

УДК 33 DOI: 10.14451/1.233.217

## Гринвошинг как метод фальсификации нефинансовой отчетности

© 2024 Гордова Марина Алексеевна

Кандидат экономических наук, доцент Кафедры аудита и корпоративной отчетности Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа. Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, Москва.

E-mail: MGordova@fa.ru

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, нефинансовая отчетность, устойчивое развитие, раскрытие информации, мошенничество.

По мере того как мир выходит из экономического кризиса, вызванного COVID-19, лидеры бизнеса начинают осознавать, что гринвошинг представляет собой один из методов фальсификации нефинансовой информации, который может поставить под угрозу их бизнес. Мошенничество в рамках раскрытия информации об устойчивом развитии, по своей сути, представляет собой конфликт между сообщаемым поведением и фактическим поведением, и руководство организации несет ответственность за раскрываемую информацию.

В мире, который все больше осознает необходимость соблюдения принципов устойчивого развития, гринвошинг (greenwashing) стал термином, используемым для понимания того, как определенные корпоративные практики могут подорвать подлинные экологические усилия.

Гринвошинг – это обманная практика, при которой организации ложно представляют свои продукты, услуги или политику как экологически чистые. Этот термин объединяет «зеленый» (green), обозначающий экологически безопасные методы, с «отбеливанием» (whitewashing), означающим сокрытие недостатков. Как правило, гринвошинг включает в себя вводящие в заблуждение заявления об экологических преимуществах продукта или услуги: от преувеличения положительного воздействия до расплывчатых или необоснованных утверждений об устойчи-

вом развитии.

В соответствии с глоссарием терминов в области финансирования устойчивого развития и климатического регулирования Центрального банка Российской Федерации под гринвошингом понимается «недобросовестная практика, заключающаяся в распространении организацией ложных или недостоверных сведений об учете ESG-факторов и/или вопросов устойчивого развития в своей деятельности и/или в характеристиках продукта (в том числе финансового), а также в непредоставлении или предоставлении неполной информации по указанным вопросам в целях введения клиента в заблуждение и получения необоснованной выгоды» [1]. Что именно представляет собой гринвошинг, будет зависеть от вида продукта и услуги, а также от отрасли, регулирующих органов и юрисдикций.

Целью организаций, которые намеренно используют гринвошинг, является создание имиджа экологически ответственного бренда, не прилагая необходимых усилий для его реального воплощения. Однако случается, что некоторые организации занимаются гринвошингом из-за небрежности или непонимания предмета.

Риск обвинения в гринвошинге в настоящее время является серьезной проблемой для многих компаний. Гринвошинг все чаще становится основанием для судебных разбирательств и проверок со стороны регулирующих органов. По данным исследования *Global trends in climate change litigation: 2022 snapshot*, с 2016 года в суды США, Австралии, Франции и Нидерландов было подано как минимум 20 дел о гринвошинге, а 27 дел были переданы в органы внесудебного надзора [5].

Гринвошинг несет в себе репутационные, правовые и судебные риски, к которым компаниям следует быть готовыми. Он ослабляет усилия тех компаний, которые действительно работают над улучшением своего воздействия на окружающую среду, вводит в заблуждение потребителей, желающих приобрести экологически чистую продукцию или торговать с экоориентированными компаниями. 88% американских представителей поколения Z заявили, что не доверяют брендам, заявляющим о своей экоориентированности [6].

Организации, занимающиеся гринвошингом, получают несправедливое преимущество: социальные выгоды и прибыль. Нефинансовая отчетность (отчетность в области устойчивого развития, интегрированная отчетность) предоставляет возможности для такого мошенничества. В соответствии с законом Кэмпбелла «чем больше используются количественные индикаторы в регулировании социальных процессов, тем больше они подвержены искажающим влияниям, тем больше в них нарушаются качественные аспекты человеческой деятельности» [2]. Другими словами, если организация может извлечь выгоду из ESG-повестки, не внедряя необходимые изменения в свою деятельность, она сделает

это (если это выгоднее или проще по сравнению с соблюдением определенных требований). Однако организациям следует опасаться выборочного раскрытия положительной информации об экологических или социальных показателях без полного раскрытия отрицательной информации по ним с целью создания или удержания положительного корпоративного имиджа. Мошенничество в виде гринвошинга, по своей сути, представляет конфликт между заявленным и реальным поведением организации.

