

Redaktör: Marie Sundberg debatt@di.se Telefon 08-573 650 98

För företagen är vinsterna med ett aktivt klimatarbete större än förlusterna. Men om inte klimatavtalet i Köpenhamn lägger fast tuffa mål för att minska utsläppen, riskerar föregångarna i stället att bli förlorare, skriver sju företagsrepresentanter i klimatnätverket Blicc.

Köpenhamnsavtalet måste formuleras skarpa miljömål

Ett ambitiöst klimatavtal i Köpenhamn behövs för planeten, för mänskligheten och för att vi ska kunna fortsätta utveckla ett hållbart näringsliv. Vi företag är till stor del en del av både problemet och lösningen. Det är möjligt att förena klimatnytta och affärsnytta.

Att bra klimatavtal i Köpenhamn måste innehålla såväl åtaganden om minskade utsläpp av växthusgaser, som finansiering för att stötta utvecklingsländer, samt fungerande verktyg för att rättvist lotsa världssamfundet mot att kostnadseffektivt minska utsläppen.

Det faktum att det så kallade tvågradersmålet måste betraktas som ett högriskmål – risken är stor att vi får allvarliga effekter ändå – understryker nödvändigheten av att de verktyg som tas fram blir effektiva.

I företagsnätverket Blicc känner vi en växande oro för att ett svagt avtal i Köpenhamn försenar den nödvändiga processen mot ett näringsliv som blomstrar men är uthålligt och utan påverkan på den globala uppvärmningen.

När vi sammanställer våra planer för de närmaste åren framträder en annan bild än den som ofta lyfts fram. De

För Blicc, Business Leaders Initiative on Climate Change

Anders Strålman

vd och koncernchef, Axfood

Göran Holm
vd, Coca-Cola drycker Sverige

Anders Egelrud

vd, Fortum Värme

Johan Skoglund
vd, JM

Luisa Delgado
vd Procter & Gamble Norden

Morgan Wiktorsson

vd, Svenska Statoil

Fredrik Wirdenius
vd, Vasakronan

åtgärder som planeras medför att företagen sammantaget minskar sina utsläpp av växthusgaser i minst samma storleksordning som EU har åtagit sig att klara om det blir ett bindande klimatavtal, det vill säga 30 procent till 2020.

Ett brett spann av aktiviteter ligger på planeringsborden i våra företag. Gemensamt är att vi genom att beräkna och redovisa våra direkta och indirekta utsläpp får en bra bild av var vi bör agera. Några exempel:

► Jämfört med 2000 bidrar fjärrvärmens i Stockholm till minskade utsläpp med över 1 miljon ton koldioxid per år. Fortum Värme vision är att 2030 producera hållbar el och fjärrvärme helt utan klimatpåverkan genom kraftvärme med återvunna och förnybara insatsvaror.

► Coca-Cola Drycker Sverige har sänkt sina direkta koldioxidutsläpp med 60 procent sedan 2004. Med ständiga förbättringar arbetar företaget för att ytterligare begränsa sin klimatpåverkan.

► Axfood går över till ursprungsmärkt och förnybar el vilket minskar bolagets klimatpåverkan med 64 procent. Energieffektivisering av butiker och lager intensifieras under 2010. Hanteringen och valet av köldmedium är i fokus.

► Procter & Gamble i Europa arbetar för att öka användandet av järnvägs transporter från 10 procent till 30 procent fram till 2015. På Europeanivå minskar det utsläppen med 67 500 ton koldioxid per år. Globalt har P&G förbundit sig att minska koldioxidutsläppen med ytterligare 20 procent per enhet produktion, en minskning med minst 50 procent 2002–2012.

► Sedan den 1 februari 2008 är lågenergihus JM-standard i Sverige. Alla bostäder får bättre isolerade väggar och fönster. JM sänker därmed energianvändningen med 35 procent och sparar 1 300 ton koldioxid per år.

► Svenska Statoil har som långsiktig målsättning att genom löpande energibesparingar halvera koldioxidutsläppen i den egna verksamheten fram till 2020. Statoil hjälper också kunderna att minska sin klimatpåverkan. 2008 minskades utsläppen med drygt 260 000 ton koldioxid genom låginblandning av biodrivmedel i bensin och diesel och genom försäljning av E85 och biogas.

► Vasakronans energiförbrukning ligger i dag 26 procent under branschsnittet. Målet är att ligga 50 procent under. Vasakronan har samtidigt sänkt sina koldioxidutsläpp med 90 procent sedan

2006, en minskning med 35 000 ton.

Klimatarbetet i våra företag leder bland annat till minskade kostnader genom energieffektiviseringar, nöjdare kunder, stoltare medarbetare och större kundefterfrågan.

Vinsterna med ett aktivt klimatarbete är större än förlusterna. Därför uppmanar vi det svenska näringslivet att höja ribban i sitt klimatarbete för vår gemensamma framtids skull. Oavsett vad som händer i Köpenhamn arbetar vi vidare med att minska våra företags klimatpåverkan.

Våra gemensamma ambitioner för den närmaste tiden visar att det är möjligt att komma långt, och att affärs-mässighet och ansvarstagande går hand i hand.

De företag som står väl rustade inför en oundviklig omställning mot kolnsål verksamhet blir vinnare. Men om inte klimatpolitiken är fortsatt skarp med målet att minska utsläppen till den nivå som krävs för att miljömålet ska uppnås, riskerar föregångarna i stället att bli förlorare. Med en klimatpolitik som långsiktigt stöder de företag som agerar för effektivare resursanvändning, minskad klimatpåverkan och ökad förnybarhet, kommer vi att se än större utsläppsminskningar i framtiden.

