

ESG как четвертое измерение

Независимый директор «РУСАЛА» и CEO EM Анна Василенко – о новых практиках корпоративного управления

Влияние ESG на корпоративное управление: рынок акций и diversity в широком смысле

Корпоративное управление в России успешно развивается более 20 лет. Структура российского фондового рынка формировалась таким образом, что в большинстве публичных компаний есть мажоритарный акционер. В процессе приватизации и залоговых аукционов крупные собственники или их группы приобретали компании, и в последствии размещали часть их акций международным инвесторам. Можно по пальцам одной руки пересчитать крупные компании, у которых [free float](#) больше 50%, их всего три – «Детский мир», «Московская биржа» и «Магнит». Соответственно, в такой ситуации миноритарии были обеспокоены возможностью ущемления их интересов в пользу основного владельца. И соответственно, с тех пор в России значительное внимание уделялось фактору G- у регуляторов был фокус на корпоративное управление, на раскрытие информации. По этому направлению мы находимся в лидерах. У нас хороший Кодекс корпоративного управления, много для его создания, внедрения и контроля за исполнением его принципов сделал Банк России.

Сегодня появляются новые причины и инструменты давления общества на крупных собственников. Чудесный новый мир инновационных медиа-ресурсов, социальных сетей, телеграм-каналов и мессенджеров создает предпосылки к тому, чтобы розничные инвесторы начали объединяться. Новости и идеи, которые двигаются через сети, часто подхватываются большим количеством физических лиц, и это часто значительно влияет на цену акций. Есть прекрасный пример компании «Самолет», которая сделала IPO в 2020 году только для ритейл-инвесторов, сейчас цена акций выросла более чем в пять раз в том числе за счет того, что они продвигали свою инвестиционную историю для этой

группы инвесторов.

Последний тренд связан с понятием диверсификации управления компании. Все начинают хихикать и вспоминать про меньшинства. Однако речь идет не только про меньшинства в сексуальном и этническом смысле, а в первую очередь о том, чтобы в совете директоров были представлены специалисты, которые имеют разный опыт, разный возраст и разные мнения для того, чтобы решения Совета не были однобокими.

Одно из [последних исследований](#) на эту тему анализировало компании из индекса S&P 500 во время пандемии и сделало вывод, что компании с более диверсифицированными Советами директоров добились гораздо лучших финансовых результатов в такое непростое, турбулентное время – другими словами оказались более устойчивыми.

Когда мы переходим в профессиональную, а не популистскую плоскость, где слово «диверсификация» используется не в качестве яркого заголовка, то можно понять, что эта тема очень глубокая и интересная.

Горизонт планирования: каким он должен быть?

В первую очередь нужно оценивать текущее внимание к теме ESG с точки зрения перевода трехмерного мира в четырехмерный, в котором воспринимается такой важный фактор, как время. От компаний и Советов директоров требуется думать не только о том, что происходит «здесь-и-сейчас», но и о том, что будет через 10 и даже через 50 лет. Это требует оценки стратегии компании через моделирования влияния существенных долгосрочных изменений климата, потребительских предпочтений, появления новых продуктов и источников энергии. Конечно, компании, которые думали об устойчивом развитии, о том, как будет меняться их стратегия не только в период бюджетного планирования, но на период 30+ лет, получают высокие оценки их ESG практик.

«Компании, которые думали об долгосрочной стратегии 30+ лет, а не только на период бюджетного планирования, наиболее приспособлены для того, чтобы показывать хорошие результаты в сфере ESG»

Например, можно рассмотреть модель, в рамках которой будут меняться структура населения или климат на протяжении десятилетий, и как компания будет отвечать на эти вызовы, какие новые бизнес практики будут востребованы – все это поможет задуматься акционерам, захотят ли они остаться в таком бизнесе.

Что заставляет компании смотреть на такую дальнюю перспективу? Во многом – это личный выбор собственника либо членов совета директоров, которые хотят ответа на вопрос, что может быть с компанией через 30 или даже через 50 лет. Обычно фактор времени рассматривается компаниями, особенно российскими, в краткосрочной или среднесрочной перспективе, но никак не в перспективе 30+ лет.

