отчетность о выбросах парниковых газов (прямых и/или энергетических косвенных)

С учетом этого можно считать установленным фактом положительное влияние программы CDP на поведение поставщиков в климатической сфере и в целом на климатическую устойчивость цепочек поставок.

Некоторые компании прибегают к тем или иным методам стимулирования как поставщиков, так и собственных менеджеров по закупкам, ориентируя их на достижение определенных климатических

показателей. Однако наибольшего результата добиваются те компании, которые ведут регулярную совместную работу со своими поставщиками, направленную на сокращение выбросов парниковых газов. Поставщики, участвующие в подобных партнерских программах, показывают более высокую вовлеченность в климатическую деятельность и более высокую эффективность этой деятельности

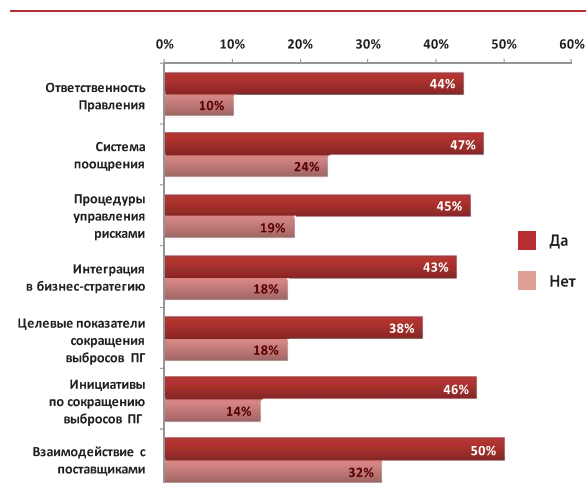


Рисунок 6. Доля респондентов, отвечающих «Да» о сокращении выбросов парниковых газов, в зависимости от осуществляемых климатических действий

Таблица 4. Реакция поставщиков на климатические вызовы в 2013 и 2015 гг.*

Климатические вызовы и действия	2013 г.	2015 г.
Риски, связанные с изменением климата	78%	84%
Законодательные (регуляторные) риски, связанные с изменением климата	71%	77%
Определение целевых показателей по сокращению выбросов парниковых газов	50%	56%
Подготовка отчета о выбросах парниковых газов (прямых и/или энергетических косвенных)	68%	85%

*Доля респондентов, давших утвердительный ответ на соответствующий вопрос в опросном листе. Рассчитано по данным отчетов 1850 поставщиков, принимавших участие в обоих опросах

Таблица 5. Климатические действия поставщиков в зависимости от участия в партнерских программах покупателей*

Климатические действия	Участвуют в партнерских программах покупателей	Не участвуют в партнерских программах покупателей
Интегрирование климатической деятельности в общую бизнес-стратегию	52%	45%
Определение целевых показателей по сокращению выбросов парниковых газов	38%	32%
Наличие проектов (инициатив), направленных на сокращение выбросов парниковых газов	50%	42%
Подготовка отчета о выбросах парниковых газов (прямых и/или энергетических косвенных)	58%	55%
Управление выбросами парниковых газов по цепочке поставок (взаимодействие с поставщиками)	29%	26%

*Доля респондентов, давших утвердительный ответ на соответствующий вопрос в опросном листе.

(см. Табл. 5). Согласно отчетным данным 2015 г., только за последний год участие в партнерских программах с компаниями-покупателями позволило поставщикам сократить выбросы парниковых газов более чем на 3,5 млн. тонн CO₂-экв.

Сегодня уже многие крупные компании вовлекают своих поставщиков в совместную деятельность по сокращению выбросов парниковых газов. Так, компания Coca-Cola помогает своим поставщикам внедрять устойчивые методы ведения сельского хозяйства, снижать использование упаковочных материалов, уменьшать углеродный след автоматов по продаже прохладительных напитков. А компания LEGO регулярно проводит выездные инновационные мероприятия для стимулирования сотрудничества с поставщиками, укрепления партнерских отношений, создания общих ценностей и определения перспективных совместных проектов по сокращению выбросов парниковых газов.

В 2015 г. поставщики компании AT&T, на долю которых приходится более половины ее расходов, сообщили о том, что ведут мониторинг выбросов парниковых газов и имеют установленные цели по их сокращению. Это позволили компании AT&T на год раньше достичь поставленных целей по снижению углеродоемкости своих услуг.

Компания L'Oréal планирует в ближайшие несколько лет оказывать необходимую помощь своим поставщикам с тем, чтобы к 2020 г. поставщики, на долю которых приходится в общей сложности 80% прямых расходов компании, смогли определить цели по сокращению выбросов парниковых газов и начать отчитываться о своей климатической деятельности

через CDP. За последний год благодаря тесному сотрудничеству с компанией L'Oréal ее поставщики смогли сократить выбросы парниковых газов в среднем на 207 тыс. тонн CO₂-экв.