DAGENS CITAT



"Jag är här för att lyckas."

Miljöminister **Andreas Carlgren** (C) ska försöka få framför allt Kina och USA att höja sina bud så att EU ska sträcka sig till en 30-procentig minskning av koldioxidutsläppen. Efter första dagen på klimatmötet i Köpenhamn. Till TT.

BREV

Skattelagen måste sätta ett tak för momsen

Kan den svenska momsen vara 33,33 procent? Kammarrätten i Stockholm svarar ja. Det framgår av ett par domar som kammarrätten nyligen har avgjort.

Den svenska momsen är 25 procent beräknad på ett pris före skatt. Det innebär att momsen är 20 procent om man har ett pris inklusive skatt. Om ett pris är 80 kronor exklusive moms är skatten 20 kronor.

Vad händer om en vara eller en tjänst säljs utan moms för att den bedöms vara momsfri, men Skatteverket i efterhand anser att den är momspliktig? Om man har fått 100 kronor i ersättning är frågan om momsbeloppet är 25 kronor eller 20 kronor? Enligt grundregeln borde det vara 20 kronor eftersom det är 25 procent av 80 kronor och man endast har fått 100 kronor i ersättning.

Så resonerar inte kammarrätten, som anser att momsbeloppet ska vara 25 kronor. Då blir skattesatsen 33,33 procent. En sådan beräkning

måste strida mot grundlagen då den innebär att moms tas ut med större belopp än vad mervärdesskattelagen stadgar. Det strider även mot EG-rätten att beräkna moms på detta sätt.

Förmodligen tolkar domstolen lagen så att det är möjligt att fastställa en skattesats om 33,33 procent. Om så är fallet måste lagen skrivas om, så att det tydligt framgår att nuvarande normalskattesatsen kan vara högst 25 procent. Kammarrättsdomarna innebär att företag som ansett sina tjänster vara momsfria i efterhand får betala moms med 33,33 procent till Skatteverket. I en av domarna har dessutom påförts skattetillägg med 20 procent på hela momsbeloppet.

Antingen måste mervärdesskattelagen ändras i denna del eller så får man hoppas att domarna överklagas och Regeringsrätten ger prövningstillstånd och rättar till detta.

JAN KLEERUP
Svalner Skatt & Transaktion

Geely är fel för Volvo PV

Som före detta försäljningsdirektör på Volvo Personbilar gläds jag åt att lösningen på ägarfrågan börjar närma sig. Men innan alla hoppar av glädje över den kinesiska köparen Geely bör vi fundera över vad den långsiktiga effekten av en sådan affär kommer att bli.

För de anställda och för Sverige som land blir effekterna på lång sikt mer negativa än positiva. Det finns betydande risker som måste övervägas i ekonomiska, politiska och framför allt etiska perspektiv.

De som förespråkar affären målar upp ett utopiskt scenario där Geely investerar i Volvos produktutveckling och har ett genuint intresse för att öka antalet arbetstillfällen i Sverige. De menar att köpet av Volvo bidrar till att öppna Kina för en demokratisering och ett dragligt liv för medborgarna, med både ekonomiskt välbstånd och grundläggande mänskliga rättigheter.

En av Volvos fackliga företrädare sa att "det är inte Geely som avrättar politiska fångar utan staten" (DI 4/12).

Tar Geely avstånd från förtryck och avrättningar? Eller gynnar förtrycket rentav Geelys affärsidé? Extremt låga löner, omänskliga och farliga arbetsmiljöer utan minsta möjlighet för medarbetare att klaga eller organisera sig bidrar till att Geely kan tillverka sina produkter billigt och ha råd att köpa Volvo.

Geely kommer att lära sig allt det kan av Volvo och sedan flytta så myck-



Kelly Odell
Think Tank Management

"Tar Geely avstånd från förtryck och avrättningar? Eller gynnar förtrycket rentav Geelys affärsidé?"

et som möjligt av produktionen till Kina, där produktionskostnaderna är en bråkdel av kostnaderna här hemma. Det har skett i bransch efter bransch och det blir inte annorlunda med Volvo.

Geely har sagt att det inte tänker flytta arbetstillfällena från Göteborg till Kina men att det ska verka för volymtillväxt i Kina. Volvos fabriker i Gent och Göteborg har i dag för låg produktionsstakt för att vara lönsamma. Det har redan förekommit diskussioner om att stänga en av fabrikerne. De blir inte mer lönsamma om bilarna vid en ökad försäljning tillverkas i Kina.

Kanske måste den svenska bilindustrin gå samma väg som varvsindustrin och textilindustrin. I så fall kan väl jobben gå till Kina lika väl som någon annanstans – eller hur?

Kina blir en allt viktigare motor i den globala ekonomin. Det är oroväckande att en av världens mäktigaste ekonomier är en diktatur som på intet sätt lever upp till våra värderingar om hur ett land ska behandla sitt folk. Ett land med denna starka ekonomi, med en av världens mäktigaste militärmakter, betraktar ideologiskt västvärlden som sin fiende. Detta bör oroa oss.

Det finns andra alternativ för Volvo. Ford kan behålla Volvo eller söka en annan köpare. Det finns flera intressenter. Volvo är en stark och livskraftig biltillverkare med möjlighet till en lång och fortsatt framgångsrik framtid med rätt ägare. Geely är inte den rätta ägaren.