

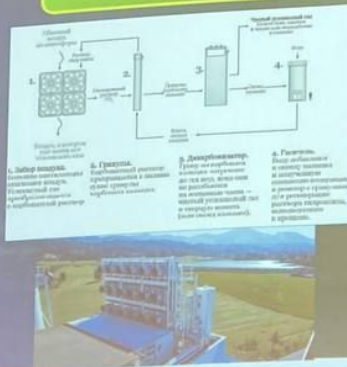
Углеродная нейтральность

-состояние, при котором количество производимого углекислого газа сведено к нулю, или уравновешено действиями, защищающими окружающую среду

Сокращение прямых выбросов и переход на возобновляемые источники энергии



Прямой захват CO₂ из воздуха



Инвестирование в проекты, которые сокращают выбросы углекислого газа



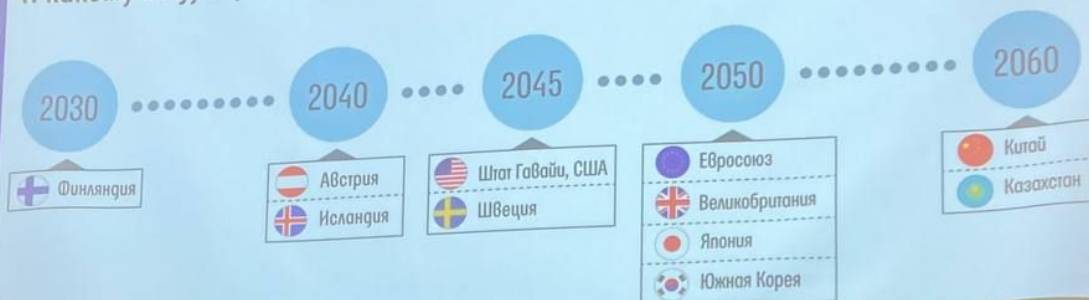
What is Coastal Blue Carbon?



Углеродная нейтральность

-состояние, при котором количество производимого углекислого газа сведено к нулю, или уравновешено действиями, защищающими окружающую среду

К какому году страны достигнут углеродной нейтральности



ESG (Environmental, Social, Corporate Governance)

Экологическое, социальное и корпоративное управление — это совокупность характеристик управления компанией, при котором достигается вовлечение данной компании в решение экологических, социальных и управленческих проблем.

Экологические критерии

- выбросы парниковых газов,
- загрязнение окружающей среды,
- использование природных ресурсов,
- соблюдение экологических законов.

Социальные критерии

- здоровье и безопасность работников,
- использование детского и рабского труда,
- профессиональное развитие работников,
- вредные условия труда,
- соблюдение прав человека,
- ответственность перед клиентами за качество товаров.

Управленческие критерии

- эффективность руководства,
- обоснованность оплаты труда руководителей,
- права акционеров,
- качество аудита,
- мошенничество
- коррупцией

ESG (Environmental, Social, Corporate Governance)

Место	Название	Подотрасль	E Rank	S Rank	G Rank	ESG-рейтинг	Последний оцененный отчетный период
1	НЛМК	Черная металлургия	1	2	24	AA	2 021
2	«Энел Россия»	Электроэнергетика	7	7	1	A	2 021
3	«Полиметалл»	Драгоценные металлы	4	4	14	A	2 021
4	«ФосАгро», группа	Агрохимикаты	6	9	4	A	2 020
5	«МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»	Банки	3	19	8	A	2 021
6	«Северсталь»	Черная металлургия	5	8	22	A	2 020
7	«Вымпелком»	Беспроводные телекоммуникационные услуги	21	10	9	A	2 021
8	«ЛУКОЙЛ»	Интегрированные нефтегазовые компании	10	11	12	A	2 021
9	«Полос»	Драгоценные металлы	2	33	47	A	2 021
10	«Уралкалий»	Агрохимикаты	8	1	49	A	2 021
11	ПАО «МТС»	Беспроводные телекоммуникационные услуги	40	3	3	A	2 020
12	«СИБУР Холдинг»	Нефтехимия	15	13	6	A	2 021
13	«Транснефть»	Транспортировка нефти	17	12	13	A	2 020
14	АФК «Система»	Финансовые услуги	27	18	5	A	2 020
15	Московская биржа	Специализированные финансовые услуги	41	42	2	BBB	2 020

Гринвошинг (англ. greenwashing), зелёный камуфляж

- форма экологического маркетинга, в которой обширно применяется «зелёный» пиар и методы, цель которых — создание имиджа экологически-ориентированной компании и увеличения продаж.