Менее 10 лет назад немецкий Volkswagen был известен как один из самых экологически чистых и современных производителей автомобилей в Европе. Компания даже выиграла *Germany's National Energy Globe Award* и заявляла о многомиллионных инвестициях в экологические проекты, автомобили получили экомаркировку. Часть инвестиций была предназначена для огромного парка дизельных автомобилей, для которых были заявлены низкие выбросы CO<sub>2</sub>, однако в сентябре 2015 года было обнаружено, что за низкими цифрами выбросов стоит программное обеспечение, которое незаконно изменяло результаты загрязнения окружающей среды. Парк автомобилей, включающий более 11 миллионов экоавтомобилей, проданных в период с 2009 по 2015 год, выбрасывал до 40 раз больше оксидов азота, чем было разрешено Европейским Союзом. Это дело, известное как «Дизельгейт» (Dieselgate), затронуло подразделения Volkswagen по всему миру. Ассоциации по защите окружающей среды, такие как Greenpeace, начали использовать этот случай как образец опасности, которую таят в себе экологические кампании и обещания.

Скандал затронул и другие автомобильные бренды, использовавшие те же двигатели, они подверглись обвинениям в мошенничестве, вводящей в заблуждение рекламе и использовании движения за устойчивое развитие для привлечения потребителей, приносящие значительный ущерб окружающей среде.

Помимо этого дела, случай с крупнейшей в мире нефтегазовой корпорацией, принадлежащей

инвесторам, ExxonMobil, является примером того, что разрыв зеленых обещаний и реальной практики может привести к репутационному, политическому и юридическому ущербу. Экологические заявления ExxonMobil систематически подвергаются критике со стороны ассоциаций потребителей за отсутствие приверженности минимальным стандартам Парижского соглашения и отрицание изменения климата. Отрицание изменения климата включает в себя необоснованные сомнения относительно того, в какой степени изменение климата вызвано людьми, влияния людей на природу и человеческое общество, а также потенциала адаптации к глобальному потеплению в результате действий человека. ExxonMobil оказывала значительное влияние на предотвращение ратификации Киотского протокола (международное соглашение по противодействию глобальному потеплению посредством сокращения выбросов парниковых газов в атмосферу Земли) Соединенными Штатами Америки. ExxonMobil финансировала организации, критикующие Киотский протокол и стремящиеся подорвать общественное мнение о научном консенсусе о том, что глобальное потепление вызвано сжиганием ископаемого топлива.

В 2018 году Институт исследований политической экономики поставил ExxonMobil на 10 место среди американских корпораций по выбросам загрязняющих веществ в воздух, на 13 место – по выбросам парниковых газов, на 16 место – по выбросам загрязняющих веществ в воду. Climate Action 100+ отмечает, что ExxonMobil не соответствует ни одному из целевых критериев Net Zero (оценка компаний по переходу к нулевому уровню выбросов) [7]. В отличие от таких компаний, как Shell и BP, ExxonMobil продолжает отвергать цели по выбросам, включающие категорию 3.

Все выбросы парниковых газов делятся на 3 вида:

1. Выбросы категории 1 включают собственные прямые выбросы организаций от угольных или газовых электростанций, цементных печей, сталелитейных печей или грузовиков.

2. Выбросы категории 2 включают закупки электроэнергии организациями, которые зависят от энергоемкости производства, а также от источника энергии поставщика электроэнергии (возобновляемые источники энергии или ископаемое топливо, что сейчас является вопросом выбора во многих странах).

3. Выбросы категории 3 включают косвенные источники, связанные с цепочками поставок компании или логистикой клиентов и использованием продукции.

Первые два типа выбросов достаточно легко оценить, большинство компаний регулярно предоставляют такие данные. Всего на 3 сектора в мировом индексе MSCI – коммунальные услуги, энергетику и материалы – приходится около 80% этих выбросов. Однако сравнение выбросов компаний категории 3 может быть более сложным из-за отсутствия данных и двойного учета. Например, одни и те же выбросы углекислого газа от алюминия, производимого для безалкогольных напитков, могут быть включены в расчеты алюминиевого завода, производителя банок, предприятия по розливу и розничного продавца.

Главный исполнительный директор ExxonMobil Даррен Вудс отмечал, что, если компания решит увеличить добычу природного газа, выбросы категории 3 увеличатся, но если это решение поможет сократить использование угля, то это принесет большую пользу обществу [3].

В отношении ExxonMobil возбуждалось множество судебных исков, компания была обвинена в том, что на протяжении десятилетий предоставляла недостоверную информацию о своей роли в изменении климата и опасности сжигания ископаемого топлива.

