

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА



ФОТО: DR

Устойчивые инновации

НИОКР новой промышленной революции — [стр. 146](#) →

Анилин из кукурузы и соломы — [стр. 149](#) →

Углеродный след и инвесторы — [стр. 152](#) →

НИОКР нашего времени

ТЕКСТ

Нина Блейман

Высокотехнологичные и экологичные. Эффективные, но не усиливающие социальное неравенство. Устойчивые инновации — это особое явление, сильно отличающееся от прошлых промышленных революций.



Понятие инновационной экономики еще в первой половине XX века предложил экономист Йозеф Шумпетер. Он полагал, что в основе экономического роста лежат технологические изменения и предпринимательский дух, а задачей правительства должно стать повышение производительности труда за счет инноваций, поскольку рыночные механизмы сами по себе на это неспособны. Однако лишь в постиндустриальную эпоху его идеи получили массовое признание. В преддверии же четвертой промышленной революции лозунг «инновации или смерть» начертала на своих скрижалях практически все крупнейшие компании мира.

Не ради конвейера

Впрочем, новое время принесло и новые вызовы: человечество обнаружило, что истощение природных ресурсов, изменение климата и нарушение прав

Китайская технологическая революция

С начала века КНР более чем в два раза увеличила расходы на НИОКР — с 0,9% ВВП в 2000 году до 2,1% в 2016-м, что соответствует уровню наиболее развитых экономик мира: у США, мирового лидера по этому показателю, он составляет 2,79% ВВП.

В абсолютном выражении китайские расходы на разработки выросли еще значительно — с \$10,9 млрд до \$232 млрд, причем 77% финансирования пришлось на долю бизнеса. Страна проводит агрессивную инновационную политику, закрепленную правительственными про-

граммами развития науки и техники до 2020 года, 13-летним планом и инициативами «Сделано в Китае — 2025» и «Один пояс — один путь». Помимо развития собственных технологий китайские инвесторы активно вкладываются в западные компании в целях импорта технологий и не гнушаются незаконным копированием интеллектуальной собственности, вызывая недовольство в Европе и США. На внутреннем рынке китайские власти, напротив, жестко контролируют совместные предприятия, стремясь не допустить обратного оттока технологий.

человека — слишком высокая цена за экономический рост, ориентирующийся на увеличение потребления.

Теперь инновации призваны не только повышать эффективность производства или создавать новые рынки, продукты и услуги, но и решать социальные и экологические проблемы — не на уровне концептов, а в качестве коммерчески применимых технологий. Это означает, что соображения устойчивости (экологической, социальной и финансовой) должны быть встроены в саму структуру бизнес-модели компании. Такие критерии, как производственные показатели и экологическое воздействие, прибыль и миссия, человеческое благополучие и защита окружающей среды, интегрируются в единую модель, а не противопоставляются друг другу. Благодаря этому ограничения, накладываемые принципами устойчивости, не сокращают производство, а стимулируют поиск новых материалов, процессов и дизайна. Примерами реализации устойчивых инноваций могут служить так называемые пассивные или энергосберегающие здания, гибридный и электротранспорт, создание биотоплива и биополимеров взамен нефтехимических продуктов, а также различные элементы экономики совместного потребления — например, каршеринг.

Социально ориентированный рынок

В отличие от традиционных инноваций, направленных на решение частной проблемы заинтересованной группы лиц (чаще всего — повышение прибыли акционеров), устойчивые инновации несут в себе социально значимые эффекты, так что одним из стейкхолдеров этого процесса становится общество в лице государства. Осознание им своей роли позволяет создать благоприятный регуляторный режим для компаний-лидеров и подтолкнуть отстающих в сторону более устойчивых бизнес-моделей.

Непосредственное участие государства требуется в регулировании сферы защиты окружающей среды, здравоохранения, образования, безопасности, экономики и рынка труда для перестройки таких масштабных систем, как транспорт или сельское хозяйство, где бизнес не может справиться собственными силами. Кроме того, задачей государства должна стать координация национальной политики и целей устойчивого развития с другими странами.

