

# 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 CO<sub>2</sub>, 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](#)**