

Bron: duurzaamgeproduceerd.nl, 26-11-2015

It's the new economy, stupid!



In april van dit jaar deden 43 CEO's van multinationals tijdens het World Economic Forum een oproep aan alle overheden om te komen tot een 'algemeen, alomvattend en ambitieus klimaatakkoord in Parijs'. Bij die ene klimaatbrief in aanloop naar wat internationaal bekend staat als de COP21 bleef het niet.

Een maand later richtten een groot aantal vermogens- en pensioenbeheerders zich tot de ministers van Financiën van de G-7 en weer een maand later stuurden zes grote oliemaatschappijen een open klimaatbrief aan de VN. Die brief werd opgevolgd door een klimaatbrief van de luchtvaartindustrie én een klimaatbrief van een aantal voedingsmultinationals, waaronder Unilever, Mars, Nestlé en Danone. En dan vergeet ik nog de recente oproep van de Carbon Pricing Leadership Coalition, waarvan onder meer DSM 'private sector supporter' is.

Onderkenning en omarming

Wie de omzet en het beheerd vermogen optelt van alle bedrijven en financiële instellingen die hun handtekening hebben gezet onder één van deze 'climat pledges', komt uit op een bedrag van vele honderden biljoenen dollars. Het lijkt er dus op dat, na jaren van oppositie en ontkenning, het internationale bedrijfsleven de noodzaak van CO2-reductie onderkent en omarmt. Opvallend is ook dat er een duidelijke rode draad loopt door alle pleidooien: koolstofuitstoot zwaarder belasten, op basis van duidelijke, stabiele, lange termijn, ambitieuze beleidskaders. Daarmee sorteren de ondertekenaars alvast voor op de doelstellingen die de COP21 zelf heeft geformuleerd, te weten (1) verlaging van de wereldwijde uitstoot van broeikasgassen (2) tot een niveau dat opwarming tot maximaal 2 graden garandeert (3) op basis van een gecontroleerd vijfjaren stappenplan voor nationale overheden (4) met bijdrage van de private sector en (5) financiële ondersteuning voor de armere landen.

Business opportunity

Wat mij opvalt is dat het bedrijfsleven vooral behoefte lijkt te hebben aan duidelijkheid: heldere doelen, heldere termijnen. Bedrijven moeten omschakelen, zijn bereid om daaraan bij te dragen maar willen wel weten waar ze aan toe zijn. Dit verklaart mijns inziens ook de klimaatbrief van de olie- en gasindustrie.

Maar er speelt nog iets anders hier. Voor een (snel) groeiende groep bedrijven is CO₂-reductie namelijk steeds minder iets dat door compliance met regelgeving of MVO-bewustzijn wordt gemotiveerd, maar gewoon een enorme business opportunity. Zij beschouwen (een vorm van) koolstofbelasting als een impuls voor innovatie en nieuwe koolstofarme business. Om dat te begrijpen moet je naar aantal andere cijfers kijken.

Biljoenenmarkt

De wereldwijde markt voor koolstofarme en milieuvriendelijke goederen en diensten werd in 2011 geschat op 5,5 biljoen dollar en groeit al jaren met meer dan 3% per jaar. Volgens The New Climate Economy Report 2015 werd alleen al afgelopen jaar 270 miljard dollar geïnvesteerd in koolstofarme clean energy oplossingen, naast minstens 130 miljard in energie-efficiency.

Of neem het Ceres-rapport 'Power Forward 2.0'. Daarin valt te lezen dat 53 bedrijven uit de Fortune Global 100 in 2013 samen 1,1 miljard dollar wisten te besparen als direct gevolg van emissiereductie initiatieven – ruim 10 miljoen per onderneming. Andere analyses tonen aan dat de gemiddelde internal rate of return (IRR) op koolstofarme projecten hoger tot veel hoger is dan op traditionele.

Vermindering van de uitstoot ondermijnt dus niet de winstgevendheid, ze kan die zelfs verbeteren. Wie bijvoorbeeld de CDP Climate Leadership Index (samengesteld uit de 187 bedrijven die het best acteren op broeikasreductie) naast de Bloomberg World Index voor grote bedrijven legt, ziet dat de bedrijven uit de eerste pool gemiddeld 9,1% winstgevender waren in de afgelopen vier jaar.

Industrie wenst uitstootreductie

Regeringsleiders die naar de COP21 zullen afreizen moeten dus één belangrijke conclusie op het netvlies hebben: ze hoeven de nationale industrie of het nationale bedrijfsleven echt niet langer te 'beschermen' door maatregelen af te zwakken, termijn te verlengen of rookgordijnen op te trekken. Het bedrijfsleven dat op de toekomst is gericht wenst zelf uitstootreductie. Deels omdat ze inzien dat opwarming van de aarde een enorme bedreiging is voor de eigen business, maar ook en vooral omdat broeikasreductie enorme kansen biedt. Het draait kortom in Parijs dus eigenlijk niet eens zozeer om een energietransitie, maar vooral om een economische transitie.

Ook voor het COP21 geldt: it's the new economy, stupid!