

Klimatpåverkan, koldioxid,
Kyoto, energieffektiviser-
ing, global uppvärmning,
utsläppsrätter, förnybar en-
ergi, klimatförhandlingar,
havsnivå, Köpenhamn

Folksam Klimatindex 2009

Carina Lundberg Markow, chef Ansvarsfullt ägande

Förord

År 2009 är ett ödesår för klimatet. Efter att under några ha legat högt på både den politiska och mediala dagordningen, har klimatfrågan under hösten 2009 kommit att dominera den internationella politiska debatten. Det är nu det är dags för ett avgörande. Den här veckan inleds klimatmötet i Köpenhamn där världens ledare ska komma överens om ett nytt globalt klimatavtal, som inte bara behöver omfatta stora delar av världen, utan också måste vara så långtgående att klimatet räddas för framtida generationer.

För att de politiska beslutsfattarna ska våga fatta de tuffa beslut som krävs, måste näringslivet visa att man är beredd att göra sin del för att klara omställningen till ett klimatsmartare samhälle. Folksams Klimatindex 2009 visar att företagen är beredda. En granskning av de tio börsföretag som rapporterat de högsta utsläppen visar bland annat:

- Att tio företag står för 91 procent av företagens utsläpp. (19,8 miljoner ton koldioxid) Detta visar att inte alla företag är stora utsläppare.
- Samtliga tio företag som är stora utsläppare har mål och strategier för minska sina utsläpp och sin energianvändning – och i de flesta fallen är målen tuffare än Sveriges och EU:s klimat- och energimål.
- Många formulerar sina mål så att de ska uppnås oavsett produktionsökningar – eller som ett företag uttrycker det: om klimatförändringen ska begränsas måste de absoluta utsläppen minska oavsett tillväxten.
- Samtliga företag räknar upp en lång rad kraftfulla åtgärder som redan genomförs för att nå målen och många redovisar omfattande planer på framtida investeringar.
- De flesta företagen anser att framtida krav och regleringar för att begränsa klimatförändringen kan innebära affärsrisker – men framför allt lyfter företagen fram vilka möjligheter de ser, både när det gäller större marknadsandelar för befintliga erbjudanden och utvecklingen av nya klimatsmarta produkter och lösningar.

Långt ifrån alla företag som har stora koldioxidutsläpp vill offentliggöra sina svar i CDP-enkäten. Vissa hänför konkurrensskäl som orsak till detta. Det är dags att införa redovisningsregler för hur företagen ska offentliggöra sina klimatdata. Syftet med offentliga data är de ska kunna utgöra en grund för analys av företagen och det ligger därför i aktieägarnas intresse att transparensnivån är hög. Särskilt viktigt är detta för företag som har en sådan typ av verksamhet som i sig leder till att de har stora utsläpp.

Vi är inte i mål än. Även bland de bästa företagen finns mycket kvar att göra, och många företag har lång väg kvar att gå. Förhoppningsvis kan Folksams Klimatindex inspirera fler företag att bli ännu bättre på sitt klimatarbete. Och kanske kan det också sända en signal till politikerna i Köpenhamn – nu är det upp dem att göra sin del.

Carina Lundberg Markow
ChefAnsvarsfullt ägande, Folksam

Folksams Klimatindex 2009 har sammanställts av Jessica Henryson, Westander Klimat och Energi.

Innehåll

1	Inledning	4
1.1	Om Folksams Klimatindex	4
1.2	Om CDP	4
1.3	Folksams klimatbetyg	4
1.4	Företagen i Folksams Klimatindex	4
2	Övergripande bild	6
2.1	Svarsfrekvens	6
2.2	Klimatbetyg	6
2.3	Klimatarbetet	6
2.4	Risker och möjligheter	7
3	De tio största utsläpparna	8
3.1	Klimatbetyg	8
3.2	Rapporterade utsläpp	8
3.3	Mål och åtgärder	8
3.4	Planerade investeringar	9
3.5	Risker och möjligheter	10
3.6	Ansvar för klimatfrågan	11
3.7	Incitament för klimatåtgärder	11
3.8	Lagar och regler	11
4	SAS	12
5	SCA	13
6	Ericsson	14
7	Holmen	15
8	Electrolux	16
9	SKF	17
10	Skanska	18
11	Trelleborg	19
12	H&M	20
13	TeliaSonera	21
	Bilaga 1. De 37 företag som rapporterat med offentliga svar, rankade efter utsläpp	22
	Bilaga 2. De 37 företag som rapporterat med offentliga svar, rankade efter klimatbetyg	23

1 Inledning

1.1 Om Folksams Klimatindex

Folksams Klimatindex 2009 baseras helt på den globala undersökningen ”Carbon Disclosure Project” (CDP), vars nordiska sekretariat medfinansieras av Folksam. Över 1 800 företag världen över har rapporterat uppgifter om sina utsläpp av växthusgaser och sitt klimatarbete till CDP. Resultaten har sammanställts i ett flertal rapporter, bland annat avseende de 500 största börsföretagen i världen, de 300 största i Europa och de 196 största i Norden. Folksams Klimatindex 2009 fokuserar på de tio svenska företag som rapporterat högst utsläpp till CDP, och som valt att göra sina svar offentliga.

Detta är tionde gången som Folksams Klimatindex ges ut. Syftet är att uppmuntra svenska företag att driva ett mer systematiskt klimatarbete. För de företag som redan har ett bra klimatarbete blir indexet ett kvitto på gott arbete. För andra kan det bli en sporre till förbättringar.

1.2 Om CDP

CDP genomförs på uppdrag av 475 institutionella investerare som globalt representerar 55 000 miljarder dollar. I grunden handlar CDP om att ta reda på hur god kunskap börsföretagen har om sin egen klimatpåverkan, genom att be dem redovisa sina utsläpp av koldioxid och andra växthusgaser samt hur de arbetar med klimatfrågan.

Företagen ombeds att svara på en enkät med 28 huvudfrågor och ett stort antal delfrågor. I ”Carbon Disclosure Leadership Index” (CDLI) ges företagen poäng baserat på hur utförligt de svarat på dessa frågor. Undersökningen och poängbedömningen säger med andra ord mycket om vilken kunskap företagen har om sin egen klimatpåverkan, men mindre om hur klimatanpassade företagen är, eller hur bra deras klimatarbete är. Uppgifterna i CDP – och grunden för poängbedömningen – är företagens egna uppgifter, som inte har verifierats.

Utveckling pågår inom CDP för att på sikt även inkludera ”performance” i poängbedömningen. Det skulle innebära att företagen därmed också värderas efter hur bra de är på att faktiskt minska sin klimatpåverkan.

1.3 Folksams klimatbetyg

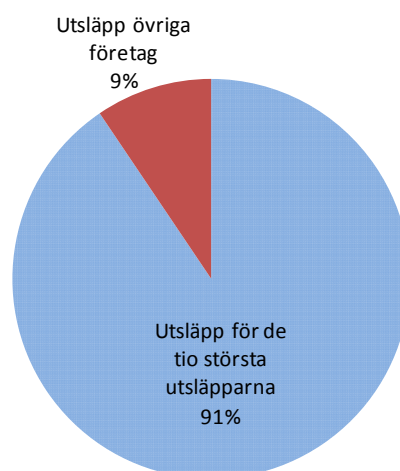
I Folksams Klimatindex ges företagen ett klimatbetyg i form av stjärnor. Utgångspunkten är poängbedömningen i CDLI, där högst poäng är 100. Högst betyg i Folksams Klimatindex är fem stjärnor, vilket ges för poäng i intervallet 81-100. Poängintervall och motsvarande betyg i form av stjärnor framgår av tabellen nedan.

Poäng	Klimatbetyg i form av stjärnor
<20	☆
21-40	☆☆
41-60	☆☆☆
61-80	☆☆☆☆
81-100	☆☆☆☆☆

1.4 Företagen i Folksams Klimatindex

I Sverige sändes enkäten till 67 företag och 57 av dessa valde att delta i undersökningen. Företagen kan välja om de vill att deras svar ska vara offentliga, eller bara tillgängliga för de investerare som ligger bakom undersökningen. 37 företag valde att offentliggöra sina svar.

Folksams Klimatindex 2009 fokuserar på de tio företag som har rapporterat högst utsläpp av de 37 företagen med offentliga svar. Dessa tio företag står för 91 procent av de 37 företagens samlade utsläpp.



I avsnitt 2 ges dock en övergripande bild av alla de svenska företagen, delvis i jämförelse med företag i andra länder.

I bilaga 1 listas samtliga 37 företag med offentliga svar och deras rapporterade utsläpp. I bilaga 2 finns motsvarande lista, där företagen rankats efter poäng och klimatbetyg. Nedan redovisas de företag som inte lämnat offentliga svar eller inte deltagit i undersökningen.