Аналогичные цели ставят и другие ведущие компании-участники программы CDP по климатической оценке цепочки поставок, в том числе Accenture, Cisco Systems, Johnson Controls, Kellogg, KPMG, MetLife, National Grid, Sky и др.¹⁰ ▽

10 <https://www.cdp.net/CDPResults/committing-to-climate-action-in-the-supply-chain.pdf>

Климатический рейтинг: как выбиться в лидеры

Каждый год компании, участвующие в программе CDP по раскрытию климатической информации, оцениваются по двум критериям: климатическая открытость и климатическая эффективность.¹¹

Оценка эффективности климатических действий компаний основывается на анализе ежегодно представляемых компаниями данных об осуществляемых ими мерах по смягчению изменений климата, адаптации к этим изменениям и обеспечению прозрачности своей деятельности в климатической сфере. Высокий рейтинг климатической эффективности означает, что компания максимально полно и достоверно измеряет свой углеродный след, верифицирует его с помощью независимой уполномоченной организации, а также эффективно управляет своим углеродным следом, ставя перед собой амбициозные цели по сокращению выбросов парниковых газов и последовательно достигая этих целей за счет реализации мер, направленных на сокращение выбросов парниковых газов как от собственной деятельности, так и по цепочке поставок.

Рейтинг климатической открытости оценивает полноту и качество представленных компанией сведений о климатической деятельности. Высокий рейтинг означает, что компания предоставила всеобъемлющую информацию об измерении своего углеродного следа и управлении им, о своей климатической стратегии, методах управления рисками, а также об итогах работы за прошедший год. Компании, получившие наивысшие оценки (рейтинги) по критерию климатической эффективности, заносятся затем в **Климатический Список «А»** (The Climate A List).

Чтобы войти в Климатический список «А», компания должна:

- Заполнить анкету онлайн на сайте CDP и указать, что подготовленный таким образом отчет является публичным (открыт для любых заинтересованных лиц);
- Получить общий балл (оценку) по критерию климатической эффективности выше 85;
- Набрать максимальный балл по критерию эффективности за ответ на вопрос о сокращении абсолютного объема выбросов парниковых газов за последний год в результате реализации мероприятий по сокращению выбросов (4% или выше в 2015 г.);
- Предоставить данные о валовых глобальных выбросах парниковых газов в части прямых и энергетических косвенных выбросов;
- Набрать максимальный балл за верификацию выбросов парниковых газов в части прямых и энергетических косвенных выбросов (верифицировано 70% сокращений и более)

■ CDP оставляет за собой право исключить из Списка А любую компанию, если что-либо в ее ответе или в другой общедоступной информации ставит под сомнение ее соответствие критериям для включения в список.

Примечание: Если компания имеет достаточно высокий рейтинг эффективности для включения ее в Список А, но при этом не удовлетворяет остальным требованиям для включения в Список А, ей присваивается Рейтинг эффективности А, но в Список А она не включается.

Рейтинги компаний публикуются в докладах CDP, на портале компании Bloomberg, в интернет-сервисе Google Finance и на сайте немецкого биржевого концерна Deutsche Boerse.

Аналогичным образом при участии постоянного партнера CDP, компании First Carbon Solutions, определяются рейтинги климатической открытости и климатической эффективности компаний-поставщиков. Анкета, на которую отвечают поставщики, во многом похожа и повторяет анкету, которую заполняет компании по запросу инвесторов, но имеет и ряд существенных отличий, обусловленных положением поставщиков и их ролью в формировании стоимости и углеродного следа конечного продукта.

Лучшие компании-поставщики, получившие наивысшие рейтинги климатической эффективности, включаются в **Климатический список «А» поставщиков** (The Supplier Climate A List).

Климатический Список «А» компаний-лидеров климатического рейтинга приведен в Приложении 2, Климатический Список «А» поставщиков – в Приложении 3.

Критерии оценки эффективности климатической деятельности компаний, как и показатели, на которых эти критерии строятся, постоянно совершенствуются с учетом достигнутых компаниями результатов, новейших трендов, а также стоящих перед мировым сообществом целей по смягчению климатических изменений. Новая система оценки деятельности компаний и определения лидеров, которую CDP запускает с 2016 г., значительно поднимает планку и требует от компаний-лидеров не просто действий по контролю и снижению выбросов парниковых газов, а таких действий, которые отвечали бы целям и задачам, сформулированным в Парижском соглашении. Чтобы быть лидером сегодня, мало делать то, что делали лидеры вчера. Надо делать больше и лучше. Надо идти дальше и быть впереди. ■

