



Klimatredovisning bland de stora bolagen på Stockholmsbörsen

Transparensindex - sommaren 2023

Sammanfattning

För att kunder, investerare och andra intressenter ska kunna fatta medvetna beslut kopplat till klimatpåverkan krävs transparens. Eftersom klimat allt oftare är en integrerad del av företags affärsstrategier är det även en affärskritisk fråga. Flertalet storföretag på Stockholmsbörsen kommunicerar sedan ett antal år tillbaka klimatpåverkan och klimatmål i sina hållbarhetsrapporter. Den långsiktiga trenden sedan 2050 Consulting publicerade den första transparensrapporten år 2014 är att såväl kvaliteten som omfattningen av företagens klimatrapportering ökar.

I årets rapport har vi studerat 133 företag på den s.k. Large Cap-listan, som innehåller företag noterade på Stockholmsbörsen med betydande marknadsvärdering inom Nasdaq Nordic. Företagen är verksamma inom en mängd olika branscher och räknas till Sveriges största. Företag som inte är noterade på Stockholmsbörsen ingår inte i undersökningen. Det gör att exempelvis helägda statliga företag inte ingår i studien.

Den långsiktiga trenden med ökad transparens i företagens klimatarbete består. Andelen företag på Stockholm OMX Large Cap som väljer att redovisa utsläpp från scope 1 och 2 ökar, från 81 procent för tre år sedan till 91 procent. Redovisning av utsläpp i scope 3 ökar från 65 procent till 83 procent. Även antalet företag som inkluderar scope 3-utsläpp i sina klimatmål ökar från fyra till sex av tio företag. Det visar att företagen tar allt

större ansvar för hela sin värdekedja, både när det kommer till målsättningar och till redovisning av utsläppen.

I årets undersökning läggs extra fokus på rapportering av klimatutsläpp i leverantörskedjan. Vi konstaterar att få företag presenterar en djupare analys av klimatpåverkan i värdekedjan och vilka processer som anses kritiska för att begränsa utsläppen. Vidare är det bara en andel på omkring 16 procent av de som redovisar utsläpp i scope 3 som också tydligt beskriver vilken data som använts samt eventuella antaganden som gjorts kring denna.

Årets undersökning toppas av Tele2 som tilldelats det maximala antalet poäng (110 poäng) och därmed klättrar 66 placeringar jämfört med förra mätningen. Tätt efter är H&M (105 poäng) och SKF (102 poäng). Tele2 rapporterar och sätter mål i enlighet med alla indikatorer som granskats och har fått poäng på samtliga underkategorier som inkluderats i den slutgiltiga utvärderingen. Totalt är det åtta företag (6 procent) som tilldelas noll poäng. Gemensamt för dessa företag är att de varken rapporterar klimatutsläpp eller arbetar utifrån klimatmål. De följer heller inte något av de ramverk som denna bedömning baseras på. Koncerner som inte redovisar på koncernnivå, utan enbart på dotterbolagsnivå, och där det därmed saknas information om koncernens övergripande mål och klimatpåverkan har inte heller fått poäng.

Gemensamt för de mest transparenta företagen:

- Har satt absoluta¹ klimatmål med tydlig tidsram och nivå.
- Har satt mål i linje med vetenskapen (via Science Based Targets initiative).
- Redovisar utsläpp från den egna verksamheten, inköpt energi och värme samt någon del av värdekedjan.
- Har färdplaner med konkreta åtgärder.
- Scope 3 är inkluderat i både redovisningen och målsättningar.
- Rapporterar enligt TCFD i årsredovisningen eller separat.

¹ Ett absolut klimatmål innebär en fastställd minskning av växthusgasutsläpp oberoende av produktion eller tillväxt, det vill säga att utsläppen ska minska med ett givet antal ton CO₂e.