Горизонт планирования очень связан с отраслью. Например, ресурсные компаний компании должны оценивать свои разведанные запасы, и отражать в отчетности на сколько десятилетий их хватит. Поэтому я не согласна с тезисом, что наиболее долгосрочный mindset у технологических компаний. Они, скорее, мыслят на среднесрочную перспективу, сильно подвержены влиянию потребителей и должны адаптироваться под их текущие запросы. Но место для долгосрочного планирования есть, потому что потребители начинают задумываться об экологии, о том, что будет завтра с нашей планетой.

Успешные кейсы реализации ESG-программ

СИБУР не публичная компания, но хочется отметить уровень раскрытия нефинансовой информации: прекрасный годовой отчет, который совмещен с отчетом об устойчивом развитии, где раскрыто много дополнительной информации обо всех аспектах ESG.

По данным Sustainalytics, в ESG риск-рейтинге СИБУР входит в 1% компаний с самым низким уровнем риска среди представителей нефтехимического сектора в категории «базовая химия».

КЕЙС: «Газпром нефть»

Еще один пример, который подтверждает, что сырьевые компании могут создавать образцовые практики в области ESG – опыт «Газпром нефти». В текущем году компания объявила, что планирует сократить углеродную интенсивность деятельности на 30% к 2030 году. Уже сегодня компания многое сделала с точки зрения ESG. «Газпром нефть» проводит масштабную программу модернизации Омского и Московского нефтеперерабатывающих заводов с совокупным объемом инвестиций 700 млрд рублей до 2025 года, направленную на повышение энергоэффективности и экологичности производства, реализует проекты в области промышленной безопасности, разрабатывает пилотные ВИЭ-проекты, вкладывает в развитие регионов деятельности компании, а также развивает новые технологии, такие как улавливание и захоронение CO₂, а также производство экологически чистого водорода.

0 национальном аспекте

Тема ESG пока формируется довольно хаотично. Нельзя говорить о сложившемся глобальном контексте, хотя есть темы, которые беспокоят всех кросс-регионально, например, в первую очередь связанные с окружающей средой. Кого ни спросишь, все подпишутся под тем, что нужно беречь нашу планету. Однако темы, связанные с социальными вопросами, имеют в большей

степени национальный контекст, формируются под воздействием исторических особенностей. Если в Америке очень важно отсутствие расовой дискриминации, то в России это не звучит, потому что у нас другая история. При этом важны другие аспекты социальной тематики: у нас довольно низкие по сравнению с развитыми странами общий уровень жизни и социальная защита населения. Есть проблема моногородов и монорегионов, поддержки малых народов Севера – они могут выступать драйвером S повестки ESG в России.

Будущее устойчивого развития

Влияние на бизнес факторов устойчивого развития будет только возрастать. И кажется главной движущей силой становится молодёжь и дети. Они сильно обеспокоены своим будущим: проблемой климатических катастроф, чистого воздуха, переработкой мусора и конечно биоразнообразия. Например, будущим амурских тигров и белых медведей. Эти вопросы очень важны для молодого поколения, которое в будущем будет влиять и на финансовые рынки, и на политику компаний.

«Многие инвесторы стали задаваться вопросами об ответственном инвестировании. Политика компании в области устойчивого развития может существенно влиять на цену акций – если не сегодня, то завтра – а также на лояльность по отношению к компании со стороны потребителей и бизнес-партнеров»

Люди стали все чаще задаваться вопросами об ответственном инвестировании. Политика компании в области устойчивого развития может существенно влиять на цену акций – если не

сегодня, то завтра – а также на лояльность по отношению к компании со стороны потребителей и бизнес-партнеров.

«Руководители компаний понимают, что сейчас за ними смотрит очень много глаз, поэтому они должны себя вести очень честно, вдумчиво принимать ответственные решения, чтобы не попасть под действие cancel culture»

Есть тренд, который по-английски называется cancel culture. Он заключается в том, что общество может взять человека и просто аннулировать его как социальную единицу. Подобное давление особенно заметно на Западе, но уже просматривается и у нас. Поэтому руководители компаний должны себя вести очень честно, порядочно, вдумчиво принимать долгосрочные решения. Чем дальше пойдет практика cancel culture, тем больше она будет воздействовать на аккуратность публичных заявлений и предоставляемых данных.

[Читать на сайте: FINVERSIA](#)