¹¹ CDP придерживается строгих принципов исключения личной заинтересованности при выставлении оценок и рейтингов компаниям. Подробнее об этом см. <https://www.cdp.net/Documents/Guidance/2015/CDP-conflict-of-interest-policy.pdf>

Климатическая деятельность российских компаний: от одиночных проектов к полноценным стратегиям

До 2013 года действия российских компаний по смягчению климатических изменений сводились почти исключительно к реализации проектов, направленных на сокращение выбросов парниковых газов, в рамках механизма совместного осуществления проектов, предусмотренного статьей 6 Киотского протокола. В условиях экономического кризиса, падения доходов от экспорта и острого дефицита ликвидности возможность продать на рынке достигнутые сокращения выбросов служила едва ли не единственным стимулом, побуждавшим компании к деятельности в климатической сфере.

Пожалуй, только Архангельский ЦБК пошел дальше других, разработал климатическую стратегию и план действий по сокращению выбросов парниковых газов, сначала на период до 2012 г., а затем и до 2020 г., и сделал их частью своей долгосрочной бизнес-стратегии. В целом же, для большинства российских компаний интерес к проблеме изменения климата и сокращению выбросов парниковых газов был преимущественно конъюнктурным, тактическим.

Тем не менее, участие в проектах по сокращению выбросов парниковых газов стало для компаний хорошей начальной школой, помогло освоить базовые понятия, подходы, принципы организации работы. Жаль только, что эта школа работала неэффективно, и лишь немногие смогли через нее пройти.

Законодательство, регулирующее порядок разработки и реализации проектов для целей статьи 6 Киотского протокола в Российской Федерации, было в основном принято в 2007 г., но после этого дважды, в 2009 г. и 2011 г., пересматривалось. Каждый такой пересмотр сопровождался временной (и довольно длительной) приостановкой действия механизма. В итоге первый проект был одобрен уполномоченным государственным органом, Министерством экономического развития России, только в июне 2010 г. А уже в мае 2012 г. Министерство прекратило прием заявок на утверждение проектов по сокращению выбросов парниковых газов для целей статьи 6 Киотского протокола. И, как оказалось, навсегда. Поскольку Россия не стала брать на себя международных количественно определенных обязательств по ограничению и сокращению выбросов парниковых газов в рамках Киотского протокола на второй период его действия (2013–2020 гг.), в результате чего механизмы гибкости Киотского протокола, в том числе механизм совместного осуществления проектов, стали для России недоступны.

Интересно, что, отказавшись принимать на себя международные обязательства по ограничению и сокращению выбросов парниковых газов в рамках Киотского протокола, Россия уже на следующий год установила соответствующую внутреннюю цель. Указ Президента России от 30.09.2013 №752 предписывает к 2020 г. сократить выбросы парниковых газов до уровня не выше 75% от выбросов 1990 г. Чем был обоснован выбор в пользу внутренней цели вместо аналогичного

международного обязательства, остается только гадать.

Так или иначе, к 2013 г. Россия оказалась «вне игры». Примерно в это же время случился коллапс на мировом углеродном рынке и цены на сокращения выбросов упали до неприлично низкого уровня. В итоге интерес российских компаний к климатической тематике был во многом подорван.

За тот относительно короткий период, пока механизм совместного осуществления проектов по сокращению выбросов парниковых газов был доступен и представлял коммерческий интерес, его опробовали на себе 75 российских компаний из самых разных отраслей – нефтяной и газовой промышленности, черной и цветной металлургии, электроэнергетики, химической, целлюлозно-бумажной, деревообрабатывающей промышленности, жилищно-коммунального хозяйства. В том числе такие крупнейшие российские компании, лидеры в своих отраслях, как Газпром, Роснефть, Сургутнефтегаз, Лукойл, Новатэк, Русал, Евраз, Металлоинвест, ТМК, Группа «Илим», Архангельский ЦБК, Лесозавод 25 и другие.

Всего для целей совместного осуществления было утверждено 108 проектов; в совокупности они позволяли сократить выбросы парниковых газов на 311,5 млн. тонн CO₂-экв. за период с 2008 по 2012 гг. По результатам реализации этих проектов было выпущено в обращение 263,4 млн. единиц сокращения выбросов (ECB),¹² 237,5 млн. из них продано на рынке иностранным приобретателям.

Результаты могли бы быть и лучше (выше). Но в 2011 г. Правительство России установило лимит в размере 300 млн. тонн CO₂-экв. на все проекты совместного осуществления, ограничив тем самым общий объем ECB, которые могут быть выпущены в обращение в рамках таких проектов. Позднее, в 2013 г., от лимита на выпуск ECB по утвержденным проектам отказались, но было уже поздно.