Ej offentliga svar	Poäng	Klimatbetyg
Boliden Group	44	☆☆☆
Elekta	61	☆☆☆☆☆
Eniro AB	45	☆☆☆☆
Getinge	48	☆☆☆☆
Hufvudstaden	41	☆☆☆☆
Husqvarna AB	39	☆☆
Intrum Justitia AB	22	☆☆
Investment AB Latour	22	☆☆
Investor AB	64	☆☆☆☆☆
Kungsleden	67	☆☆☆☆☆
Lindab Int. AB	58	☆☆☆☆
Modern Times Group AB	43	☆☆☆☆
NCC	66	☆☆☆☆☆
Nordea Bank	58	☆☆☆☆
Peab AB	26	☆☆
Ratos AB	12	☆
Sandvik AB	73	☆☆☆☆☆
SSAB	72	☆☆☆☆☆
Svenska Handelsbanken	11	☆
Volvo	60	☆☆☆☆

Ej svarat på enkäten

Axis Communications AB

Hexagon

Investment AB Öresund

Lennart Wallenstam Byggnads AB

Melker Schörling AB

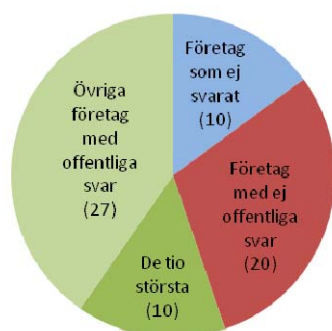
PA Resources AB

Seco Tools AB

Securitas AB

West Siberian Resources Ltd

Vostok Nafta



2 Övergripande bild

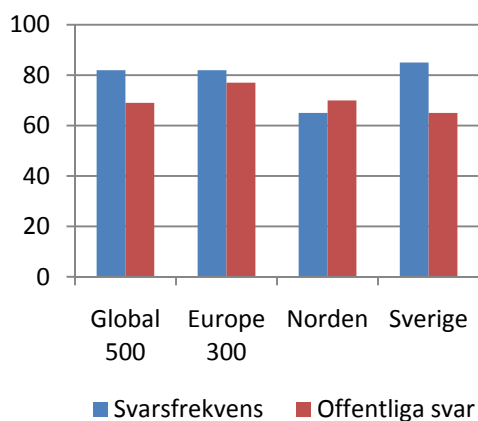
I det följande ges en övergripande bild över hur de svenska företagen svarat på enkäten. Förutom det inledande avsnittet om svarsfrekvens, baseras redovisningen på de 37 företag som valt att deras svar ska vara offentliga. När det är möjligt görs också en jämförelse över hur de svenska företagen står sig mot de nordiska företagen, de 500 största företagen i världen (Global 500) och de 300 största i Europa (Europe 300).

2.1 Svartsfrekvens

Svenska företag hade en svarsfrekvens på 85 procent, vilket är bäst i Norden där genomsnittet var 65 procent. Finland och Danmark hade en svarsfrekvens på 68 procent och Norge på 35 procent. Svenska företags svarsfrekvens var också högre än snittet för Global 500 och Europe 300, som i båda fallen var 82 procent.

65 procent av de svenska företag som deltog i undersökningen valde också att låta svaren bli offentliga. Det var lägst andel i Norden – Danmark och Norge låg på 78 procent medan Finland låg på 69 procent. För Global 500 och Europe 300 var andelen 69 procent respektive 77 procent.

Svenska företag vill med andra ord gärna redovisa sina utsläpp och sitt klimatarbete, men inte lika gärna berätta om det för andra.



2.2 Klimatbetyg

Högst klimatbetyg bland de svenska företagen fick Hakon Invest och Gunnebo som var ensamma om att få fem stjärnor (83 respektive 81 poäng). Sämst betyg fick Industrivärden som var ensam om att få bara en stjärna (7 poäng). För Norden var genomsnittet 55 poäng, motsvarande

tre stjärnor, och på ”topp-21” listan var nio företag svenska. Högst betyg i Norden hade Norske Skogsindustrier med 84 poäng, motsvarande fem stjärnor. Högst poäng av alla företag i den globala undersökningen hade Bayer med 95 poäng.

De tio bästa företagen i Sverige – bland de som lämnat offentliga svar – listas nedan. Bland företagen som inte offentliggör sina svar hade Sandvik AB och SSAB högst poäng, 73 respektive 72 poäng, motsvarande fyra stjärnor i klimatbetyg.

Företag	Poäng	Klimatbetyg
Hakon Invest AB	83	☆☆☆☆☆
Gunnebo	81	☆☆☆☆☆
Q-Med AB	77	☆☆☆☆
Electrolux	76	☆☆☆☆
Lundin Petroleum	76	☆☆☆☆
Scania	76	☆☆☆☆
SAAB	75	☆☆☆☆
TeliaSonera	71	☆☆☆☆
Meda AB	70	☆☆☆☆
SKF	69	☆☆☆☆

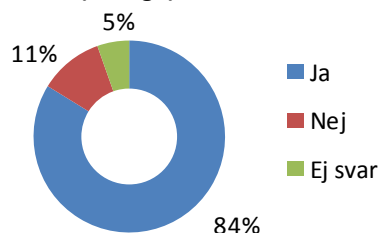
2.3 Klimatarbetet

Mål och åtgärder

Hela 84 procent av de svenska företagen anger att de har mål för att minska utsläppen och/eller energianvändningen. Det är lika många som i Europe 300, men något fler än genomsnittet för de nordiska länderna som är 80 procent.

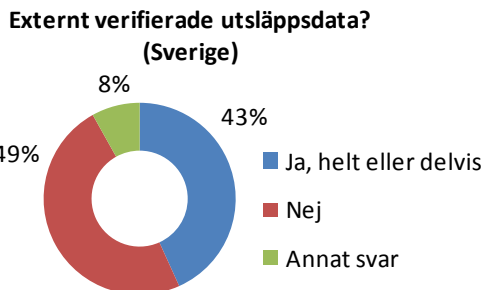
Bland de svenska företagen är det lika många företag som anger att det har ett mål för utsläppsminskningar som de som har en åtgärdsplan för att nå målen. Av de som inte redan har mål eller åtgärdsplaner anger flertalet att de håller på att ta fram sådana.

Mål för utsläppsminskningar?
(Sverige)



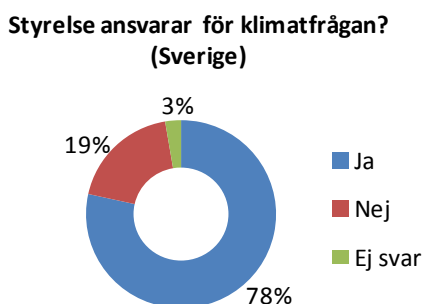
Extern verifiering

Bland de svenska företagen anger 43 procent att uppgivna utsläppsdata helt eller delvis har verifierats av en extern part, medan 49 procent anger att de inte har det. För de nordiska länderna är motsvarande andelar 44 respektive 37 procent.



Ansvar för klimatfrågan

Klimatfrågan finns generellt högt upp på dagordningen hos företagen. 78 procent av de svenska företagen anger att ansvaret för klimatfrågan ligger hos styrelse eller motsvarande beslutande organ. Det är snäppet bättre än snittet för de nordiska länderna på 77 procent.



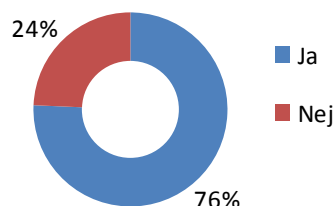
2.4 Risker och möjligheter

Klimatförändringen kan utgöra både risker och möjligheter för företagen – dels till följd av lagar och regler som syftar till att begränsa klimatförändringen, dels till följd av de fysiska förändringar som blir konsekvensen av en klimatförändring.

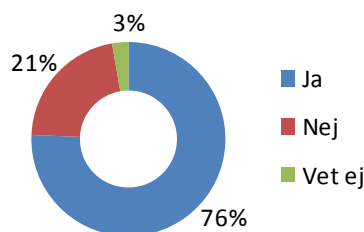
Regleringar

Nya krav och strängare regler kan exempelvis medföra ökade kostnader för energi och transporter. 76 procent av de svenska företagen anser att deras företag är exponerat för regleringsrisker. Det är intressant att notera att lika många, 76 procent, menar att regleringar också kan innebära möjligheter, till exempel genom möjligheter att vinna marknadsandelar eller genom att kunna erbjuda nya produkter.

Ser risker till följd av regleringar (Sverige)



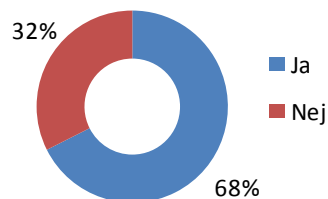
Ser möjligheter till följd av regleringar (Sverige)



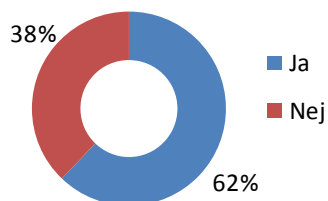
Klimatförändringar

Klimatförändringar, som exempelvis stormar, ändrad nederbörd och ökad temperatur, kan påverka företagen på olika sätt. 68 procent av företagen anser att deras företag är exponerat för risker till följd fysiska förändringar. Något färre, 62 procent, menar att de fysiska förändringarna kan innebära möjligheter för företagen.

Ser fysiska risker (Sverige)



Ser fysiska möjligheter (Sverige)



3 De tio största utsläpparna

I det följande sammanfattas uppgifter för de tio svenska företag som rapporterat högst utsläpp. Dessa företag står för 91 procent av de samlade utsläppen för de 37 företag som lämnat offentliga svar. I avsnitt 4 till 13 beskrivs respektive företag i mer detalj.

Det är viktigt att understryka att de företag som rapporterat högst utsläpp inte nödvändigtvis är ”de största utsläpparna”. I någon mån gäller att ju bättre ett företag är på att identifiera och beräkna sin klimatpåverkan, desto högre blir de rapporterade utsläppen. De företag som har allra bäst kunskap om sin klimatpåverkan kan till exempel rapportera uppgifter om fler växthusgaser och från fler källor, både inom den egna verksamheten och sådana som uppstår hos underleverantörer. Företag med sämre kunskap rapporterar ofta bara koldioxidutsläpp och redovisningen omfattar färre källor.