Синергия государства и бизнеса в вопросе устойчивых инноваций позволяет создать обоюдно выигрышную ситуацию. Например, директива ЕС 2002 года об электронных отходах, обязывавшая производителей оборудования платить за его последующую переработку процент с продаж, подтолкнула компанию HP в сотрудничестве с Sony, Braun и Electrolux к созданию собственной системы переработки в Европе. В течение следующих пяти лет к ней присоединились более тысячи компаний из 30 стран, а объем переработки достиг 20% всего оборудования, подпавшего под действие директивы. Сама HP заработала более \$100 млн.

Другим аспектом устойчивых инноваций становится доступ к передовым технологиям не только в странах

с высоким уровнем жизни, но и в развивающихся странах. Так, многие компании, взявшие на себя обязательства выстраивать свой бизнес в соответствии с «Целями устойчивого развития» ООН, внедряют в свои стратегические планы проекты, которые смогут улучшить условия и качество жизни в странах с развивающейся и переходной экономикой.

«Внедряя инновационные технологии и продукты в развивающихся странах, мы преследуем благородную цель — сделать мир достойным местом для проживания», — комментирует Албена Васильева, руководитель направления коммуникаций и устойчивого развития ООО «Ковестро». Одной из инициатив концерна Covestro, реализуемой в сотрудничестве с партнерами, государственными структурами и неправительственными организациями, стал проект по строительству доступного жилья. Начался он в странах Азии и Ближнего Востока, где были сделаны инновационные разработки для производства строительных материалов, по сути, из подручного сырьевого материала, что позволило быстро строить недорогие, но качественные дома. Но такие проекты, отмечает Албена Васильева, нужны и в Европе, чтобы обеспечить быстрым и достойным жильем жертв природных стихий и беженцев из неблагополучных регионов.

Инновационная среда

Впрочем, неолиберальные стимулы также играют свою роль. Успех регулирования будет зависеть от желания, возможностей и наличия необходимых мощностей у бизнеса для развития инноваций. Как считают во Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO), ежегодно составляющей рейтинг инновационности стран, необходимыми условиями инноваций — помимо прямых инвестиций в науку и человеческий капитал — являются благоприятная политическая среда, высокий уровень образования, развития бизнеса и инфраструктуры.

В 2017 году первые пять строчек рейтинга заняли Швейцария, Швеция, Нидерланды, США и Великобритания, а в топ-25 на всех позициях, кроме одной, расположились страны с высоким доходом, включая 15 европейских. Единственным исключением стал Китай, оказавшийся на 22-м месте, — это лучший результат среди всех развивающихся стран. Россия занимает в рейтинге лишь 45-ю строчку — несмотря на высокую долю студентов, получающих высшее и среднеспециальное образование, развитие внутреннего рынка, высокую занятость в наукоемких профессиях, хороший индекс цитируемости научных работ и количество патентов, страна теряла баллы из-за политической нестабильности и угрозы терроризма, низкого качества госрегулирования, проблем судебной системы, недостатка инвестиций и низкой производительности труда. Валовые расходы России на НИОКР с 2003 по 2013 год сократились с 1,29 до 1,12% ВВП, причем на долю бизнеса приходилось лишь 28,2% этого объема. В целом, отмечают в WIPO, объем мировых инвестиций в инновационные разработки пока не вернулся к докризисному уровню и составляет около 1,7% глобального ВВП, что соответствует уровню 2000–2008 годов.

Что такое устойчивые инновации

Аналитики выделяют четыре уровня устойчивых инноваций — от постепенных до радикальных.

1. Постепенные или небольшие улучшения существующих продуктов.
2. Кардинальный редизайн существующих продуктов (насколько позволяют технические ограничения).
3. Создание нового продукта или услуги, обеспечивающих удовлетворение существующей потребности.
4. Создание принципиально нового

продукта для устойчивого общества. Кроме того, отмечают в MIT Sloan Management Review, решающее значение имеет глубина интеграции «устойчивой» повестки в бизнес-модель компании. В зависимости от этого инновации подразделяют на «устойчиво-соответствующие» (побочный позитивный эффект), «устойчиво-осознанные» (одна из заложенных целей) и «устойчиво-мотивированные» (ключевая цель).