КАК РАСПОЗНАТЬ

- Агрессивное использование терминов**
Использование терминов, которые имеют сложную форму, неясное значение, но подразумевают экологичность, чтобы привлечь внимание к продукту.
- Недостаточная информация**
Использование слов, которые имеют негативную коннотацию, но не содержат никакой информации о продукте.
- Ограниченная достоверность информации**
Дополнение об использовании продукта на территории, которая не имеет никакого отношения к экологичности.
- Мелкие преимущества**
Представление о том, что продукт является экологичным, но при этом не содержит никакой информации о том, что это действительно так.
- Манипулирование известными логотипами**
Использование известных логотипов, которые имеют негативную коннотацию, но не содержат никакой информации о продукте.



- Игра в слова**
Использование слов, которые имеют негативную коннотацию, но не содержат никакой информации о продукте.
- Сложные термины или неясные формулировки**
Использование терминов, которые имеют сложную форму, неясное значение, но подразумевают экологичность, чтобы привлечь внимание к продукту.
- «Экологичный дизайн»**
Использование в оформлении упаковки продукта элементов, которые имеют негативную коннотацию, но не содержат никакой информации о продукте.
- Пустые заявления**
Использование неясных или неопределённых формулировок, которые не содержат никакой информации о продукте.
- «Обязательство» из продукта**
Использование в оформлении упаковки продукта элементов, которые имеют негативную коннотацию, но не содержат никакой информации о продукте.

КАК ИЗБЕЖАТЬ

- Прочитать продукт на этикетке
- Изучить отзывы потребителей и экспертов в интернете
- Ничего не покупать и не использовать его, если нет информации о его экологичности
- Отдавать предпочтение продуктам с известными логотипами



В любом случае вы рискуете заплатить больше за гринвошинг, а не за экологичные свойства продукта.

Ресайклинг

-(recycle - возврат в круг) — процесс переработки без потери качества.

Обычно используется как синоним слов «переработка», «повторное использование».

В основе ресайклинга лежит сортировка мусора. Именно благодаря ей отходы можно переработать и использовать заново — правильно собранный пластик не попадет на свалку, а будет повторно за



10



Даунсайклинг

-переработка со снижением качества.

При ней качество конечного продукта значительно снижается, а количество циклов переработки ограничено.

Целлюлозные волокна изнашиваются с каждой переработкой, поэтому из офисной бумаги не получится сделать такие же белые и плотные листы. «Цикл жизни» бумаги — 5-6 переработок.

11



Апсайклинг

- вторая жизнь вещей, процесс переделки во что-то полезное и красивое.

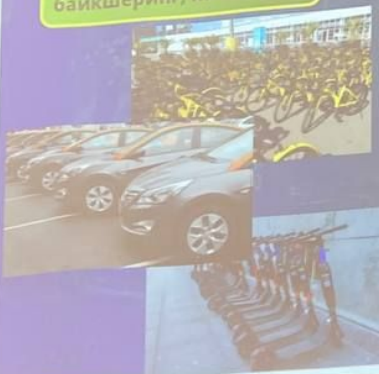
Мастера-апсайклеры дорабатывают и творчески переосмысливают старые вещи, которые иногда они полностью меняют свои функции



Шэринг

– (share – делить) это направление экономики, которое призывает пользоваться чем-либо совместно, делиться, обмениваться и т. д.

Каршеринг,
байкшеринг, кикшеринг



Фудшеринг



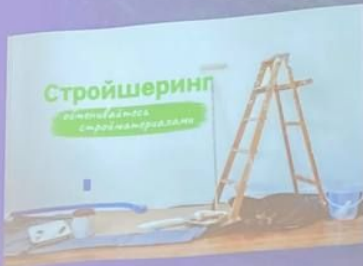
Дресскроссинг



Шэринг

– (share – делить) это направление экономики, которое призывает пользоваться чем-либо совместно, делиться, обмениваться и т. д.

Стройшеринг



Буккроссинг



Капшеринг



Лекция №1

Экология как наука

Виноградов Максим Сергеевич

Кафедра «Экология и промышленная безопасность» МГТУ им. Н.Э. Баумана