Подготовка и принятие Парижского соглашения стали новым стимулом для российских компаний. Поворот мировой экономики к модели устойчивого низкоуглеродного развития, хотя и не стал еще свершившимся фактом, но уже вполне проявился как глобальный долгосрочный тренд, которому необходимо соответствовать, чтобы сохранить или укрепить позиции на рынке и не разочаровать кредиторов и инвесторов. Однако в отличие от механизма совместного осуществления проектов, который давал компаниям возможность получать непосредственную экономическую выгоду от сокращения выбросов здесь и сейчас, такие аргументы в пользу уменьшения углеродного следа компании, как конкурентоспособность, кредитоспособность и инвестиционная привлекательность, не столь очевидны и считаются (воспринимаются) не сразу.

Тем не менее, крупнейшие российские компании,

12 1 ECB = 1 тонна CO₂-экв.

в основном те из них, которые ориентированы на внешние рынки, приняли вызов и начали постепенно перестраивать свою деятельность с учетом климатических факторов. Прежде всего, это касается отчетности. Сегодня считается хорошим тоном включать данные о выбросах парниковых газов и о мерах по их сокращению в отчеты о социальной ответственности, устойчивом развитии компаний и другие нефинансовые отчеты. Соответствующие данные можно найти, например, в отчетах таких компаний, как Газпром, Уралкалий, Полюс Золото, ЕВРАЗ, Архангельский ЦБК.

Отдельные, самостоятельные отчеты о выбросах парниковых газов, выпускают две российские компании – ЕВРАЗ и Архангельский ЦБК. Причем первый, имея штаб-квартиру в Лондоне, делает это, в основном, подчиняясь требованиям корпоративного законодательства Великобритании, а второй – сугубо добровольно, руководствуясь собственной климатической политикой и стратегией. В этом ряду стоит упомянуть также компанию НКНХ, которая третий год подряд по запросу своих покупателей, компаний Pirelli и Bridgestone, готовит в формате CDP отчеты о выбросах парниковых газов, углеродоемкости поставляемой на рынок продукции, а также о предпринимаемых действиях по их контролю и снижению.

Таблица 6. Участие российских компаний в программе раскрытия климатической информации CDP

Компания	2013	2014	2015
Архангельский ЦБК		▼	▼
Банк «Возрождение»	▼	▼	▼
Газпром	▼	▼	▼
ЕВРАЗ	▼	▼	▼
Красноярская ГЭС	▼	▼	▼
Лукойл		▼	▼
МОЭСК	▼		
НОВАТЭК	▼	▼	▼
Полиметалл			▼
РУСАЛ	▼		
РусГидро			▼
Сургутнефтегаз	▼	▼	
ТГК-1	▼		
Уралкалий	▼	▼	▼

Аналогичные отчеты по запросу инвесторов ежегодно представляют в CDP порядка 10 российских компаний, т.е. только каждая десятая из примерно 100 крупнейших (по уровню капитализации) российских компаний, которым CDP направляет такие запросы. Состав компаний, представляющих отчеты в CDP, непостоянен. Однако на протяжении последних трех лет в этом списке неизменно присутствуют Газпром, ЕВРАЗ, Красноярская ГЭС, НОВАТЭК, Уралкалий и Банк «Возрождение» (см. Табл. 6).

Но времена меняются. Совсем скоро российские компании, по крайней мере, наиболее крупные из них, будут обязаны ежегодно отчитываться о своих выбросах парниковых газов, а затем выбросы парниковых газов основных компаний-эмитентов станут объектов государственного регулирования. Это предусматривает утвержденный Правительством России План мероприятий по выполнению упомянутого выше указа Президента России от 30.09.2013 №752.¹³

Во исполнение этого Плана распоряжением Правительства России от 22.04.2015 №716-р утверждена Концепция формирования системы мониторинга, отчетности и проверки объема выбросов парниковых газов в Российской Федерации. Согласно документу, начиная с 2017 г. обязанность ежегодно представлять отчеты о выбросах парниковых газов, включая прямые и энергетические косвенные выбросы, будет возложена на все организации с объемом выбросов парниковых газов более 50 тыс. тонн CO₂-экв. в год, а также на все без исключения организации, занятые авиационными, железнодорожными, морскими и речными перевозками.

Приказом Министерства природных ресурсов и экологии России от 30.06.2015 №300 утверждены Методические указания и руководство по количественному определению объема выбросов парниковых газов организациями, осуществляющими хозяйственную и иную деятельность в Российской Федерации. Этот документ содержит требования к количественному определению выбросов парниковых газов от различных источников и к подготовке корпоративных отчетов о выбросах парниковых газов.

Приказом Министерства экономического развития России от 28.11.2014 №767 утверждены Методические рекомендации по разработке показателей сокращения объема выбросов ПГ по секторам экономики. Документ предусматривает определение абсолютных, удельных (на единицу продукции) и относительных (в сравнении с базовым годом) показателей сокращения выбросов ПГ. Разработка соответствующих показателей должна быть завершена к сентябрю 2016 г.