3.1 Klimatbetyg

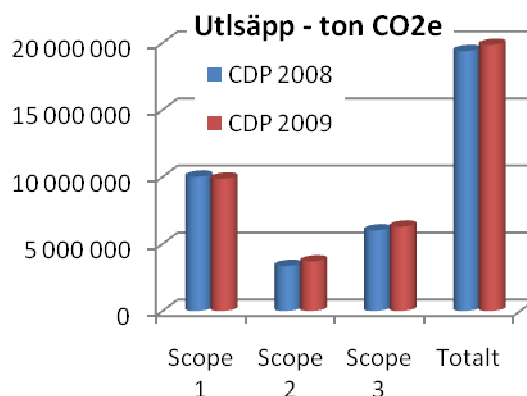
Bland de tio största utsläpparna fick åtta företag betyget fyra stjärnor. Ett företag fick tre stjärnor, och ett företag fick två stjärnor. Fyra företag höjde sina betyg jämfört med föregående år medan tre fick sänkt betyg.

Företag	Utsläpp (ton CO2e)	Klimat-betyg 09	Klimat-betyg 08
SAS	5 840 000	☆☆	☆☆
SCA	5 320 403	☆☆☆☆	☆☆☆☆
Ericsson	4 739 000	☆☆☆☆	☆☆☆☆
Holmen	916 391	☆☆☆☆	☆☆☆☆
Electrolux	755 388	☆☆☆☆	☆☆☆☆
SKF	719 052	☆☆☆☆	☆☆☆☆
Skanska AB	445 500	☆☆☆☆	☆☆
Trelleborg AB	416 264	☆☆☆☆	☆☆☆☆
H&M	353 186	☆☆☆	☆☆☆☆
TeliaSonera	339 075	☆☆☆☆	☆☆☆☆

3.2 Rapporterade utsläpp

De tio företagens samlade rapporterade utsläpp uppgick till 19,8 miljoner ton koldioxidekvivalenter för 2008 (rapporterat i CDP 2009), en ökning med 2,4 procent jämfört med föregående år. Sju av företagen redovisar

högre utsläpp än föregående år, medan tre företag redovisar lägre utsläpp. De flesta företagen redovisar endast koldioxid, men i några fall omfattas även andra växthusgaser.



Den redovisade ökningen av utsläppen betyder inte nödvändigtvis att de faktiska utsläppen har ökat. Företagen kan ha blivit bättre på att beräkna sina utsläpp och redovisa fler ”nivåer”. För 2008 redovisade samtliga tio företag Scope 1-utsläpp, nio företag Scope 2 och åtta företag Scope 3. Det är en förbättring jämfört med föregående år då nio företag redovisade Scope 1, åtta företag Scope 2 och sex företag Scope 3.

Scope 1: Direkta utsläpp från egna verksamheter, till exempel från egna förbränningsanläggningar eller fordon.

Scope 2: Indirekta utsläpp från inköpt el och värme.

Scope 3: Indirekta utsläpp som är en följd av verksamheten, till exempel transporter, underleverantörer.

Några företag har, i enlighet med instruktioner i enkäten, ändrat beräkningsmetodik när det gäller utsläpp från inköpt el. Det innebär att även utsläpp från förnybar el omfattas vid beräkning av utsläppen (och de lägre utsläppen då hänsyn tas till att delar av elen är förnybar särredovisas). Ett företag anger att ökningen beror på att nya verksamheter tillkommit genom uppköp, vilket lett till högre rapporterade utsläpp.

3.3 Mål och åtgärder

Samtliga tio företag anger att man har mål för minskade utsläpp och/eller energianvändning. Bland annat har företagen satt upp följande mål, som i de flesta fall är tuffare än Sveriges och EU:s klimat- och energimål:

- SAS ska minska utsläppen med 20 procent till 2020
- SCA ska minska koldioxidutsläppen med 20 procent till år 2020, jämfört med 2005.

- Ericsson ska minska "koldioxidavtrycket" med 40 procent under perioden 2009-2013.
- Holmen ska minska användningen av fossila bränslen med 90 procent till 2020, jämfört med 2005.
- Electrolux ska minska energianvändningen med 15 procent till år 2012, jämfört med 2008.
- SKF ska minska utsläppen med fem procent per år "under överskådlig framtid".
- Trelleborg ska minska energianvändningen med tio procent till 2010, jämfört med 2008.
- H&M ska minska utsläppen med tio procent till 2009, jämfört med 2005.
- TeliaSonera ska minska utsläppen med fyra procent per år.
- SKF har försett en 15 000 kvadratmeter stor takkonstruktion med solpaneler som täcker 90 procent av fabriken elbehov.
- Skanska har genomfört en pilotstudie för att kunna övervaka projekt på distans och implementerat ett Green Office Programme inom flera affärsenheter.
- Trelleborg har i samarbete med Carbon Trust utvecklat ett "Energy Excellence program and toolbox".
- H&M har installerat energieffektiv belysning i butiker och fjärravlästa elmätare för att kunna övervaka energianvändningen. Man har även installerat 5 300 kvadratmeter solpaneler på taket till ett distributionscenter.
- TeliaSonera har bland annat ökat användningen av videokonferenser och investerat i solceller, bränsleceller och system för kylning med havs- och sjövättan.

Några av målen relaterar till omsättning, vilket innebär att utsläppsminskningen i absoluta tal kan bli mindre om omsättningen ökar. Men flera mål är formulerade så att de ska nås samtidigt som en angiven tillväxt sker. SKF menar att de absoluta utsläppen måste minska om klimatförändringen ska begränsas, och därför ska deras mål nås oavsett om produktionsvolymen ökar. För att nå de uppsatta målen anger företagen en rad olika pågående åtgärder, som till exempel:

- SAS arbetar för att bli det första flygbolaget att blanda in biobränsle i flygbränsle från år 2011.
- SCA har ett energibesparingsprogram som omfattar 680 småskaliga projekt runt om i världen. Man har också bland annat investerat 3,7 miljarder kronor i en kraftvärmeanläggning och två sodapannor.
- Ericsson ökar användningen av virtuella möten och ska öka landtransporterna med 60 procent på bekostnad av flygtransporter.
- Holmen har bland annat investerat 810 miljoner kronor i nya värmepannor för att öka användningen av biobränslen, och använder sig av ett energiledningssystem.
- Electrolux har utvecklat en strategi som omfattar särskilda "Green Spirit Teams", energikartläggningar och åtgärdsplaner för samtliga anläggningar.
- SCA planerar tillsammans med norska Statkraft att etablera sju vindkraftparker i norra Sverige.
- Holmen planerar att investera 2,5 miljarder kronor i en ny sodapanna och 1 miljard kronor i effektiviseringsåtgärder.
- Electrolux beräknar att det kommer krävas investeringar på omkring 60 miljoner kronor årligen för att nå sitt energimål.
- SKF anger att alla nya fabriker ska byggas för att (åtminstone) uppfylla kraven enligt LEED – ett system för certifiering av gröna byggnader.
- Skanska har fokus på "grön konstruktion" och har avsatt 100 miljoner kronor per år för att öka takten i arbetet.
- Trelleborg beräknar att lägga 450 000 kronor under 2009 på att implementera sitt energiprogram.

3.4 Planerade investeringar

Några av företagen ger relativt detaljerade beskrivningar av planerade investeringar, medan andra framhåller att det pågår ett kontinuerligt arbete för att nå energi- och klimatmålen. Några exempel på planerade investeringar är:

- H&M arbetar för att skapa översikt över var i värdekedjan som de största utsläppen uppstår, med målet att kunna mäta koldioxidavtrycket för leverantörskedjan under 2010.

När det gäller hur företagen beaktar framtida kostnader för utsläpp vid investeringsbeslut, skiljer sig företagen åt. SAS, SCA och Holmen anger att man beaktar aspekten i hög grad. H&M gör det inte, Skanska anser att det inte är relevant för ett byggföretag och Trelleborg anger att man inte planerar investeringar i energiintensiv utrustning eller installationer. SKF och TeliaSonera anger att de har fokus på energifrågor vid investeringar, och håller nu också på att formalisera hur kostnaden för utsläpp ska beaktas vid investeringsbeslut. Ericsson anger att det inte räknar med kostnader för framtida utsläpp, utan främst fokuserar på att erbjuda tjänster och lösningar som kan bidra till minskade utsläpp. Electrolux framhåller att investeringar i energieffektivisering är smart ur affärssynpunkt, inte minst i tider av ekonomisk osäkerhet. Genom ökad energieffektivitet bli man mindre känslig för ändringar i energipriser.

3.5 Risker och möjligheter

Klimatförändringen kan utgöra både risker och möjligheter för företagen – dels till följd av lagar och regler som syftar till att begränsa klimatförändringen, dels till följd av de fysiska förändringar som blir konsekvensen av en klimatförändring. Företagen har generellt tydliga uppfattningar om både risker och möjligheter, och överlag ser företagen betydligt fler möjligheter än risker.

Reglering

Samtliga företag utom Ericsson och Skanska anser att de är exponerade för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan.

Den vanligaste regleringsrisken som företagen lyfter fram är ökade kostnader för energi och transporter. SAS pekar på kostnader förknippade med flygets införlivande i EU:s system för handel med utsläppsrätter. Även mer konkreta aspekter lyfts fram. Electrolux

nämner exempelvis regelverk som syftar till att minska elektriska apparaters energianvändning och H&M nämner hårdare krav på belysning i butiker. SKF ser en risk i minskad efterfrågan inom vissa koldioxidintensiva marknadssegment.

Samtliga företag utom SAS lyfter dock i större utsträckning fram vilka möjligheter de ser.

- Skogs- och pappersbolagen SCA och Holmen ser möjligheter genom ökad efterfrågan på deras produkter, både i form av trä och papper och i form av biobränslen och grön el.
- Telekommunikationsföretagen Ericsson och TeliaSonera lyfter fram sina möjligheter att erbjuda alternativ till fysiska transporter.
- Electrolux anser sig ligga långt framme när det gäller utveckling av energisnåla apparater och menar att man kan vinna marknadsandelar om kraven ökar.
- SKF pekar på möjligheter inom utveckling av energieffektiv teknik och energiomvandlingsteknik med låga koldioxidutsläpp.
- Skanska ser möjligheter att exportera kunskap om energieffektivt byggande och hållbar energiförsörjning.
- Trelleborg ser möjligheter genom ökad efterfrågan på vissa produkter, ett exempel är tätningar som används i bilar som drivs med biodrivmedel.
- H&M menar att tuffare krav kan innebära möjligheter för H&M då man själv har höga ambitioner inom klimat- och hållbarhetsfrågor.