«Через пять лет устойчивый подход в бизнесе станет нормой для России»



Об инновациях в строительстве, горизонте планирования и психологии застройщиков РБК+ рассказала Таисия Селедкова, директор по маркетингу и коммуникациям компании Paros в России

— Слово «инновации» используется так часто, что иной раз кажется — его смысл несколько стерся. Изобретение нового, оптимизация имеющегося — что такое «инновации» для вас?

— Инновации действительно можно трактовать очень широко. Речь не только о продуктах, которые компания производит, но и о тех процессах, с которыми она работает. Скажем, Paros — производственная компания. В нашем случае инновации — это разработки в сфере строительных материалов и строительства в целом, но это также и поиск новых подходов к управлению бизнес-процессами. Устойчивость инноваций — драйвер развития бизнеса, который позволяет компании 80 лет получать прибыль и занимать ведущие позиции на рынке.

Строительная отрасль за последние 15–20 лет сильно изменилась, и она будет меняться еще больше в связи с технологиями 3D-моделирования и 3D-принтинга. В России этого пока нет, но в других странах пробуют. Не только на Западе работают законодатели строительных мод, но и, скажем, в Арабских Эмиратах, странах Азии, где строят небоскребы.

Производители строительных материалов, как архитекторы, должны мыслить с 20-летним опережением. Видеть не столько физическую субстанцию, сколько потребность. А дом — как организм: он живет, взаимодействует с окружающим миром.

— Речь идет о теплообмене, энергоэффективности?

— Энергоэффективность тесно связана с экологичностью, а экология — с безопасностью: дети должны жить в мире, где безопасно. В более широком смысле речь идет об информационном обмене здания со средой. И все это вместе становится экономическим фактором, делает эксплуатацию инновационного дома более выгодной. Поэтому компаниям важно ставить перед собой глобальные цели и выработать стратегии.

— Европейцы мыслят более длинными горизонтами?

— Горизонт планирования — это одно, важнее просто понимание ответственности, репутации бизнеса. В Европе нет компаний-однодневок. В России стратегический подход есть на уровне правительства. Разработана «дорожная карта» по энергоэффективности, все актуальнее тема экологических материалов, прежде всего в Москве. Но воля сверху — это только первое, что необходимо для преобразования отрасли.

Среди покупателей квартир растет число тех, кого волнует, чтобы отделочные материалы не выделяли в воздух вредных веществ. Навстречу таким потребителям вынуждены идти застройщики. Хотя по-прежнему много и тех, для кого важно «дешевле и быстрее». Нам приходится объяснять, что можно инвестировать в более дорогой и качественный утеплитель при строительстве — это окупится в процессе эксплуатации и последующего ремонта здания.

— В каком сегменте рынка внедряется больше всего инноваций?

— В сфере коммерческой недвижимости. Здесь воплощают свои идеи архитекторы, а они всегда на передовой. Создаются multifunctional пространства, где могут быть и офисы, и торговый центр, и апартаменты, и социальная инфраструктура. Вообще, это очень разные здания — от Лахта-центра в Санкт-Петербурге до московского стадиона «Лужники», хедлайнера предстоящего в 2018 году чемпионата мира по футболу. Еще промышленные объекты в разных отраслях и нефтеперерабатывающие и металлургические заводы. Владельцы объектов понимают, насколько качественная теплоизоляция снижает их расходы на электроэнергию и снижает себестоимость продукции предприятий.

— У Paros завод в Тверской области. Как локализация отражается на бизнесе вашей компании?

— Очень позитивно. Площадка между Москвой и Питером логистически удобна. Когда запускалось производство четыре года назад, много поставок шло с финских заводов. Сейчас мы достигли высокой степени локализации, сохранили и расширили круг своих потребителей. Наш потребитель — такой же, как мы. Настроенный на премиальное качество, вдумчивый. Устойчивый, наверное. Таких все больше. Все такими темпами развивается, что лет через пять устойчивый подход станет в России нормой.

Лечение от нефтяной зависимости

ТЕКСТ
Нина Блейман

Биотехнологии открывают новые горизонты — от создания уникальных лекарств до экологичного промпроизводства.