Några slutsatser som är värda att lyfta fram:

- ▶ Över 80 procent av företagen har satt någon typ av klimatmål och 3 av 4 ett klimatmål med tidsram och nivå, vilket är en fortsatt ökande trend jämfört med tidigare rapporter.
- ▶ Företagen rapporterar generellt fler underkategorier till scope 3, vilket innebär att rapporteringens detaljeringsgrad ökar.
- ▶ Endast 62 procent av företagen har inkluderat scope 3-utsläpp i sina klimatmål. Med CSRD-lagstiftningen kommer företagen att bli tvungna att sätta mål som omfattar hela värdekedjans klimatpåverkan.
- ▶ Endast omkring 16 procent av företagen beskriver tydligt vilka data som använts för rapporteringen av scope 3, vilket visar att transparensen kring datakällor är liten.
- ▶ Majoriteten av företagen (72 procent) rapporterar i enlighet med GRI, men andelen sjunker. I stället ökar TCFD med 28 procentenheter från föregående granskning. 47 procent av alla företag rapporterar enligt TCFDs riktlinjer.
- ▶ Andelen företag som rapporterar sitt hållbarhetsarbete enligt CDP är 53 procent och är oförändrad jämfört med föregående granskning. Både urvalsgruppen och antalet företag som rapporterar enligt CDP har dock ökat.

Indikator	Antal företag 2023 (2020)	Andel 2023 (2020)
Följer GHG-protokollet	122 (85)	92 % (85 %)
Redovisar utsläpp i Scope 1	122 (81)	92 % (81 %)
Redovisar utsläpp i Scope 2	121 (83)	91 % (83 %)
Redovisar utsläpp i Scope 3	110 (65)	83 % (65 %)
Har ett klimatmål	111 (71)	83 % (71 %)
- varav absolut mål	95 (47)	71 % (47 %)
- varav relativt mål	56 (29)	42 % (29 %)
Har ett klimatmål (tidshorisont & nivå)	96 (63)	72 % (63 %)
Klimatmål som omfattar Scope 3	82 (42)	62 % (42 %)
Följer GRI	96 (80)	72 % (80 %)
Publik CDP-redovisning	71 (53)	53 % (53 %)
Publik CDP med minst C-1 betyg	61 (44)	46 % (44 %)
SBTi kortsiktigt mål antaget	29 (23*)	22 % (23 %*)
SBTi långsiktigt/net zero mål antaget	37	28 %
SBTi kortsiktigt mål accepterat	43 (13*)	32 % (13 %*)
SBTi långsiktigt/net zero mål accepterat	6	5 %
TCFD Supporter	26 (10)	20 % (10 %)
TCFD i rapport eller årsredovisning	62 (19)	47 % (19 %)

Tabell 1: Sammanställning av samtliga frågeställningar som har undersökts i studien, uppdelat på antal och andel studerade företag. 2020-års resultat inom parentes. I tabellen redovisas samtliga frågeställningar som har undersökts i studien. Antal företag sätts i relation till det totala antalet studerade företag, vilket är 133. 2020 undersöktes totalt 100 företag.

* Står för både kortsiktiga (near term) och långsiktiga (long term och net zero) mål. För detta år har en förändring av metoden skett, genom en uppdelning av kort- och långsiktiga mål.

Inledning



Sedan den förra rapporten publicerades år 2020 har såväl samhälle som ekonomi påverkats starkt av pandemin, kriget i Ukraina och energikrisen i Europa. Samtidigt har effekterna av klimatförändringarna blivit alltmer påtagliga och centrala i företags strategiska beslutsfattande. Inom såväl näringsliv som internationell politik finns idag en förståelse för att klimatfrågan är tätt sammanlänkad med såväl orsakerna som lösningarna till dagens stora samhällsutmaningar. Den svenska regeringen har dock valt att dra ner på ambitionerna, vilket har lett till att EU och näringslivet håller i taktspinnen i omställningsarbetet.

På europeisk nivå har EU-kommissionen i högt tempo drivit igenom stora delar av sitt lagpaket den gröna given. Samtidigt pågår en exponentiell digital transformation som tillsammans med den gröna omställningen skapar nya synergier och affärsmöjligheter för många företag.