Fysiska förändringar

Sex av företagen anser att man är exponerad för fysiska risker kopplat till klimatförändringen. SCA, Ericsson, Electrolux och Skanska anser att man inte är det. Flera företag pekar på riskerna med skador på anläggningar och infrastruktur till följd av bland annat översvämningar och stormar. Förutom de direkta effekterna på egna verksamheter kan detta också påverka logistik

och underleverantörers produktion. Andra risker som lyfts fram är bland annat:

- SAS pekar på att mer extremt väder och turbulens kan påverka flygbranschen
- Holmen pekar på ökade stormskador och skadedjursangrepp på skogen.
- SKF lyfter fram minskad tillgång till vatten, vilket kan störa tekniska processer.
- TeliaSonera pekar bland annat på ökat behov av reservkraft.
- H&M anger att inköp och lansering av klädkollektioner baseras på normala väderförhållanden och att oväntade avvikelser kan påverka försäljningen negativt.

Alla företag utom Ericsson och H&M ser också möjligheter till följd av fysiska klimatförändringar.

- SAS menar att flygets infrastruktur kommer att behövas för att hantera effekterna av klimatförändringen.
- SCA och Holmen pekar på att en ökad temperatur kan öka skogens tillväxt och därigenom upptaget av koldioxid.
- Electrolux menar att brist på rent vatten kan öka efterfrågan på deras vattensnåla produkter.
- SKF och Trelleborg anger att de kan erbjuda lösningar relaterade till översvämningsrisker och stigande havsnivåer.
- TeliaSonera lyfter fram telekommunikationens roll i samband med katastrofer av olika slag.

3.6 Ansvar för klimatfrågan

Ansvar för klimatfrågan ligger generellt på mycket hög nivå i företagen. Åtta av tio anger att ansvaret ligger hos styrelsen eller motsvarande.

3.7 Incitament för klimatåtgärder

Tre företag anger att de har individuella incitamentssystem för att främja klimatåtgärder.

- I SAS dotterbolag ingår ett miljöindex som en faktor vid bedömning av prestation för alla direktörer.
- Inom SKF ingår prestationer inom energieffektivisering i den rörliga lönen för alla med särskilt ansvar inom området.
- Inom Skanska ger det utslag i den årliga bonusen om mål som satts upp inom klimatområdet för respektive affärsenhet överträffas.

3.8 Lagar och regler

Åtta av de tio företagen anger att man på något sätt har kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen. Bara SKF och H&M anger att man inte har det.

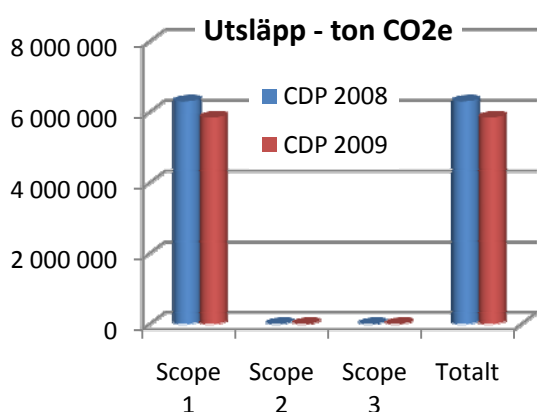
- SCA, Holmen och TeliaSonera anger att politiska kontakter främst sker genom delaktighet i branschorganisationer på nationell och internationell nivå.
- SAS politiska kontakter är främst kopplade till EU:s system för handel med utsläppsrätter.
- Ericsson anger att det inför FN:s klimatområde i Köpenhamn i december 2009 arbetar för att öka kunskapen om hur ICT kan bidra till en minskad klimatpåverkan.
- Electrolux arbetar aktivt för att påverka politiska beslutsfattare att införa incitament för köp av energisnåla apparater.
- Skanska ingår i EU Corporate Leaders Group on Climate Change, som bland annat givit input till FN:s klimatförhandlingar på Bali och i Poznan.
- Trelleborgs politiska kontakter sker främst genom delaktighet i FN:s Global Compact.

4 SAS

SAS fick 37 poäng och två stjärnor i klimatbetyg 2009. Det är lika många stjärnor som föregående år, men en liten förbättring från 33 poäng.

Rapporterade utsläpp

SAS rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till 5,84 miljoner ton, vilket är 455 000 ton mindre än redovisade utsläpp för föregående år. SAS redovisar endast direkta utsläpp. De anger också att man använt 3,7 miljoner liter drivmedel för fordon under 2008.



Mål och åtgärder

SAS anger att de har som mål att till 2020 minska utsläppen med 20 procent, vid en trafikökning med tre-fyra procent per år, och att utsläppen ska minska med 50 procent per enhet. Ett program för bränslebesparing ska minska den relativa bränsleförbrukningen med sex procent till 2011.

Hittills har SAS minskat bränsleförbrukningen med tre procent. SAS arbetar också för att bli det första flygbolaget att blanda in biobränsle i flygbränsle från år 2011. SAS uppger att de investerat 17,6 miljoner kronor för att nå målen.

Alla tjänsteresor som genomförts med det egna bolaget har balanserats frivilligt genom köp av utsläppsrätter motsvarande 50 000 ton koldioxid.

Planerade investeringar

SAS preciserar inte kommande investeringar, men anger att det beaktar kostnader för framtida utsläpp i alla investeringsbeslut. Bolaget beräknar att kostnader för utsläpp kan komma att uppgå till 300 miljoner kronor per år genom flygets införlivning i EU:s system för handel med utsläppsrätter.

Risker och möjligheter

SAS anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan. Flygets införlivande i EU:s system för handel med utsläppsrätter innebär att flygbolagen kommer att behöva köpa utsläppsrätter. På sikt kan även andra regelverk påverka möjligheterna till tillväxt. Flyget kan komma att påverkas av regelverk som omfattar andra växthusgaser än koldioxid.

SAS ser inga möjligheter för företaget när det gäller klimatrelaterade regelverk.

SAS anser att det är exponerat för risker kopplat till klimatförändringen. Mer extremt väder och turbulens kan påverka flygbranschen. Flygplatser och annan infrastruktur kan påverkas av höjda havsnivåer.

SAS ser också möjligheter genom att den infrastruktur som flyget erbjuder kommer att behövas för att hantera effekterna av klimatförändringen.

Ansvar för klimatfrågan

SAS styrelse har det övergripande ansvaret för klimatfrågan.

Individuella incitament för klimatåtgärder

SAS anger att de har individuella incitamentssystem för att främja klimatåtgärder. Miljöindex ingår som en faktor vid bedömning av prestation för alla direktörer i SAS dotterbolag.

Lagar och regler

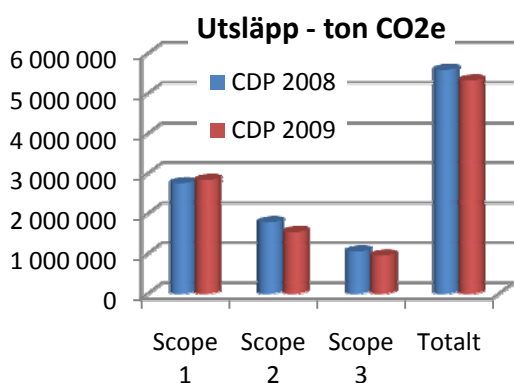
SAS har kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen. SAS för dialog med beslutsfattare på nationell och europeisk nivå gällande handel med utsläppsrätter och annan miljöpolitik som rör flyget.

5 SCA

SCA fick 63 poäng och 4 stjärnor i klimatbetyg 2009, en förbättring från 57 poäng och 3 stjärnor föregående år.

Rapporterade utsläpp

SCA:s rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till 5,3 miljoner ton, vilket är en minskning med omkring 265 000 ton jämfört med föregående år. Direkta utsläpp från 170 egna anläggningar runt om i världen stod för drygt hälften av utsläppen, eller 2,8 miljoner ton. Utsläpp från inköpt energi stod för omkring 1,5 miljoner ton och utsläpp från transporter av råvaror och produkter till och från anläggningarna för nästan en miljon ton.



Mål och åtgärder

SCA har som mål att minska koldioxidutsläppen från de egna anläggningarna och inköpt energi med 20 procent till 2020, jämfört med 2005. Som exempel på åtgärder för att nå målen anges:

- ett energibesparingsprogram som omfattar 680 småskaliga projekt runt om i världen i SCA:s fabriker. Projekten beräknas minska energianvändningen med 900 GWh värme och 500 GWh el.
- investeringar i förbränningsanläggningar, där ett exempel är en investering på 120 miljoner euro i en kraftvärmeanläggning i Tyskland som minskar utsläppen med 120 000 ton.
- investeringar på 2,4 miljarder kronor i två sodapannor som ökar användningen av biobränslen på bekostnad av fossila bränslen.

Planerade investeringar

SCA planerar bland annat att, tillsammans med norska Statkraft, etablera sju vindkraftparker i norra Sverige med en årsproduktion på 2,4 TWh el. Ett annat exempel är ett omfattande utvecklingsarbete för att uppnå en effektivare

Användning av skogsråvara. SCA levererar årligen biobränslen motsvarande 3 TWh.

Kostnader för ökade utsläpp, liksom framtida regelverk, utsläppshandel, etc, beaktas i alla investeringsbeslut.