Биотехнологии кажутся сравнительно новым явлением. Однако человечество использовало свойства живых организмов многие тысячи лет — скажем, для приготовления хлеба или производства натуральных красителей.

Сегодня благодаря биотеху создано уже более 250 лекарств и вакцин, которые помогают бороться в том числе с заболеваниями, ранее считавшимися неизлечимыми.

Использование биотехнологий в промышленности также создает возможности для решения целого ряда проблем. По оценке WWF, к 2030 году биотехнологии помогут уменьшить углеродные выбросы на 1–2,5 млрд т ежегодно — это сравнимо с совокупными выбросами Германии в 1990 году.

Биотех в химическом производстве также позволит сократить производственные цепочки на 80% и более чем вдвое снизить операционные издержки за счет повышения эффективности производства, сокращения потребления воды и образования отходов, понижения температуры стирки одежды (потенциальная экономия — \$4,1 млрд в год). Кроме того, он может снизить зависимость человечества от нефти, создавая альтернативу отдельным нефтепродуктам на основе возобновляемого биосырья. Согласно докладу ОЭСР, биопластик может потенциально заменить 33–90% пластика из нефти, хотя сейчас его доля на рынке составляет менее 1%. Вопреки опасениям, даже стопроцентный переход на биопластик не создаст угрозы продовольственной безопасности — по оценке Европейской ассоциации биопластмасс, для этого понадобилось бы менее 1% всех пахотных земель планеты.

Одним из новейших примеров применения биотехнологий в промышленности, безусловно, станет прорывная технология производства анилина из био-



массы, представленная в этом году немецким химическим концерном Covestro. Анилин, традиционно синтезируемый из бензола, используется как исходный материал для получения пенополиуретана — высокотехнологического полимера с широким диапазоном применения — от изоляции зданий и холодильных систем до производства матрасов и спортивных товаров.

Мировой объем производства анилина превышает 4,5 млн метрических тонн, причем ежегодно он растет на 5%. Компания Covestro, производящая примерно пятую часть всего анилина в мире, разработала технологию получения этого материала на основе сахара, добываемого из кукурузы, соломы и древесины. На первой стадии процесса технического сахара под действием бактерий преобразуется в протоанилин, а затем при помощи химического катализатора получается готовый продукт. Таким образом, 100% углерода в биоанилине получают из возобновляемого сырья. Это позволяет снизить выбросы CO₂ по сравнению с традиционным процессом получения анилина из нефти, а также уменьшить зависимость производства от колебания нефтяных цен.

При этом принципом компании является использование альтернативного сырья в тех областях, где это технически и экономически осуществимо и экологически полезно, а качество биополимеров не уступает их традиционным аналогам.

За последние годы Covestro вывела на рынок много инновационных продуктов на биооснове. Сюда относится отвердитель покрытия с содержанием углерода до 70%, полученного из сырьевого кукурузного крахмала. Этот отвердитель используется, например, в автомобильной промышленности. Существует также серия водорастворимых полиуретановых эмульсий на водной основе для текстильных покрытий. До 65% содержания углерода получают из сырья на биооснове. С 2016 года компания также использует диоксид углерода в качестве сырья для производства полиола.

Сейчас Covestro в сотрудничестве с Университетом Штутгарта, Центром катализа CAT Рейнско-Вестфальского технического университета в Ахене и концерном Bayer AG при поддержке немецкого правительства проводит дальнейшие исследования для запуска биоанилина в промышленное производство.

«Понимание потребностей своих экспонентов — ключ к успешной выставке»



О том, как современная выставка развивает инновационную среду, РБК+ рассказал генеральный директор ООО «Мессе Франкфурт Рус» Ойген Аллес.

— **Ваша компания проводит одни из самых крупных b2b-выставок в мире. Чем обусловлен такой выбор?**

— Начну с предистории компании. Более 800 лет назад Франкфурт являлся торговым центром Европы, находясь на пересечении важнейших торговых путей. В городе ежегодно проводились две крупнейшие ярмарки: осенняя для земледельцев и весенняя для ремесленников. Последние стали прообразом наших выставок в сфере технологий и потребительских товаров. Работа в b2b-сфере дала импульс к выходу на международный уровень. «Мессе Франкфурт» стала первой немецкой компанией, вышедшей за пределы национального выставочного рынка. Сегодня компания охватывает 170 стран, и вы можете себе представить, какие возможности для развития на международном и локальном уровнях мы предоставляем нашим участникам.