В свою защиту ExxonMobil приводит следующие аргументы:

– организация начиная с 2000 года инвестировала более \$10 миллиардов в «технологии с низким уровнем выбросов»;

– в феврале 2021 года организация открыла

подразделение ExxonMobil Low Carbon Solutions («Низкоуглеродные решения»), в рамках которого запланировано инвестирование \$3 миллиардов в «энергетические решения с низким уровнем выбросов» до 2025 года [4].

Хотя ExxonMobil заявляет, что поддерживает Парижское соглашение, его деятельность, по-прежнему, сосредоточена на ископаемом топливе. В период с 2010 по 2018 год ExxonMobil потратил всего 0,2% своих капитальных затрат на источники низкоуглеродной энергии, такие как ветер и солнечная энергия.

Акционеры ExxonMobil отклонили предложение голландского инвестора Follow This, которое могло бы сократить такие выбросы в соответствии с Парижским соглашением (только 28,1% проголосовали «за»). В 2024 году ExxonMobil подало иск против инвесторов, которые хотят, чтобы компания сократила уровень загрязнения, вызывающего повышение глобальной температуры. В ExxonMobil заявляют, что предложения эоинвесторов не служат интересам всех инвесторов и не повышают долгосрочную акционерную стоимость компании.

Замкнутый круг: компании ищут способ присоединиться к движению по защите окружающей среды, одновременно опасаясь последствий опрометчивой кампании. Анализ деятельности организации, социальных и экологических последствий ее деятельности стал обязанностью тех, кто имеет цель устойчивого развития и хочет контролировать риски быть обвиненными в гринвошинге. Речь идет не столько о том, чтобы говорить правильные вещи, сколько о том, чтобы делать правильные вещи. И очевидно, что поступать правильно – это не только соблюдать законодательные требования, но и учитывать ожидания клиентов, сотрудников, граждан, инвесторов и других заинтересованных сторон относительно того, что компании следует делать.

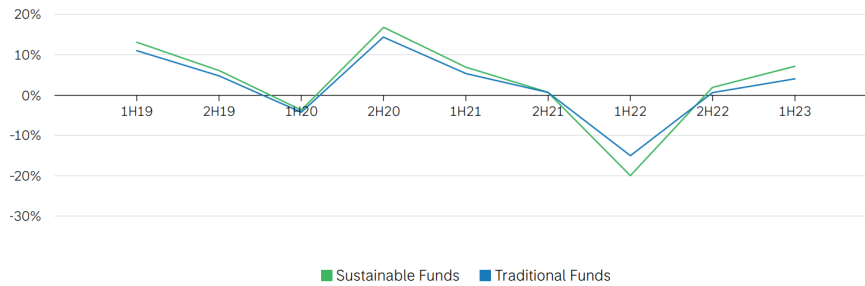
Многие компании стали избегать сообщений о социальной ответственности, потому что грань между благими намерениями и вводящими в заблуждение сообщениями очень тонка. Таким

образом компании защищают себя от негативных высказываний, но это означает, что многие возможности по развитию бизнеса, способствующие изменениям, которых требует общество и, следовательно, основные заинтересованные стороны, упущены.

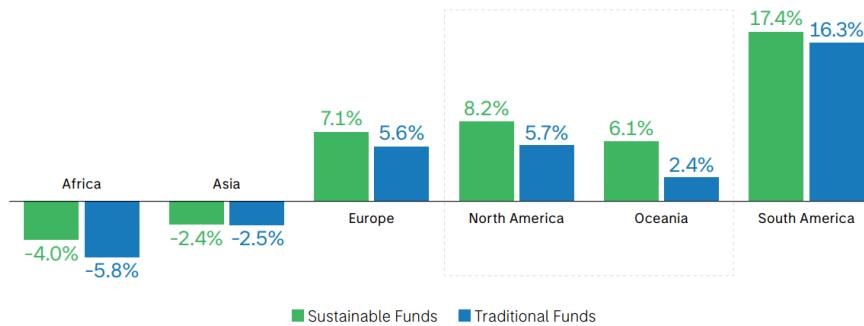
Репутационный риск, с которым сталкиваются компании, раскрывающие информацию в области устойчивого развития, экологические практики которых подвергаются судебным разбирательствам, высок. В большинстве случаев судебные процессы предполагают несколько месяцев и даже лет общественного контроля. Хотя эти разбирательства могут в итоге закончиться благоприятно для компании, сообщения, которые компании могут распространить в течение этого времени с точки зрения устойчивого развития, могут быть очень ограниченными по 3 основным причинам:

- с одной стороны, потому что они могут иметь негативный эффект на судебный процесс;
- с другой стороны, потому что сам судебный процесс уже порождает сомнения и отсутствие доверия среди заинтересованных сторон;
- наконец, потому что критика, которая может возникнуть, вероятно, будет представлять больший риск, чем потенциальная польза от распространения информации в области устойчивого развития, которая впоследствии может оказаться правдивой.