Risker och möjligheter

SCA anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan. Lagar och regler bidrar till ökade priser på koldioxid, el, trä och transporter. Riskminimering sker genom att företaget äger skog med nettotillväxt, har god tillgång till återvunnet papper, producerar bränslen och energi med låga koldioxidutsläpp och har strategier för att minska de egna utsläppen.

SCA ser möjligheter genom regleringar som kan bidra till ökad efterfrågan på grön el och biobränslen som företaget erbjuder. SCA äger dessutom omfattande arealer skog som utgör en viktig kolsänka. En framtida ökad användning av klimatvänliga produkter från träråvara kan gynna SCA.

SCA anser inte att de är utsatta för klimatrisker då skogstillgångarna i Sverige inte antas påverkas negativt av klimatförändringen. Fabriker finns huvudsakligen i områden där klimatförändringen antas ha begränsade konsekvenser. Klimatförändringen kan i stället ha positiva effekter, då en ökad temperatur kan öka skogens tillväxt och därigenom upptaget av koldioxid.

Ansvar för klimatfrågan

SCA:s ledningsgrupp har det övergripande ansvaret för klimatfrågan, och risker och möjligheter kopplat till klimatförändringen utvärderas regelbundet.

Individuella incitament för klimatåtgärder

SCA har inga individuella incitamentssystem för att främja åtgärder inom klimatområdet.

Lagar och regler

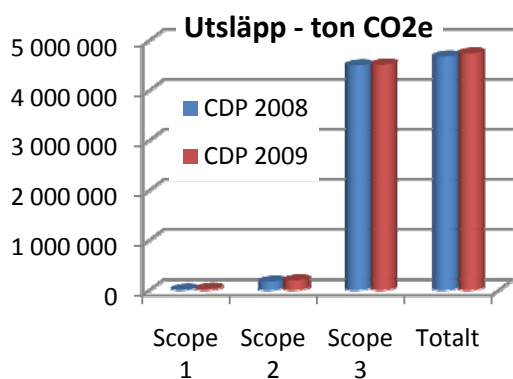
SCA:s kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen sker främst genom branschorganisationer på nationell och europeisk nivå. Ett exempel är genom Confederation of the European Paper Industry Association (CEPI).

6 Ericsson ☆☆☆☆

Ericsson fick 63 poäng och 4 stjärnor i klimatbetyg 2009, en försämring från 88 poäng och 5 stjärnor föregående år.

Rapporterade utsläpp

Ericssons rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till 4,7 miljoner ton, en ökning med omkring 63 000 ton jämfört med föregående år. Direkta utsläpp från egna anläggningar stod endast för 28 000 ton (varav cirka 4 000 ton i Sverige), och utsläpp från inköpt energi för knappt 200 000 ton. Huvuddelen av de rapporterade utsläppen, omkring 4,5 miljoner ton, avser underleverantörers utsläpp, enligt livscykelanalyser för företagets produkter. I de rapporterade utsläppen ingår 1 600 ton koldioxidkvivalenter från HFC-gaser.



Mål och åtgärder

Ericsson har som mål att minska sitt "koldioxidavtryck", sett ur ett livscykelperspektiv, med 40 procent under perioden 2009-2013. Som exempel på åtgärder för att nå målen anges bland annat att företaget ska:

- öka landtransporter med 60 procent på bekostnad av flygtransporter.
- öka användningen av "telepresence"-möten och andra virtuella möten.
- etablera en metod för beräkning av "positiva koldioxideffekter" och leverans av tjänster som kan ersätta aktiviteter med högre koldioxidutsläpp.
- öka energieffektiviteten med tio procent under 2009, som en del i målet att öka energieffektiviteten med 40 procent.

Planerade investeringar

Ericsson preciserar inte några planerade investeringar, utan arbetar kontinuerligt för att nå de mål som de har satt upp. Ericsson räknar inte med kostnader för framtida utsläpp ur ett affärsperspektiv, utan fokuserar främst på affärsmöjligheter kopplat till att erbjuda tjänster och lösningar som kan bidra till minskade utsläpp.

Risker och möjligheter

Ericsson anser inte att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan. De egna utsläppen är relativt små och företaget anser sig vara ledande i branschen när det gäller energieffektivitet. Det gör att företaget är väl positionerat att klara av framtida krav och regler.

Ericsson ser möjligheter i att IT- och kommunikationssektorn (ICT) står för cirka två procent av den globala energianvändningen, samtidigt som smart användning av ICT skapar möjligheter att påverka de resterande 98 procenten av energianvändningen.

Ericsson anser inte att företag är utsatt för risker kopplat till klimatförändringen. En ökning av stormar och andra naturkatastrofer kan påverka tillgången till exempelvis mobilnätverk, men i begränsad omfattning. Branschen har dock en viktig roll att spela när det gäller service till de mest utsatta, exempelvis genom väderinformation via mobilen.

Ansvar för klimatfrågan

Det övergripande ansvaret för klimatfrågan ligger hos en styrgrupp för hållbarhetsfrågor. Gruppen leds av teknisk chef, som rapporterar direkt till koncernledningen.

Individuella incitament för klimatåtgärder

Ericsson har inga individuella incitamentssystem för att främja åtgärder inom klimatområdet.

Lagar och regler

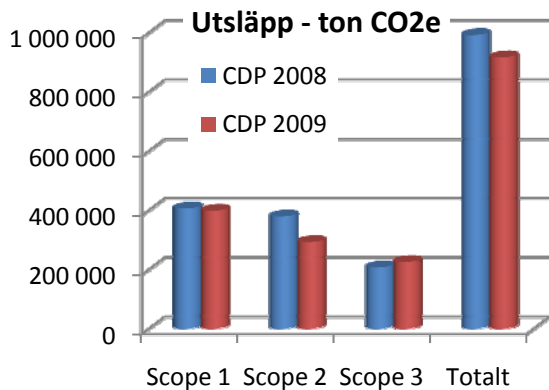
Ericsson har regelbundet kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen. Inför FN:s klimatmöte i Köpenhamn i december 2009 arbetar de bland annat för att öka kunskapen om hur ICT kan bidra till en minskad klimatpåverkan.

7 Holmen

Holmen fick 66 poäng och 4 stjärnor i klimatbetyg 2009, en förbättring från 54 poäng och 3 stjärnor föregående år.

Rapporterade utsläpp

Holmens rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till 916 000 ton, en minskning med omkring 76 000 ton jämfört med föregående år. Direkta utsläpp från egna anläggningar i Sverige, Storbritannien och Spanien stod för knappt 400 000 ton och utsläpp från inköpt energi för knappt 300 000 ton. Utsläpp från externa transporter, huvudsakligen av råvaror och produkter till och från anläggningarna, stod för 225 000 ton.



Mål och åtgärder

Holmen har som mål att till 2020 minska användningen av fossila bränslen i Svenska anläggningar med 90 procent, och att öka energieffektiviteten med 15 procent, jämfört med 2005.

För att nå målen arbetar Holmen för att öka användning av biobränslen, bland annat genom investeringar i nya värmepannor. Som exempel anges investeringar i Bråviken och Iggesund på totalt 810 miljoner kronor.

För att nå effektiviseringsmålet använder företaget sig av ett energiledningssystem.

Planerade investeringar

Holmen anger bland annat att de planerar att investera 2,5 miljarder kronor i en ny sodapanna och en miljard kronor i effektiviseringsåtgärder för att nå de uppsatta målen. Minskad användning av fossila bränslen i svenska anläggningar beräknas medföra minskade utsläpp på 75 000 ton till 2013.

I alla investeringsbeslut tas hänsyn till kostnader för utsläpp i form av utsläppsrätter eller koldioxidskatt. Holmen räknar med ökade kostnader för utsläpp.

Risker och möjligheter

Holmen anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan, framför allt genom ökade priser på energi och trä. Samtidigt ser man möjligheter genom att regler och krav kan öka efterfrågan på Holmens förnybara produkter, både i form av trä och papper och i form av bränslen.

Som ägare av skog och vattenkraft anser Holmen att de är utsatta både för risker och möjligheter kopplat till klimatförändringen.

Klimatförändringen kan medföra ökade stormskador och skadedjursangrepp på skogen, men också bidra till ökad tillväxt i skogen. Vattenkraftproduktionen kan påverkas både positivt och negativt.

Som ägare till stora markområden ser Holmen möjligheter i att bygga ut vindkraft. Tillsammans med andra energiintensiva företag har de startat ett vindkraftbolag som undersöker möjligheterna till större vindkraftparker på Holmens mark.

Ansvar för klimatfrågan

Det övergripande ansvaret för klimatfrågan ligger hos Holmens ledningsgrupp, och klimatfrågan finns med på dagordningen vid varje ledningsgruppsmöte.

Individuella incitament för klimatåtgärder

Holmen har inga individuella incitamentssystem för att främja åtgärder inom klimatområdet.

Lagar och regler

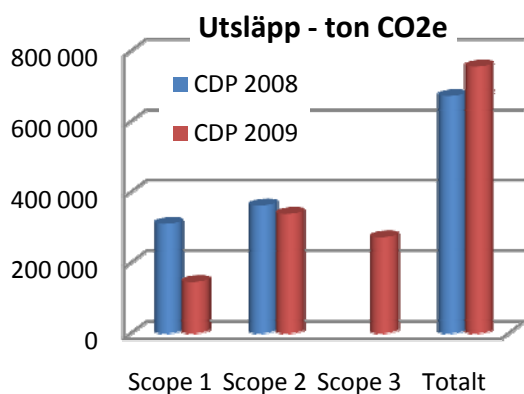
Holmens kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen sker bland annat genom branschorganisationen Skogsindustrierna och dess motsvarighet på europeisk nivå.

8 Electrolux

Electrolux fick 76 poäng och 4 stjärnor i klimatbetyg 2009. Det är lika många stjärnor som föregående år, men en liten förbättring från 70 poäng.