До декабря 2016 г. должны быть разработаны

¹³ План утвержден распоряжением Правительства РФ от 02.04.2014 №504-р, изменен распоряжением Правительства РФ от 06.05.2015 № 807-р

Таблица 7. Климатические рейтинги CDP российских компаний

Компания	2013	2014	2015
Архангельский ЦБК	–	77 C	90 B
Газпром	62 C	66 C	65 D
Полиметалл	–	–	84 E
ЕВРАЗ	22	62 E	69 E
Красноярская ГЭС	–	63 E	56 E
НОВАТЭК	40	50 E	54 E
РусГидро	–	–	54 E
Уралкалий	41	40	53 E
ЛУКОЙЛ	–	16	40
Банк «Возрождение»	–	22	34
Сургутнефтегаз	23	23	–

и представлены сценарии регулирования выбросов парниковых газов в Российской Федерации, а в сентябре 2017 г. – план действий по сокращению выбросов парниковых газов до 2020 г. и на перспективу до 2030 г. Для этого приказом Министерства экономического развития России от 12.11.2015 №841 образована специальная Межведомственная рабочая группа по экономическим аспектам охраны окружающей среды и регулирования выбросов парниковых газов, в состав которой вошли представители министерств и ведомств, общественных организаций и бизнес-объединений.

Определяемый на национальном уровне вклад Российской Федерации в смягчение глобальных климатических изменений был обнародован в марте 2015 г. Он предусматривает сокращение выбросов парниковых газов к 2030 г. на 20-25% от уровня 1990 г. при условии максимального учета поглощающей способности лесов. Строго говоря, этот вклад нельзя признать вполне адекватным, что подтверждает и строгая оценка, вынесенная ему консорциумом **Climate Action Tracker**.¹⁴

По словам Министерства природных ресурсов и экологии России, вклад Российской Федерации в смягчение глобальных климатических изменений может быть пересмотрен в сторону ужесточения еще до 2020 г. Ожидается также издание нового указа Президента России, в котором в развитие прежнего указа от 30.09.2013 №752 будут обозначены цели по сокращению выбросов

парниковых газов на период до 2030 г., а, возможно, и на более отдаленную перспективу.

Все эти перемены самым непосредственным образом затрагивают российские компании, причем не только крупнейшие из них, но также крупные и средние, и вызывают волну ответных действий.

Так, в декабре 2015 г. по инициативе компаний Русал, Сбербанк, Ингосстрах и Роснано было создано **Российское партнерство за сохранение климата**.¹⁵ Впоследствии к нему присоединились РусГидро, Алроса, ВТБ, Альфа-Банк и еще ряд организаций, в том числе ассоциация «Деловая Россия».

Глава компании РУСАЛ А.Дерипаска призывает к установлению единой глобальной цены на углерод в размере 15 долл. США за тонну CO₂-экв. с последующим ростом до 35 долл. США за тонну CO₂-экв. к 2030 г. Эта инициатива пока не находит широкой поддержки, но, как говорится, лиха беда начала. Архангельский ЦБК никаких таких инициатив не провозглашает, но при этом использует углеродную цену в размере 15 евро за тонну CO₂-экв. в расчетах при оценке инвестиционных проектов.

Архангельский ЦБК является единственной российской компанией, которая имеет количественно определенную цель (добровольное обязательство) по сокращению выбросов парниковых газов, относящуюся ко всему объему выбросов по компании в целом – минус 30% от уровня 1990 г. к 2020 г. С этим своим обязательством Архангельский ЦБК включен в единый реестр климатических инициатив (действий) NAZCA на сайте РКИК.¹⁶

Помимо Архангельского ЦБК, в реестре NAZCA упоминаются и некоторые другие российские компании. Например, РУСАЛ (правда, без количественно определенных целей по сокращению выбросов парниковых газов)¹⁷ и РЖД (как член Международного союза железнодорожников, европейские участники которого взяли на себя коллективное обязательство сократить выбросы парниковых газов на 50% к 2030 г. и на 75% к 2050 г.).¹⁸

Безусловным лидером климатического рейтинга CDP в России на протяжении двух лет подряд является Архангельский ЦБК (см. Табл. 7). Он значительно опережает конкурентов по обоим критериям – климатической открытости и климатической эффективности, и вплотную приблизился к показателям, позволяющим рассчитывать на почетное место в Климатическом списке «А» CDP. Это и является задачей компании на ближайшие два года. ▀

15 См. <http://www.climatepartners.ru>

16 См. <http://climateaction.unfccc.int/company/arkhangelsk-pulp-and-paper-mill>

17 См. <http://climateaction.unfccc.int/company/united-company-rusal>

18 См. [http://climateaction.unfccc.int/company/jsc-russian-railways-\(rzd\)](http://climateaction.unfccc.int/company/jsc-russian-railways-(rzd))

14 См. <http://climateactiontracker.org/countries.html>

Приложение 1.