Заинтересованные стороны ожидают, что компании не будут скрывать или фальсифицировать информацию о том, как они действуют в области защиты окружающей среды. Помимо широкой общественности и потребителей, которым нужна подобная информация, инвесторы все больше интересуются получением экологической информации, прежде чем принимать решения. Согласно отчету Sustainable Reality Института устойчивого инвестирования Morgan Stanley, в 2022 году устойчивые фонды отставали от традиционных впервые за 5 лет. В первом полугодии 2023 года устойчивые фонды вернулись к показателям, превосходящим традиционные



**Рис. 1.** Медианная историческая доходность – Устойчивые фонды vs. Традиционные фонды. Источник: Отчет «Sustainable Reality» [8].



**Рис. 2.** Доходность по регионам в 1 полугодии 2023 года – Устойчивые фонды vs. Традиционные фонды. Источник: Отчет «Sustainable Reality» [8].

фонды: средняя доходность устойчивых фондов составила 6,9%, превзойдя показатели традиционных фондов в 3,8% (рис. 1).

По регионам (рис. 2) устойчивые фонды превосходили традиционные фонды во всех основных географических регионах, при этом наибольшие результаты были в Океании (+3,7%) и Северной Америке (+2,5%).

Стандарты требуют от компаний определить и протестировать свой подход к базовым предположениям в отношении устойчивого развития, сбору данных, документированию планов и намерений, методам измерения и раскрытию

информации. Тщательная проверка, которой будет подвергаться раскрытие информации об устойчивом развитии, является беспрецедентной. Компаниям необходимо будет продемонстрировать, как они проверяли используемые данные, какие процессы управления рисками были реализованы, как были проверены надежные оценки и какие системы бухгалтерского учета использовались. После раскрытия информации в публичном документе компании также будут оцениваться по ясности раскрываемой информации и отчетности об устойчивом развитии, а также по типу гарантийного заключения, выраженного по поводу этой информации.

### Библиографический список

1. Глоссарий терминов в области финансирования устойчивого развития и климатического регулирования / Банк России. – URL: <https://cbr.ru/develop/ur/faq> (дата обр. 25.02.2024).
2. Никитин А. П. Действие закона Кэмпбелла в системе высшего образования // Революция и эволюция: модели развития в науке, культуре, обществе. – 2019. – № 1. – С. 246–248.
3. Exxon Investors Back IEA Net-Zero Reporting in Surprise Vote / Bloomberg. – URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-05-25/exxon-investors-back-more-climate-disclosures-in-surprise-vote> (visited on 02/20/2024).
4. ExxonMobil Low Carbon Solutions to commercialize emission-reduction technology / Exxon Mobil Corporation. – URL: [https://corporate.exxonmobil.com/news/news-releases/2021/0201\\_exxonmobil-low-carbon-solutions-to-commercialize-emission-reduction-technology](https://corporate.exxonmobil.com/news/news-releases/2021/0201_exxonmobil-low-carbon-solutions-to-commercialize-emission-reduction-technology) (visited on 02/20/2024).

5. Global trends in climate change litigation: 2022 snapshot / Harvard Law School Forum on Corporate Governance. – URL: <https://corpgov.law.harvard.edu/2023/07/24/greenwashing-navigating-the-risk> (visited on 02/20/2024).
6. Mind the Gap: Eighty-eight percent of Gen Z doesn't trust brands' environment, social, and governance (ESG) claims / McKinsey Insights. – URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/email/genz/2022/12/06/2022-12-06b.html> (visited on 02/20/2024).
7. Net zero company benchmark / Climate Action 100+. – URL: <https://www.climateaction100.org/net-zero-company-benchmark> (visited on 02/22/2024).
8. Sustainable Reality / Morgan Stanley. – URL: [https://www.morganstanley.com/content/dam/msdotcom/en/assets/pdfs/MS\\_Institute\\_for\\_Sustainable\\_Investing\\_Sustainable\\_Reality\\_1H\\_2023\\_report\\_FINAL.pdf](https://www.morganstanley.com/content/dam/msdotcom/en/assets/pdfs/MS_Institute_for_Sustainable_Investing_Sustainable_Reality_1H_2023_report_FINAL.pdf) (visited on 02/20/2024).