Rapporterade utsläpp

Electrolux rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till 755 400 ton, vilket är 83 000 ton mer än föregående år. Ökningen beror bland annat på att Electrolux för 2008 även rapporterat indirekta utsläpp som är en följd av verksamheten. De jämförbara utsläppen minskade med 7,5 procent. Direkta utsläpp från egna anläggningar stod för 145 000 ton, varav bara 371 ton i Sverige. Utsläpp från inköpt energi stod för knappt 340 000 ton. Rapporterade utsläpp från externa transporter stod för 272 000 ton. Utöver detta uppgick utsläpp från HFC-gaser till 275 000 ton koldioxidekvivalenter.



Mål och åtgärder

Electrolux har som mål att energianvändningen i fabriker, varuhus och kontor ska vara 15 procent lägre år 2012 än 2008. Detta beräknas minska utsläppen av koldioxid med 73 000 ton. För fabriken relateras målet till produktionsvolym och för varuhus och kontor till kvadratmeter yta.

Electrolux har utvecklat en global strategi som bland annat omfattar särskilda "Green Spirit Teams", energikartläggningar och åtgärdsplaner för alla anläggningar samt spridning av goda exempel mellan anläggningar. Electrolux ingår också i det samarbetet US SmartWay Transport Partnership som syftar till att minska utsläppen från godstransporter.

Planerade investeringar

Electrolux beräknar att det kommer krävas investeringar på omkring 60 miljoner kronor

årligen för att nå energimålet. Electrolux framhåller att investeringar i energieffektivisering är smart ur affärssynpunkt, inte minst i tider av ekonomisk osäkerhet. Genom ökad energieffektivitet bli man mindre känslig för ändringar i energipriser. Energieffektivisering beräknas spara gruppen 100 miljoner kronor per år i minskade energikostnader.

Risker och möjligheter

Electrolux anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan. Det gäller exempelvis regelverk som syftar till att minska elektriska apparaters energianvändning och hushållens utsläpp. Electrolux fokuserar dock mer på möjligheterna som ökade krav kan föra med sig och vill vara en del av "klimatlösningen". Electrolux anser sig ligga långt framme när det gäller utveckling av energisnåla apparater och menar att de både kan vinna marknadsandelar och öka vinsten om kraven ökar. Produkter med högst miljöprestanda står idag för cirka 20 procent av omsättningen, men för 28 procent av vinsten.

Electrolux anser inte att de är utsatta för risker till följd av klimatförändringen. Däremot ser de möjligheter genom en ökad medvetenhet om klimatförändringen bland konsumenter, vilket kan öka efterfrågan på Electrolux energisnåla produkter.

Klimatförändringen kan även leda till brist på rent vatten, vilket kan öka efterfrågan på företagets vattensnåla produkter.

Ansvar för klimatfrågan

Det övergripande ansvaret för klimatstrategier och mål ligger hos koncernens ledningsgrupp. Styrelsen godkänner strategier och mål.

Individuella incitament för klimatåtgärder

Electrolux har inga individuella incitamentssystem för att främja klimatåtgärder.

Lagar och regler

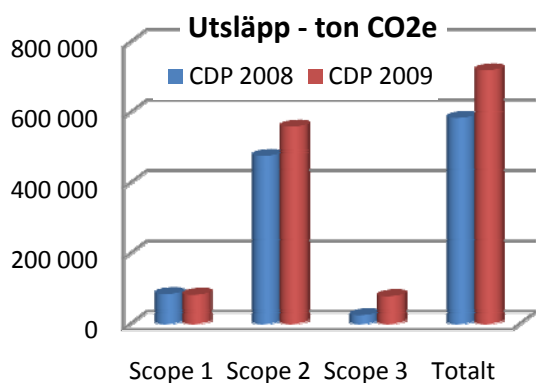
Electrolux arbetar aktivt för att påverka politiska beslutsfattare att införa incitament för köp av energisnåla apparater. Electrolux arbetar också proaktivt för att utveckla internationella standarder och deltar i flera internationella grupper och för att främja energieffektivisering.

9 SKF

SKF fick 69 poäng och 4 stjärnor i klimatbetyg 2009. Det är lika många stjärnor som föregående år, men en liten förbättring från 62 poäng.

Rapporterade utsläpp

SKF:s rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till drygt 719 000 ton, vilket är 135 000 ton mer än föregående år. Ökningen beror dock i hög grad på olika beräkningsmetodik för utsläpp från inköpt el. Direkta utsläpp från egna anläggningar runt om i världen stod för knappt 82 000 ton, varav 3 800 ton i Sverige. Utsläpp från inköpt energi stod för knappt 560 000 ton (425 000 om hänsyn tas till att delar av elen är förnybar inom REC-systemet). Rapporterade utsläpp från tjänsteresor och externa transporter stod för 78 000 ton.



Mål och åtgärder

SKF har som mål att utsläppen ska minska med 5 procent per år ”under överskådlig framtid”. SKF menar att om klimatförändringen ska begränsas så måste de absoluta utsläppen minska, och därför ska målet nås oavsett om produktionsvolymerna ökar.

SKF arbetar för att minska sina utsläpp dels genom att minska energianvändningen, dels genom att minska utsläppen från den energi som används. Ett exempel på det senare är en investering vid SKF:s logistikcenter i Schweinfurt, Tyskland, där en ny 15 000 kvadratmeter stor takkonstruktion förses med solpaneler som täcker 90 procent av anläggningens elbehov.

Planerade investeringar

SKF preciserar inte planerade investeringar utan arbetar systematiskt för att minska.

energianvändningen. Ett exempel är att alla nya fabriker byggs för att (åtminstone) uppfylla kraven enligt LEED – ett system för certifiering av gröna byggnader. SKF anger att företaget har starkt fokus på energi- och koldioxideffektivitet vid samtliga investeringar. Processen ses för närvarande över för att formalisera hur kostnader för utsläpp ska beaktas vid investeringsbeslut.

Risker och möjligheter

SKF anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan, genom ökade kostnader för energi och logistik, till följd av ökat pris på koldioxid, samt genom minskad efterfrågan inom vissa koldioxidintensiva marknadssegment. Genom att agera proaktivt ser de dock att det finns möjligheter inom flera områden. SKF har identifierat fem sådana områden, bland annat inom utveckling av energieffektiv teknik och energiomvandlingsteknik med låga koldioxidutsläpp.

SKF anser att de är utsatta för risker till följd av klimatförändringen. Det kan exempelvis handla om skador på anläggningar och personal till följd av stormar eller översvämningar, minskad tillgång till vatten, vilket kan störa processer, samt störningar i logistik till följd av skador på infrastruktur.

SKF ser också möjligheter relaterade till klimatförändringar. Ett exempel är genom att tillhandahålla kunskap och lösningar relaterade till översvämningrisker och stigande havsnivåer.

Ansvar för klimatfrågan

Det övergripande ansvaret för klimatstrategier och mål ligger hos SKF:s ledningsgrupp. Chefen för varje division ansvarar för genomförandet.

Individuella incitament för klimatåtgärder

SKF anger att de har individuella incitamentssystem för att främja klimatåtgärder. Prestationer inom energieffektivisering ingår i den rörliga lönen för alla med särskilt ansvar inom området.

Lagar och regler

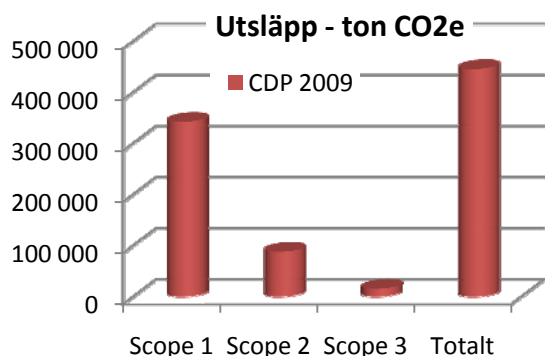
SKF har inte kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen.

10 Skanska

Skanska fick 67 poäng och 4 stjärnor klimatbetyg 2009, en klar förbättring från 40 poäng och 2 stjärnor föregående år.

Rapporterade utsläpp

Skanskas rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till drygt 445 500 ton. Skanska redovisade inte utsläpp i föregående års CDP. Direkta utsläpp från egna anläggningar runt om i världen stod för knappt 342 000 ton och utsläpp från inköpt energi för 88 000 ton. Rapporterade utsläpp från tjänsteresor stod för 15 500 ton. Övriga indirekta utsläpp från verksamheten har inte rapporterats, men Skanska hoppas kunna börja göra det från och med 2009.



Mål och åtgärder

Skanska har bland annat som mål att 50 procent av fordonsflottan år 2010 ska släppa ut högst 130 gramCO₂/km. De har även som mål att till 2010 ha implementerat ”Energy Efficiency Best Practice Guides” inom flera olika delområden.

Åtgärder för att nå målen omfattar bland annat en pilotstudie för att använda videokonferenser i stället för fysiska transporter och för att från huvudkontoret kunna övervaka projekt på distans. De har också implementerat ett ”Green Office Programme” inom flera affärsenheter.

Delar av utsläppen som de inte kan reducera balanseras på frivillig väg genom investeringar i så kallade Gold Standard-projekt.

Planerade investeringar

Investeringar i fordonsflottan görs kontinuerligt för att nå utsläppsmålet till 2020. Under 2008-2010 har Skanska fokus på ”grön konstruktion” och 100 miljoner kronor per år har avsatts för att

öka takten i arbetet. När det gäller att beakta kostnader för framtida utsläpp i investeringsbeslut, menar Skanska att detta inte är relevant för ett företag i byggbranschen som inte har stora kapitalinvesteringar.