— **Что самое главное в современной выставке?**

— Сегодня b2b-выставка — это настоящая бизнес-среда со своими правилами, участниками, конкретными задачами и целями. Такие мероприятия являются платформой для расширения и развития бизнеса, своеобразным трамплином для выхода на новые рынки. Каждый проект — это синергия нашей экспертизы, качественно реализованной концепции и репутации мероприятия как бренда. В практике «Мессе Франкфурт» много примеров того, как под одним брендом выставки проходят по всему миру,

транслируя его главную идею, ценность и особенности локального рынка. Например, международная выставка Interlight Moscow является частью глобального бренда Light+Building — события номер один на рынке светотехники и электротехники в Европе.

— **Можете пояснить на конкретных примерах, как создается выставка-бренд?**

— Расскажу на примере Interlight Moscow powered by Light+Building. Выставка представляет современные технологии освещения, системы управления освещением («умный» свет), полный цикл наружного и внутреннего оснащения зданий и объектов. Помимо Москвы выставки этого бренда проходят в Гуанчжоу, Буэнос-Айресе, Дубае и, конечно, во Франкфурте. Здесь представлены крупнейшие мировые компании, задающие тренды в освещении. Мы, по сути, создали глобальную сеть участников отрасли, деловой network. Благодаря этому обеспечиваем присутствие на площадке всех главных игроков рынка и получаем интересных спикеров для деловой программы, которая проводится в рамках выставки. Там обсуждается не только бизнес, но и технологии будущего, изменения в законодательстве, интересные кейсы по реализации проектов. Во время выставки будет проведен главный отраслевой форум России — LED-форум. Наши участники и экспоненты предъявляют нам высокие требования, стимулируя нас к развитию, в том числе в направлении деловых мероприятий. Для многих из них Interlight Moscow и LED-форум —

это флагманские события, благодаря которым формируется видение, как будет развиваться отрасль.

— **В идеале подобные мероприятия — это фактически конференции?**

— Скорее, это комбинация конференции и экспозиции. Приведу пример: 24–26 октября в «Экспоцентре» мы впервые проведем China Machinery Fair 2017 (Национальная китайская выставка машиностроения и инновационной продукции). «Мессе Франкфурт» — один из главных участников выставочного рынка Китая. Благодаря успешной работе в Китае Министерство промышленности КНР доверило нам организацию выставок уже за пределами страны. Перед китайскими машиностроителями стоит задача продвижения своей продукции в странах ЕАЭС и, более того, частичная локализация производства. Интерес потенциальных клиентов со стороны России также значителен. Работать с Китаем непросто — обычный формат выставки, где встречаются покупатель и продавец, тут не работает. Наша задача — познакомиться российский бизнес с китайскими коллегами, помочь экспонентам и гостям найти общие точки для сотрудничества. Поэтому помимо интересной экспозиции мы запланировали семинары по обучению работе с китайскими партнерами, по логистике с участием представителей китайской и российской торговых палат. Мы видим взаимный интерес российского и китайского бизнеса и предоставляем платформу для встречи и объединения их возможностей.



Реклама

Какую роль мы играем в создании инновационных продуктов будущего? Ведущую!

Evonik — креативная промышленная группа из Германии. Многолетний опыт и передовые идеи наших экспертов в сочетании с уникальными технологиями в области химической промышленности позволяют нам разрабатывать и претворять в жизнь инновационные решения — от облегченных конструкций до новых способов отображения информации. Creavis — стратегическое подразделение Evonik, открывающее совершенно новые возможности для наших клиентов и партнеров. Добро пожаловать в будущее: www.creavis.com.

EVONIK
POWER TO CREATE

Инвесторы взяли углеродный след

ТЕКСТ

Ангелина Давыдова

Отчетность по совокупным выбросам парниковых газов становится универсальным критерием экологичности компаний, влияющим на их инвестиционную привлекательность.



