

Анализ 338 компаний (включая Enel, Mastercard и Tesco) показывает, что компании с амбициозными научно обоснованными целями (англ. science-based targets, или SBTs) достигают показателей, соответствующих Парижскому соглашению, и в том числе масштабно сокращают выбросы в атмосферу. С 2015 года компании, ставящие перед собой научно обоснованные цели, сократили свои совокупные выбросы на 25%, в отличие от производственной деятельности энергетических и промышленных предприятиях, которые за тот же период увеличили глобальные выбросы на 3,4%. Компании, поставившие перед собой цели, идут с опережением: с момента установления научно обоснованного целевого показателя в среднем компания-участница инициативы SBTi сокращает ежегодные выбросы со скоростью, превышающей скорость, необходимую для ограничения потепления до 1,5 градусов по Цельсию, в соответствии с путями, обозначенными климатическими сценариями.

Подробнее: <https://www.enelrussia.ru/ru/media/news/d202101-27012021.html>