Rapportering av växthusgasutsläpp och klimatrisker har blivit en alltmer etablerad del av företags externa kommunikation. Det frivilliga rapporteringsramverket TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures), som lanserades 2017 på initiativ av finanssektorn, har vuxit kraftigt

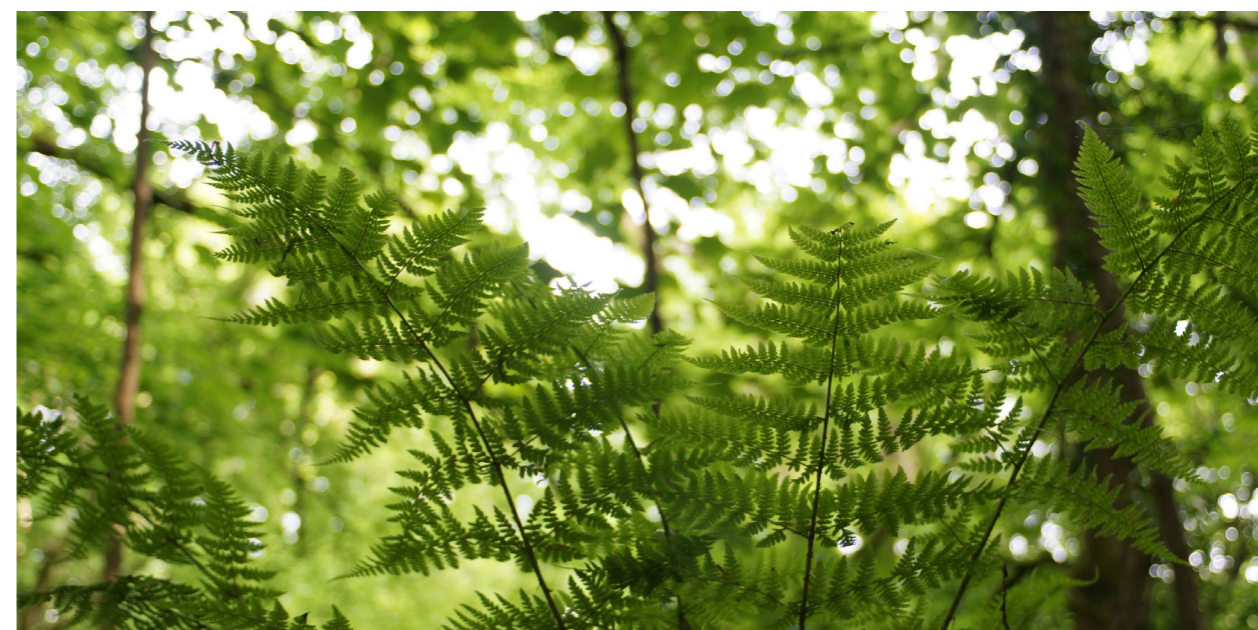
sedan den förra transparensrapporten publicerades. SBTi (Science Based Targets initiative) har för många företag blivit ett självklart ramverk för att sätta upp vetenskapligt grundade klimatmål. Ett annat rapporteringsramverk som har blivit allt vanligare bland företag är CDP som används för att rapportera och hantera klimatprestanda, samt miljörelaterade risker och möjligheter. Frivillig rapportering av denna typ både rustar företagen för framtiden och gör dem mer attraktiva för investerare och kunder.

Ny lagstiftning har också bidragit till att föra upp klimatrapporteringen på agendan. Den kommande implementeringen av EU:s nya direktiv för icke-finansiell rapportering, CSRD, (Corporate Sustainability Reporting Directive), innebär ökade rapporteringskrav på fler företag. Många företag har redan börjat se över sin hållbarhetsrapportering utifrån vad som förväntas. Bland de företag som undersökts i årets granskning är det få som helt uppfyller kraven enligt CSRD. För de största börsnoterade företag blir det obligatoriskt att rapportera enligt CSRD från räkenskapsår 2024 (rapportering 2025). Det innebär att de företag som för närvarande

inte rapporterar sitt hållbarhetsarbete alls, eller gör det på en grundläggande nivå, har ett omfattande arbete framför sig för att uppfylla de nya kraven.