Все больше компаний в мире начинают отчитываться как о прямых выбросах парниковых газов, так и раскрывать данные об углеродном следе своей продукции по всей цепочке поставок — от добычи сырья до утилизации товара в конце его жизненного цикла. Для российских компаний понятие углеродного следа пока относительно новое, однако большинство экспертов полагают, что в ближайшее время углеродная отчетность станет значимой для бизнеса и в нашей стране.

«Угроза глобального потепления, вызванного накоплением в атмосфере парниковых газов антропогенного происхождения, является не только общепризнанным фактом, но и фактором, оказывающим существенное влияние на конъюнктуру рыночных отношений», — говорится в исследовании консалтинговой компании КПМГ, посвященном оценке и заверению углеродного следа продукции. Новым важным стимулом стало принятие в декабре 2015 года Парижского климатического соглашения. На данный момент 158 стран ратифицировали новый глобальный климатический договор, РФ планирует его ратификацию на 2019–2020 годы, как подтвердил в конце августа специальный представитель президента РФ по климату Александр Бедрицкий, выступая на Климатическом форуме городов в Москве.

Несмотря на то что администрация Дональда Трампа заявила о выходе из этого соглашения в начале июня (сама процедура выхода займет не менее четырех лет), говорить о сворачивании американской климатической политики пока рано — целый ряд штатов,



городов и компаний заявил о продолжении программ по снижению выбросов парниковых газов (в том числе развитию возобновляемой энергетики). Углеродный след становится значимым фактором не только политики, но и экономики.

Инвестиции и дивестиции

Данные о выбросах компаний становятся все более интересны инвесторам, партнерам и потребителям. Как говорит старший менеджер отдела услуг в области устойчивого развития компании EY Сергей Дайман, инвесторы считают риски изменения климата стратегически важными, а более 60% из них уже учитывают их при принятии решений. «В целом учет нефинансовых аспектов при инвестициях становится мейнстримом, объем инвестиций с их учетом уже превысил четверть от всех активов, находящихся под управлением в мире», — заявил эксперт на Климатическом форуме.

Одновременно с ростом интереса инвесторов к устойчивым и низкоуглеродным инвестициям растут и планы так называемых дивестиций, то есть изъятия вложений прежде всего из секторов традиционного ископаемого топлива, — объем этих средств оценивается примерно в \$5 трлн. По данным исследования КПМГ, более чем из 250 крупнейших мировых компаний около 80% регулярно отчитываются о выбросах парниковых газов, более половины берут на себя обязательства по снижению выбросов и регулярно отчитываются о них.

Представители частного сектора соотносят свои цели и заявления с обязательствами стран. По данным Всемирного банка, на середину 2017 года в мире уже работают более 40 национальных и 25 субнациональных (региональных) систем регулирования выбросов парниковых газов (в виде налога или системы квотирования и торговли выбросами). За прошедшие десять лет количество инициатив в области введения «цены на углерод» выросло в два раза. Согласно данным КПМГ, из 250 круп-

нейших компаний углеродную отчетность публикуют все компании, работающие в области пищевой промышленности и коммунальных услуг, 90% компаний нефтегазового и технологического секторов, 80% компаний, работающих в области химической промышленности, строительного и горнодобывающего секторов. «В соответствии с нашими собственными целям, такими как двойная энергетическая эффективность к 2030 году и сокращение половины удельных выбросов углекислого газа к 2025 году, мы оптимизируем углеродный след в своей деятельности. Эти данные являются общедоступными в наших годовых отчетах, — отмечает Ангелина Прокофьева, менеджер по устойчивому развитию бизнеса компании «Ковестро». — Углеродный след является одним из нескольких параметров оценки жизненного цикла, которые мы применяем для измерения воздействия наших продуктов на окружающую среду. При этом мы всегда рассматриваем жизненный цикл продукта в целом, включая сырье, собственное производство, последующие операции, использование наших продуктов и фазу конца жизни. Еще до публикации официальной информации эти данные рассматриваются независи-

мыми экспертами». Растут и показатели привлечения внешних верификаторов (верификаторов) для информации о выбросах парниковых газов — за последние пять-шесть лет число таких компаний в мире удвоилось. На Климатическом форуме городов в конце августа было заявлено, что и «Газпром» первым среди российских компаний нефтегазового сектора проведет стороннюю верификацию своих данных о выбросах парниковых газов.