Компании – участники программы CDP по оценке климатической устойчивости цепочек поставок

Наименование компании	Программы раскрытия информации по цепочке поставок		
Ведущие участники (глобальные бренды):			
Bank of America	▼		
Dell Inc.	▼	▼	▼
Goldman Sachs Group	▼		
Imperial Tobacco Group	▼	▼	
Juniper Networks, Inc.	▼	▼	▼
JT International S/A	▼	▼	▼
L'Oryal	▼	▼	▼
Microsoft Corporation	▼		
PepsiCo, Inc.	▼		
Philip Morris International	▼	▼	
PricewaterhouseCoopers LLP	▼		
Royal Philips	▼		▼
The Coca-Cola Company	▼		
The Lego Group	▼		
Wal-Mart Stores, Inc.	▼		▼
Ведущие участники (глобальные бренды):			
Abbott Laboratories	▼		▼
Accenture	▼		
Acer Inc.	▼		
Amdocs Ltd.	▼		
Arcos Dourados		▼	
AT&T Inc.	▼		▼
Banco Bradesco S/A	▼		
BMW Group	▼	▼	
Braskem S/A	▼		▼
Bridgestone Corporation	▼		
Bristol-Myers Squibb	▼		
British American Tobacco	▼		
BT Group	▼		▼
Caesars Entertainment	▼		
Caixa Geral de Depysitos	▼		
CIA Ultragaz	▼		▼
Cisco Systems, Inc.	▼		▼
CNH Industrial NV	▼		▼
Colgate Palmolive Company	▼	▼	
CSX Corporation	▼		
Deutsche Telekom AG	▼		
Diageo plc	▼	▼	▼
Eaton Corporation	▼		
Electronic Industry Citizenship Coalition	▼		

Наименование компании	Программы раскрытия информации по цепочке поставок		
Elopak	▼		
Enagas	▼		
Endesa	▼		
Fiat Chrysler Automobiles NV	▼		▼
Ford Motor Company	▼	▼	
Gas Natural Fenosa	▼		
General Motors Company	▼	▼	▼
IMI plc	▼		
Jaguar Land Rover	▼		▼
Johnson & Johnson	▼	▼	
Johnson Controls	▼		
KAO Corporation	▼	▼	
Kellogg Company	▼		
KPMG LLP	▼		
MetLife, Inc.	▼		▼
National Grid	▼		▼
Nestl	▼		
Nissan Motor Company	▼	▼	
Nokia Group	▼		▼
Northrop Grumman Corporation	▼		
Pirelli	▼		
Rexam	▼		
SABMiller	▼		
S.C. Johnson & Son, Inc.	▼	▼	
Sky plc	▼		▼
Sopra Steria Group	▼		
Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc.	▼		
Swisscom	▼		
Taisei Corporation	▼		
Toyota Motor Corporation	▼	▼	
Unilever plc	▼	▼	▼
U.S. General Services Administration	▼		
Vodafone Group	▼		
Volkswagen Group	▼		
Wal-Mart de Mexico	▼		▼
World Resources Institute (WRI)	▼		



- Изменение климата



- Водные ресурсы



- Взаимные действия

Приложение 2.

Климатический список «А»