I årets rapport har vi valt att fokusera extra på rapportering av klimatutsläpp i leverantörskedjan. För många företag är det en stor utmaning då de är beroende av att leverantörerna tillhandahåller tillförlitliga data. Samtidigt är det prioriterat för de flesta företag att följa upp och vidta åtgärder kopplat till leverantörerna eftersom många har merparten av sina utsläpp just i scope 3.

För att adressera denna utmaning behövs nya lösningar och samarbeten mellan företag. Genom att dela information, utveckla verktyg för att mäta och rapportera utsläpp i leverantörsledet samt etablera transparenta och pålitliga system kan företag arbeta tillsammans för att påverka hela värdekedjan positivt. Detta öppnar upp för nya möjligheter att minska utsläppen, främja hållbarhet och skapa ett samarbetsklimat som gynnar både företagen och planeten. Vi på 2050 kallar det för *Goda affärer på en planet i balans*.



Så granskas företagen

Vartannat år sedan 2014 har 2050 Consulting undersökt hur transparenta de stora företagen på Stockholmsbörsen är när det kommer till redovisning och målsättning för sitt klimatarbete. Årets granskning omfattar Stockholm OMX Large Caps 133 företag, vilket är 33 fler företag jämfört med 2020 års rapport.

Granskningen har genomförts under perioden maj-juni 2023 och omfattar information från års- och hållbarhetsredovisningar samt företagens hemsidor. För de företag där det funnits tillgängligt har vi utgått från information för 2022. För företag som inte hunnit släppa sina rapporter eller har brutet räkenskapsår har vi använt information för 2021 eller 2021/2022. Företag tilldelas poäng utifrån graden av transparens i sin klimatrapporering för ett antal indikatorer. Indikatorerna viktas och poängsätts utifrån betydelse och informationsnivå (se tabell 2). Företagen rangordnas baserat på totalpoäng.

För de koncernbolag som ingår i granskningen har vi enbart inkluderat information om klimatarbetet som redovisas på koncernnivå. Koncernbolag som endast redovisar information om sina dotterbolags klimatarbete, utan att inkludera information om koncernens övergripande mål och rapportering har inte tilldelats poäng för dessa kriterier.

Samtliga företag kontaktades för att få möjlighet att verifiera och komplettera den insamlade informationen. Av de 133 inkluderade företagen gav 71 återkoppling.

Likt tidigare år undersöks företagens rapportering enligt följande ramverk:

- GHG (Greenhouse Gas Protocol), med redovisning av hela värdekedjan (scope 1, 2 och 3)
- CDP (tidigare Carbon Disclosure Project)²
- Global Reporting Initiative (GRI)
- Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

Poängsättning

Indikator/Aktivitet	Poäng
Följer GHG protokollet	5
Redovisar utsläpp i Scope 1	15
Redovisar utsläpp i Scope 2	15
Redovisar utsläpp i Scope 3	10
Scope 3, tre eller fler kategorier	5
Scope 3, åtta eller fler kategorier	5
Har klimatmål med tidsram och nivå	10
Klimatmål inkl. Scope 3	5
Publik CDP för 2022 och minst C-	10
SBTi kortsiktigt mål antaget	3
SBTi långsiktigt/net zero mål antaget	3
SBTi kortsiktigt mål accepterat	7
SBTi långsiktigt/net zero mål accepterat	7
TCFD Supporter	3
TCFD i rapport eller årsredovisning	7