Общий «зеленый» критерий

В дополнение к отчетности по выбросам парниковых газов и мерах в области их снижения все более популярным становится и отчетность об углеродном следе, то есть количественная оценка совокупных выбросов и поглощений парниковых газов на протяжении всего жизненного цикла производства, транспортировки, потребления и утилизации продукции в пересчете на единицу выпускаемой продукции. «Отчетность об углеродном следе должна включать в себя не только прямые выбросы парниковых газов, возникшие в процессе производства, но и косвенные выбросы, а именно эмиссию парниковых газов, возникшую в процессе производства электроэнергии и тепловой энергии, которая была потреблена компанией», — комментирует член генерального совета «Деловой России» Олег Плужников. При этом зачастую уровень косвенных выбросов оказывается выше прямых. По данным одного из ведущих международных рейтингов добровольной углеродной отчетности Carbon Disclosure Project (CDP), оценка углеродного следа является одним из наиболее быстро развивающихся видов углеродной отчетности. В частности, количество компаний, предоставляющих информацию о выбросах парниковых газов в цепочке поставок продукции, в мире с 2010 года возросло более чем в два раза. Раскрытие углеродной информации способствует повышению инвестиционной привлекательности компаний, открывает дополнительные возможности для тех корпораций, которые контролируют выбросы в цепочке поставок, предлагая своим потребителям продукцию, имеющую минимальный углеродный след, говорится в исследовании КПМГ. Еще один важный фактор — универсальность показателя углеродного следа в качестве инструмента для сравнения действий различных компаний (и их ранжирования). Зачастую разные виды производств довольно непросто сравнить друг с другом по показателям «зелености»: как, например, сопоставить целлюлозно-бумажный комбинат с металлургическим? Климатические усилия компании в этом смысле являются обобщенным показателем для различных секторов экономики. Здесь отражается и сокращение потребления топлива, и использование энергосберегающих технологий, и усилия компаний по снижению отходов.

Как рассказывают в EY, ряд российских компаний уже публикует данные о выбросах парниковых газов в рамках своей нефинансовой отчетности или отчетов об устойчивом развитии. Кроме того, каждый год около 10–15 российских компаний (в их числе «Газпром», Архангельский ЦБК, Красноярская ГРЭС, «Полиметалл», «Евраз») добровольно предоставляют информацию о выбросах в рамках проекта CDP. «Работу в области подсчета данных об углеродном следе уже начали «Норникель», «Русал», другие компании — их мотивация обусловлена как общемировыми «углеродными» тенденциями, то есть ростом требований к раскрытию подобных данных со стороны инвесторов и потребителей, так и возможными ограничениями для будущей работы на международных рынках», — считает Олег Плужников.

РБК+ «УСТОЙЧИВЫЕ ИННОВАЦИИ» (18+) ИННОВАЦИИ

Тематическое приложение к журналу «РБК» является неотъемлемой частью журнала «РБК» №10/2017. Распространяется в составе журнала. Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+.

Партнеры: ООО «Ковестро», ООО «Мессе Франкфурт Рус», ООО «Парок». Реклама

Учредитель: ООО «БизнесПресс»
Издатель: ООО «БизнесПресс»
Директор ИД РБК: Ирина Митрофанова

Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Кулакова
Шеф-редактор печатной версии РБК+: Юрий Львов
Выпускающий редактор: Андрей Уткин

Дизайнер: Дмитрий Иванов
Фоторедактор: Алена Кондюрина
Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко

Главный редактор журнала «РБК»: Валерий Владимирович Игуменов
Арт-директор проектов РБК: Дмитрий Девишили

Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342
Коммерческий директор издательства РБК: Анна Брук
Директор по продажам РБК+: Евгения Карлина

Директор по производству: Надежда Фомина
Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1