Risker och möjligheter

Skanska anser inte företaget är exponerat vare sig för regleringsrisker eller för risker till följd av klimatförändringen. Skanska ser dock möjligheter att som svenskt byggföretag kunna exportera kunskap om energieffektivt byggande, förnybar energi, fjärrvärme och fjärrkyla med mera.

Ansvar för klimatfrågan

Det övergripande ansvaret för klimatstrategier och mål ligger hos Skanskas ledningsgrupp, som vid behov rapporterar till styrelsen.

Individuella incitament för klimatåtgärder

Skanska anger att de har individuella incitamentssystem för att främja klimatåtgärder. Affärsplanen för 2008-2010 har särskilt fokus på ”grön konstruktion” och för varje affärsenhet sätts mål bland annat inom klimatområdet. Om dessa överträffas ger det tydligt utslag i den årliga bonusen.

Lagar och regler

Skanskas kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen sker bland annat genom att man ingår EU Corporate Leaders Group on Climate Change. Gruppen har bland annat givit input till FN:s klimatförhandlingar på Bali (2007) och i Poznan (2008). Skanska är också engagerade i bland annat UNEP:s initiativ för hållbart byggande.

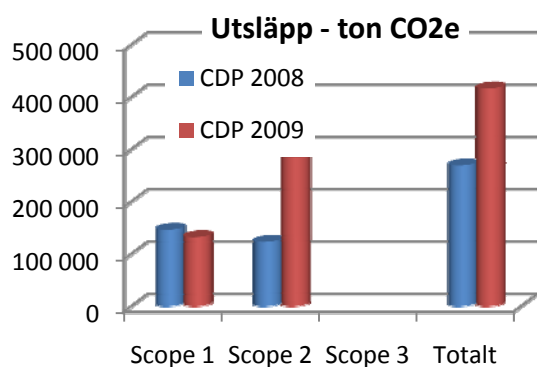
11 Trelleborg

Trelleborg fick 62 poäng och 4 stjärnor i klimatbetyg 2009, en förbättring från 53 poäng och 3 stjärnor föregående år.

Rapporterade utsläpp

Trelleborgs rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till drygt 416 000 ton, vilket är 147 000 ton mer än redovisade utsläpp för föregående år. Direkta utsläpp från egna anläggningar runt om i världen stod för knappt 132 000 ton, varav cirka 10 500 i Sverige. Utsläpp från inköpt energi stod för 284 000 ton, vilket är nästan en tredubbling jämfört med tidigare rapporterade utsläpp.

Ökningen beror främst på ändrad beräkningsmetodik. Trelleborg rapporterar ännu inga övriga indirekta utsläpp från verksamheten, men hoppas kunna börja göra det så snart man hittar tillförlitliga metoder.



Mål och åtgärder

Trelleborg har som mål att minska energianvändningen med tio procent till 2010 jämfört med 2008. Detta beräknas minska direkta utsläpp och utsläpp från inköpt energi med 60 000 ton. Målet mäts i relation till omsättning.

För att nå målet har Trelleborg, i samarbete med Carbon Trust (Storbritannien), genomfört ett pilotprojekt där man identifierat effektiviseringspotential vid fyra anläggningar. Som ett resultat har ett ”Energy Excellence program and toolbox” utvecklats.

Planerade investeringar

Trelleborg arbetar under 2009 med att implementera ”Energy Excellence material and

toolbox”. Programmet beräknas kosta 450 000 kronor och innebär bland annat utbildning av personal för att identifiera potentialer för energieffektivisering.

Risker och möjligheter

Trelleborg anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan. Ökade kostnader för energi och transporter kan medföra ökade kostnader för tillverkning och distribution. Trelleborg lyfter dock mer fram möjligheterna och menar att nuvarande och förväntade krav och regelverk kan bidra till att öka efterfrågan inom företagets kärnområden. Ett exempel är tätningar som används i bilar som drivs med biodrivmedel.

Trelleborg anser att de är exponerade för risker till följd av klimatförändringen, men att riskerna är låga. Företaget ser dock flera möjligheter till ökad efterfrågan på sina produkter. Det handlar till exempel om produkter som ökar tillgängligheten till rent vatten, eller lösningar som bidrar till att skydda mot effekterna av översvämningar.

Ansvar för klimatfrågan

Klimatarbetet är en del av Trelleborgs övergripande Corporate Responsibility arbete, och leds och övervakas inom ramen för det arbetet. Inom Trelleborgs styrelse har revisionsutskottet till uppgift att övervaka uppföljning och rapportering av frågor som omfattas av Corporate Responsibility, inklusive klimatförändringar.

Individuella incitament för klimatåtgärder

Trelleborg har inga individuella incitamentssystem för att främja åtgärder inom klimatområdet.

Lagar och regler

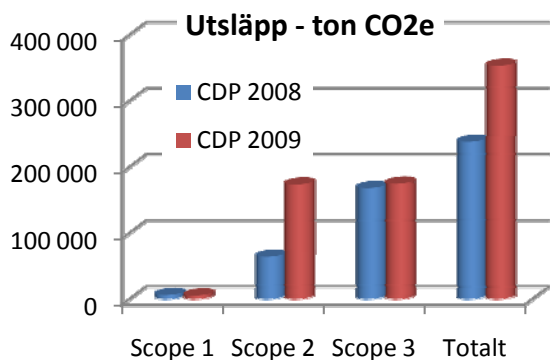
Trelleborgs kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen sker bland annat genom delaktighet i FN:s Global Compact. I begränsad omfattning är Trelleborg inblandade i den politiska beslutsprocessen, till exempel genom att vara remissinstans.

12 H&M

Hennes & Mauritz (H&M) fick 58 poäng och 3 stjärnor i klimatbetyg 2009, en försämring från 85 poäng och 5 stjärnor föregående år.

Rapporterade utsläpp

H&M:s rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till drygt 353 000 ton, vilket är 115 000 ton mer än rapporterade utsläpp för föregående år. Direkta utsläpp stod för knappt 5 300 ton och utsläpp från inköpt energi för drygt 173 000 ton (101 000 om hänsyn tas till att delar av inköpt el är kontrakterad förnybar). Utsläpp från tjänsteresor och externa transporter (distribution) uppgick till knappt 175 000 ton. Om samma beräkningssätt för utsläpp för inköpt el används för 2008 som för föregående år, har utsläppen ökat med 11 procent, samtidigt som omsättningen ökat med 13 procent.



Mål och åtgärder

H&M har som mål att minska utsläppen i relation till försäljning med tio procent till 2009 jämfört med 2005. Man har även som mål att till 2020 minska energianvändningen i affärer med 20 procent jämfört med 2007, och att andelen förnybar energi ska vara minst 20 procent år 2020.

Som exempel på åtgärder för att nå målen nämns bland annat:

- installation av energieffektiv belysning i butiker.
- installation av fjärravlästa elmätare för att kunna övervaka energianvändningen.
- installation av 5 300 kvadratmeter solpaneler på taket till ett nytt distributionscenter i Tyskland.
- ökad andel tåg- och sjötransport.

Planerade investeringar

H&M beskriver inga planerade investeringar, då det nuvarande målet sträcker sig till 2009. Under 2009 arbetar H&M bland annat med att skapa översikt över var i värdekedjan som de största utsläppen uppstår ("carbon heat-map"). Målet är att kunna mäta koldioxidavtrycket för leverantörskedjan under 2010.

H&M anger att framtida kostnader för utsläpp inte beaktas vid investeringsbeslut.

Risker och möjligheter

H&M anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan. Det gäller bland annat ökade kostnader för energi och transporter, men också till exempel hårdare krav på belysning. H&M anser sig vara väl förberedda för nya krav och att risken därmed är låg. Tuffare krav kan innebära möjligheter för H&M då de har höga ambitioner inom klimat- och hållbarhetsfrågor.

H&M anser att de är exponerade för risker till följd av klimatförändringen. Inköp och lansering av klädkollektioner baseras på normala väderförhållanden och oväntade avvikelser kan påverka försäljningen negativt. Ökade temperaturer kan öka elbehovet för luftkonditionering. Översvämningar och andra svåra väderförhållanden kan påverka försäljningsmöjligheter medan minskad vattentillgång kan påverka produktionen. H&M framhåller också att deras kunder blir allt mer medvetna om klimatförändringen, vilket gör det allt viktigare att driva företaget på ett sätt som minimerar klimatpåverkan, för att behålla och få nya kunder.

Ansvar för klimatfrågan

H&M:s ansvarige för CSR ansvarar även för klimatfrågor, och rapporterar till vd och styrelsen.

Individuella incitament för klimatåtgärder

H&M har inga individuella incitamentssystem för att främja åtgärder inom klimatområdet

Lagar och regler

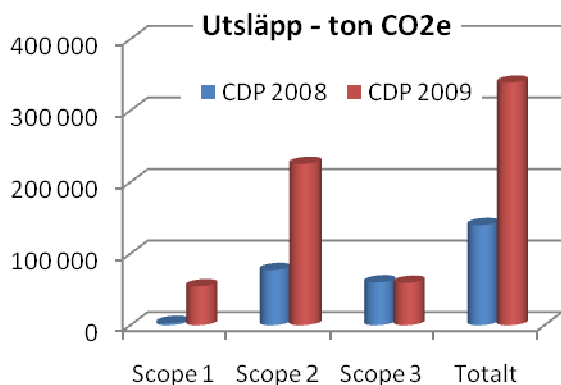
H&M har inte kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen.

13 TeliaSonera

TeliaSonera fick 71 poäng och 4 stjärnor i klimatbetyg 2009, en försämring från 89 poäng och 5 stjärnor 2009 föregående år.