Название компании	Страна	Название компании	Страна
Потребительский сектор			
Best Buy Co., Inc.	США	Grupo Financiero Banorte SAB de CV	Мексика
BMW AG	Германия	Host Hotels & Resorts, Inc.	США
Coway Co., Ltd.	Южная Корея	ING Group	Нидерланды
Fiat Chrysler Automobiles NV	Италия	Intesa Sanpaolo S.p.A.	Италия
Las Vegas Sands Corporation	США	Investa Office Fund	Австралия
LG Electronics	Южная Корея	Investec Limited	ЮАР
Melia Hotels International SA	Испания	Kiwi Property Group	Новая Зеландия
NH Hotel Group	Испания	Macerich Co.	США
Nissan Motor Co., Ltd.	Япония	EMC Corporation	США
Sky UK Limited	Великобритания	Google Inc.	США
Sony Corporation	Япония	Hewlett-Packard	США
WyndhamWorldwide Corporation	США	Hitachi, Ltd.	Япония
YOOX SpA	Италия	Juniper Networks, Inc.	США
Производство товаров массового потребления		LG Innotek	Южная Корея
Asahi Group Holdings, Ltd.	Япония	Microsoft Corporation	США
Brown-Forman Corporation	США	Nokia Group	Финляндия
Diageo Plc	Великобритания	Samsung Electro-Mechanics Co., Ltd.	Южная Корея
J Sainsbury Plc	Великобритания	Samsung Electronics	Южная Корея
Kesko Corporation	Финляндия	Сырье и материалы	
Kirin Holdings Co Ltd	Япония	BillerudKorsnäs	Швеция
L'Oréal	Франция	Givaudan SA	Швейцария
Nestl	Швейцария	Harmony Gold Mining Co Ltd	ЮАР
Philip Morris International	США	International Flavors & Fragrances Inc.	США
SABMiller	Великобритания	Kumba Iron Ore	ЮАР
Suntory Beverage & Food	Япония	Sealed Air Corp.	США
Unilever Plc	Великобритания	MAPFRE	Испания
Энергетический комплекс		Nedbank Limited	ЮАР
Galp Energia SGPS SA	Португалия	Principal Financial Group, Inc.	США
PTT Exploration & Production Public Co Ltd	Таиланд	Raiffeisen Bank International AG	Австрия
Финансовый сектор		Shinhan Financial Group	Южная Корея
Bank of America	США	Simon Property Group	США
BNY Mellon	США	Standard Chartered	Великобритания
CaixaBank	Испания	State Street Corporation	США
Citigroup Inc.	США	T.GARANTI BANKASI A.S.	Турция
Credit Swisse	Швейцария	The Hartford Financial Services Group, Inc.	США
Dexus Property Group	Австралия	Здравоохранение	
Foncière des Régions	Франция	Roche Holding AG	Швейцария

Название компании	Страна
Промышленные предприятия	
Abengoa	Испания
Carillion	Великобритания
CNH Industrial NV	Великобритания
CSX Corporation	США
Dai Nippon Printing Co., Ltd.	Япония
Deutsche Bahn AG	Германия
Deutsche Post AG	Германия
Ferrovial	Испания
Huber + Suhner AG	Швейцария
Hyundai E&C	Южная Корея
Kingspan Group PLC	Ирландия
Kone Oyj	Финляндия
Obrascon Huarte Lain (OHL)	Испания
Pitney Bowes Inc.	США
Raytheon Company	США
Royal BAM Group NV	Нидерланды
Royal Philips	Нидерланды
Samsung C&T	Южная Корея
Samsung Engineering	Южная Корея
Schneider Electric	Франция
Senior Plc	Великобритания
Shimizu Corporation	Япония
Siemens AG	Германия
Stanley Black & Decker, Inc.	США

Название компании	Страна
United Technologies Corporation	США
Информационные технологии	
Accenture	Ирландия
Adobe Systems, Inc.	США
Alcatel - Lucent	Франция
Apple, Inc.	США
Atos SE	Франция
Autodesk, Inc.	США
Cisco Systems, Inc.	США
Symrise AG	Германия
The Mosaic Company	США
Телекоммуникации	
Proximus (бывшая Belgacom)	Бельгия
KT Corporation	Южная Корея
LG Uplus	Южная Корея
Sprint Corporation	США
Swisscom	Швейцария
Telefonica	Испания
Telenor Group	Норвегия
Электроэнергетика	
ACCIONA S.A.	Испания
E.ON SE	Германия
EDP – Energias de Portugal S.A.	Португалия
Entergy Corporation	США
Iberdrola SA	Испания

Приложение 3.

Климатический список «А» поставщиков

Название компании	Страна	Название компании	Страна
Потребительский сектор			
BMW AG	Германия	Samsung C&T	Южная Корея
Fiat Chrysler Automobiles NV	Италия	Schneider Electric	Франция
LG Electronics	Южная Корея	Shimizu Corporation	Япония
Melia Hotels International SA	Испания	Siemens AG	Германия
NH Hotel Group	Испания	Stanley Black & Decker, Inc.	США
Sky UK Limited	Великобритания	United Technologies Corporation	США
Sony Corporation	Япония	Информационные технологии	
Производство товаров массового потребления		Accenture	Ирландия
Brown-Forman Corporation	США	Alcatel - Lucent	Франция
Diageo Plc	Великобритания	Alphabet, Inc.	США
Emsland	Германия	Apple, Inc.	США
L'Oréal	Франция	Atos SE	Франция
Nestlé	Швейцария	Autodesk, Inc.	США
Unilever Plc	Великобритания	Cisco Systems, Inc.	США
Энергетический комплекс		EMC Corporation	США
Galp Energia SGPS SA	Португалия	Hewlett-Packard	США
Финансовый сектор		Hitachi, Ltd.	Япония
Bank of America	США	Juniper Networks, Inc.	США
BNY Mellon	США	Nokia Group	Финляндия
Citigroup Inc.	США	Microsoft Corporation	США
MAPFRE	Испания	Samsung Electronics	Южная Корея
State Street Corporation	США	Samsung Electro-Mechanics Co., Ltd.	Южная Корея
Здравоохранение		Сырье и материалы	
Roche Holding AG	Швейцария	BillerudKorsnäs	Швеция
Промышленные предприятия		FIRMENICH SA	Швейцария
Abengoa	Испания	Givaudan SA	Швейцария
Carillion	Великобритания	International Flavors & Fragrances Inc.	США
CNH Industrial NV	Великобритания	Sealed Air Corp.	США
CSX Corporation	США	Symrise AG	Германия
Dai Nippon Printing Co., Ltd.	Япония	Телекоммуникации	
Deutsche Bahn AG	Германия	Proximus	Бельгия
Deutsche Post AG	Германия	Sprint Corporation	США
FERROVIAL	Испания	Swisscom	Швейцария
Huber + Suhner AG	Швейцария	Telefonica	Испания
Kone Oyj	Финляндия	Telenor Group	Норвегия
Obrascon Huarte Lain (OHL)	Испания	Электроэнергетика	
Pitney Bowes Inc.	США	ACCIONA S.A.	Испания
Royal Philips	Нидерланды	Entergy Corporation	США
		Iberdrola SA	Испания