Rapporterade utsläpp

TeliaSoneras rapporterade utsläpp för år 2008 uppgick till drygt 339 000 ton, vilket är 199 000 ton mer än redovisade utsläpp för föregående år. Direkta utsläpp från egna verksamheter runt om i Norden och Baltikum stod för drygt 54 000 ton, varav utsläppen i Sverige stod för 1 240 ton. Utsläpp från inköpt energi stod för drygt 225 000 ton (94 200 ton om hänsyn tas till att en stor del av elen är förnybar och märkt med Bra Miljöval eller likande på andra marknader). Utsläpp från tjänsteresor, externa transporter och underleverantörer uppgick till drygt 59 000 ton. De ökade utsläppen jämfört med föregående år beror främst på att det tillkommit verksamheter i Baltikum där man är majoritetsägare.



Mål och åtgärder

TeliaSonera har hittills endast mål för Sverige och Litauen, men arbete pågår för övriga länder. För Sverige gäller att utsläppen ska minska med fyra procent per år och att energieffektiviteten ska öka med fem procent per år, samtidigt som kundernas användning av telekomtjänster ökar med tio procent per år. För Litauen är målet bland annat att minska bränsleförbrukningen i egna fordon med tio procent.

Hittills har företaget minskat energianvändning och utsläpp genom att minska kvadratmeterytan per person i kontoren, övergång till energieffektivare TeleServer-växlar och genom ökad användning av videokonferenser. De har också investerat i

solceller och bränsleceller som reservkraft och i system för kylning med havs- och sjövattnen.

Planerade investeringar

TeliaSonera preciserar inte planerade investeringar, men anger att de fortsätter att utveckla och utöka påbörjade åtgärder. TeliaSonera har hittills inte beaktat framtida utsläpp vid investeringsbeslut, men har för avsikt att väga in frågan på ett mer strukturerat sätt. Alla investeringar bedöms dock ur ett livscykelperspektiv där energianvändning är en viktig aspekt.

Risker och möjligheter

TeliaSonera anser att företaget är exponerat för regleringsrisker kopplat till klimatfrågan, bland annat genom ökade elkostnader. Som telekommunikationsföretag ser de dock främst möjligheter genom att de kan erbjuda alternativ till fysiska transporter. De ser sitt eget företag som exempel, där de under 2008 sparade in 464 resor mellan Sverige och Finland genom utökad användning av videokonferenser.

TeliaSonera anser att de är exponerade för risker kopplat till klimatförändringen. Extrema väderhändelser ökar behovet av reservkraft och konstruktioner i telekommunikationsnätverk till exempel master kan behöva förstärkas. Flera sådana investeringar har redan gjorts, vilket ökat kostnaderna. Samtidigt framhåller de att telekommunikationer har en särskilt viktig roll i samband med katastrofer av olika slag.

Ansvar för klimatfrågan

Det övergripande ansvaret för klimatstrategier och mål ligger hos TeliaSoneras styrelse.

Individuella incitament för klimatåtgärder

TeliaSonera har inga individuella incitamentssystem för att främja klimatåtgärder.

Lagar och regler

TeliaSoneras kontakter med politiska beslutsfattare angående åtgärder för att begränsa klimatförändringen sker främst genom delaktighet i branschorganisationer. De lyfter också fram klimatfrågan under politikerveckan på Gotland.

Bilaga 1. De 37 företag som rapporterat med offentliga svar, rankade efter utsläpp

Företag	Rapporterade utsläpp (ton CO2e)				Klimatbetyg	
	Scope 1	Scope 2*	Scope 3	Totalt	2009 Poäng/stjärnor	2008 Poäng/stjärnor
De 10 företagen med högst rapporterade utsläpp						
SAS	5 840 000	-	-	5 840 000	37/2	33/2
SCA	2 836 000	1 536 000	948 403	5 320 403	63/4	57/3
Ericsson	28 000	196 000	4 515 000	4 739 000	63/4	88/5
Holmen	398 500	292 591	225 300	916 391	66/4	54/4
Electrolux	145 266	338 122	272 000	755 388	76/4	70/4
SKF	81 877	559 175 (425 000)	78 000	719 052	69/4	62/4
Skanska AB	342 000	88 000	15 500	445 500	67/4	40/2
Trelleborg AB	131 936	284 328	-	416 264	62/4	53/3
H&M Hennes & Mauritz AB	5 273	173 343 (100 792)	174 570	353 186	58/3	85/5
TeliaSonera	54 388	225 413 (94 177)	59 274	339 075	71/4	89/5
Summa utsläpp de 10 största	9 863 240	3 692 972	6 288 047	19 844 259		
Övriga företag						
Hakon Invest AB	49 241	266 590	3 705	319 536	83/5	81/5
Lundin Petroleum	268 682	3 393	1 296	273 371	76/4	51/3
Millicom Int. Cellular SA	114 414	104 505	4 111	223 030	39/2	40/2
Investment AB Kinnevik	122 521	7 721	84 000	214 242	40/2	78/4
Scania	38 325	46 725	119 450	204 500	76/4	12/1
Assa Abloy	38 500	132 900	-	171 400	42/3	44/3
Nobia	39 195	33 038	15 353	87 586	58/3	78/4
Oriflame Cosmetics AB	3 730	23 018	58 172	84 920	66/4	74/4
Swedish Match	19 452	46 152	13 381	78 985	59/3	55/3
Alfa Laval Group	8 600	16 400	50 000	75 000	56/3	54/3
Gunnebo	28 520	8 779	25 824	63 123	81/5	44/3
Axfood	16 185	39 374	1 689	57 248	45/3	43/3
Atrium Ljungberg AB	149	22 818	32 040	55 007	61/4	-
SAAB	11 229	15 224	21 026	47 479	75/4	57/3
Meda AB	15 058	7 565	8 392	31 015	70/4	41/3
SEB	0	25 061 (22 364)	-	25 061	67/4	22/2
Castellum	3 961	13 261	-	17 222	43/3	66/4
JM AB	1 675	2 669	8 746	13 090	65/4	-
Clas Ohlson AB	508	507	9 744	10 759	58/3	81/5
Tele2 AB	1 558	6 895	1 614	10 067	54/3	-
Fabege	689	5 300	106	6 095	50/3	83/5
Q-Med AB	58	82	1 186	1 326	77/4	46/3
Atlas Copco	30	90	305	425	67/4	47/3
Industrivärden	-	-	-	-	7/1	20/1
Swedbank	-	-	-	-	42/3	61/4
TietoEnator	-	-	-	-	25/2	-
Transatlantic AB	-	-	-	-	48/3	-
Summa utsläpp övriga företag	782 280	828 067	454 643	2 070 486		

Summa utsläpp samtl. företag 10 645 520 4 521 039 6 742 690 21 914 475

* Siffror inom parentes är rapporterade utsläpp då hänsyn tas till ursprungsmärkt förnybar el eller motsvarande

Bilaga 2. De 37 företag som rapporterat med offentliga svar, rankade efter klimatbetyg

Företag	Rapporterade utsläpp (ton CO2e)				Klimatbetyg	
	Scope 1	Scope 2*	Scope 3	Totalt	2009 Poäng/stjärnor	2008 Poäng/stjärnor
Hakon Invest AB	49 241	266 590	3 705	319 536	83/5	81/5
Gunnebo	28 520	8 779	25 824	63 123	81/5	44/3
Q-Med AB	58	82	1 186	1 326	77/4	46/3
Electrolux	145 266	338 122	272 000	755 388	76/4	70/4
Lundin Petroleum	268 682	3 393	1 296	273 371	76/4	51/3
Scania	38 325	46 725	119 450	204 500	76/4	12/1
SAAB	11 229	15 224	21 026	47 479	75/4	57/3
TeliaSonera	54 388	225 413 (94 177)	59 274	339 075	71/4	89/5
Meda AB	15 058	7 565	8 392	31 015	70/4	41/3
SKF	81 877	559 175 (425 000)	78 000	719 052	69/4	62/4
Skanska AB	342 000	88 000	15 500	445 500	67/4	40/2
SEB	0	25 061 (22 364)	-	25 061	67/4	22/2
Atlas Copco	30	90	305	425	67/4	47/3
Holmen	398 500	292 591	225 300	916 391	66/4	54/3
Oriflame Cosmetics AB	3 730	23 018	58 172	84 920	66/4	74/4
JM AB	1 675	2 669	8 746	13 090	65/4	-
SCA	2 836 000	1 536 000	948 403	5 320 403	63/4	57/3
Ericsson	28 000	196 000	4 515 000	4 739 000	63/4	88/5
Trelleborg AB	131 936	284 328	-	416 264	62/4	53/3
Atrium Ljungberg AB	149	22 818	32 040	55 007	61/4	-
Swedish Match	19 452	46 152	13 381	78 985	59/3	55/3
H&M Hennes & Mauritz AB	5 273	173 343 (100 792)	174 570	353 186	58/3	85/5
Nobia	39 195	33 038	15 353	87 586	58/3	78/4
Clas Ohlson AB	508	507	9 744	10 759	58/3	81/5
Alfa Laval Group	8 600	16 400	50 000	75 000	56/3	54/3
Tele2 AB	1 558	6 895	1 614	10 067	54/3	-
Fabege	689	5 300	106	6 095	50/3	83/5
Transatlantic AB	-	-	-	-	48/3	-
Axfood	16 185	39 374	1 689	57 248	45/3	43/3
Castellum	3 961	13 261	-	17 222	43/3	66/4
Assa Abloy	38 500	132 900	-	171 400	42/3	44/3
Swedbank	-	-	-	-	42/3	61/4
Investment AB Kinnevik	122 521	7 721	84 000	214 242	40/2	78/4
Millicom Int. Cellular SA	114 414	104 505	4 111	223 030	39/2	40/2
SAS	5 840 000	-	-	5 840 000	37/2	33/3
TietoEnator	-	-	-	-	25/2	-
Industrivärden	-	-	-	-	7/1	20/1

* Siffror inom parentes är rapporterade utsläpp då hänsyn tas till ursprungsmärkt förnybar el eller motsvarande