Название малого/среднего предприятия	Страна
Потребительский сектор	
Gerber Gear	США
Производство товаров массового потребления	
Mario Camacho Foods, Llc.	США
Сырье и материалы	
Kurita do Brasil	Бразилия

Соисполнитель проекта



Финансовая поддержка



Important Notice

The contents of this report may be used by anyone providing acknowledgement is given to CDP Worldwide (CDP). This does not represent a license to repackage or resell any of the data reported to CDP or the contributing authors and presented in this report. If you intend to repackage or resell any of the contents of this report, you need to obtain express permission from CDP before doing so.

CDP has prepared the data and analysis in this report based on responses to the CDP 2015 information request. No representation or warranty (express or implied) is given by CDP as to the accuracy or completeness of the information and opinions contained in this report. You should not act upon the

information contained in this publication without obtaining specific professional advice. To the extent permitted by law, CDP does not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this report or for any decision based on it. All information and views expressed herein by CDP are based on their judgment at the time of this report and are subject to change without notice due to economic, political, industry and firm-specific factors. Guest commentaries where included in this report reflect the views of their respective authors; their inclusion is not an endorsement of them.

CDP, their affiliated member firms or companies, or their respective shareholders, members, partners, principals, directors, officers and/or employees, may have a position in the securities of the companies discussed herein. The securities of the companies mentioned in this document may not be eligible for sale in some states or countries, nor suitable for all types of investors; their value and the income they produce may fluctuate and/or be adversely affected by exchange rates.

'CDP Worldwide' and 'CDP' refer to CDP Worldwide, a registered charity number 1122330 and a company limited by guarantee, registered in England number 05013650.

© 2016 CDP Worldwide. All rights reserved.

Контактная информация:

CDP

**Пол Дикинсон
(Paul Dickinson)**
Председатель Совета директоров

**Пол Симпсон
(Paul Simpson)**
Генеральный директор

**Франсис Уэй
(Frances Way)**
Операционный со-директор

**Сью Хауэлдс
(Sue Howells)**
Операционный со-директор

**Маркус Нортон
(Marcus Norton)**
Директор по работе с инвесторами

**Дэниел Тернер
(Daniel Turner)**
Руководитель департамента раскрытия информации

**Джеймс Халс
(James Hulse)**
Руководитель департамента инвестиционных инициатив

**Антигона Теодору
(Antigone Theodorou)**
Директор по международной деятельности

CDP

3-й этаж, Квадрант Хаус
4, площадь Томаса Мора
улица Томаса Мора
Лондон, E1W 1YW
Великобритания
Тел: +44 (0) 2038183900
www.cdp.net
info@cdp.net

ЦЭИ

Михаил Юлкин
Генеральный директор

Владимир Дьячков
Руководитель департамента парниковых газов

Юлия Счастливая
Менеджер проекта

Валерия Москвина
Переводчик

ЦЭИ
Россия, 163000,
г. Архангельск,
Троицкий пр-т, д. 38,
офис 426
Тел.: +7 8182 210 446
eic@eic-ano.ru

Посольство Великобритании в России

Филип Дуглас
Первый секретарь посольства,
руководитель отдела
климатической безопасности
и низкоуглеродного развития

Лия Коробова
Старший советник, отдел
климатической безопасности
и низкоуглеродного развития

**Посольство Великобритании
в России**
Россия, 121099,
г. Москва,
Смоленская наб., д. 10
Тел.: +7 495 956 7200
ukinrussia@fco.gov.uk

Отчет подготовил

Михаил Юлкин
Моб: +7 916 6352385
yulkin.ma@gmail.com