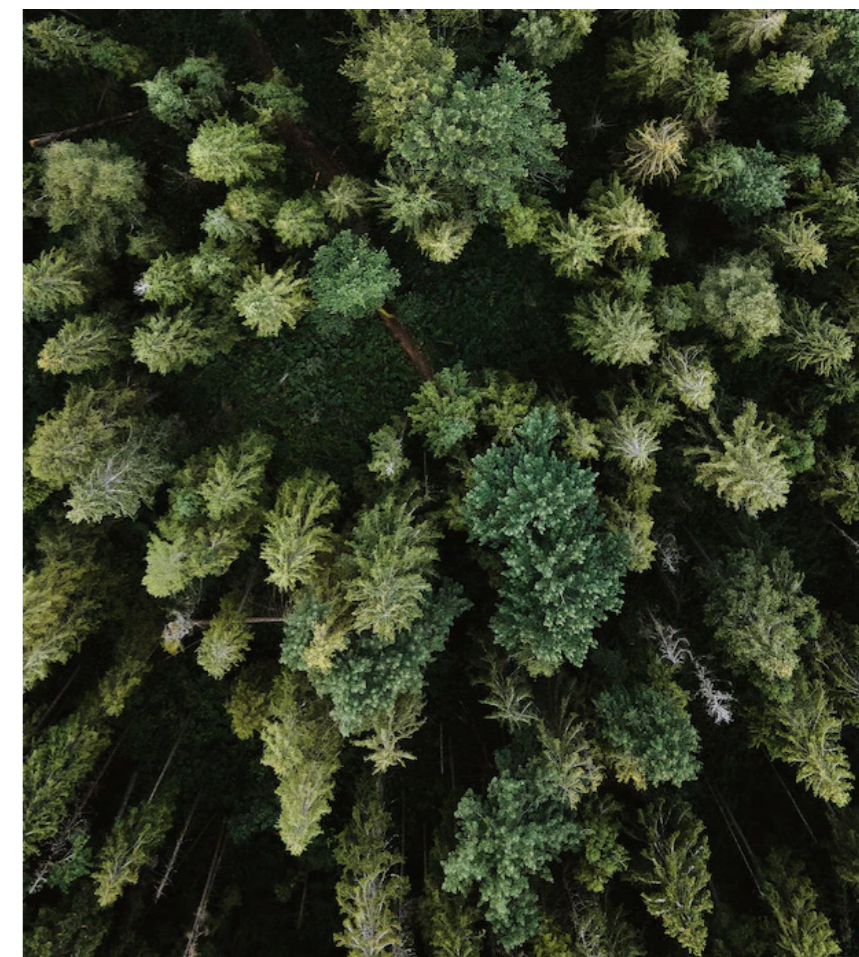
Tabell 2: Sammanställning av poängsättningen i 2023 års undersökning.

Företagens klimatmål är en viktig del av undersökningen. Poängsättningen tar hänsyn till huruvida företagen rapporterar tidsram, basår och slutår, specificerar målnivåer samt huruvida målen inkluderar utsläpp i värdekedjan (scope 3). Vidare undersöks om företagen genom Science Based Targets initiative (SBTi) förbundit sig att anta utsläppsmål som är förenliga med Parisavtalets 1,5-gradersmål, samt om dessa är godkända eller inte. Nytt för årets rapport är att vi granskar både kortsiktiga och långsiktiga mål (Net Zero Targets) enligt SBTi. Om ett företag har accepterade kortsiktiga och/eller långsiktiga mål får de poäng i samtliga kategorier (både antagna och accepterade). Detta leder till att företag kan få totalt tio poäng mer jämfört med tidigare års granskning.

I årets poängsättning har kraven skärpts kopplat till redovisade utsläpp i scope 1, 2 och 3. För att få full poäng krävs att företagen redovisar faktiska utsläpp i respektive scope. Företag som till exempel redovisar procentuella utsläppsminskningar, och som inte är transparenta med hur mycket koldioxid som faktiskt släppts ut under året, har inte blivit tilldelade några poäng.

Genom åren har fler och fler företag valt att rapportera utsläpp i scope 3, samtidigt som kvaliteten på rapporteringen ökat. Vi har därför gjort vissa justeringar i poängsättningen. För scope 3 tilldelas nu endast poäng till företag som rapporterar minst tre olika kategorier, och ytterligare poäng till företag som rapporterar fler än åtta kategorier. I granskningen ställs nu även högre krav på att företagen tydligt särredoviserar utsläppen i olika scope 3-kategorier för att de ska kunna tillgodoräkna sig extrapoäng för fler kategorier.

Årets rapport har ett ökat fokus på hur företagen uttrycker sig kring leverantörsleden och hur man arbetar för att sänka utsläppen som genereras av leverantörerna. Denna del har skett genom en kvalitativ granskning av hållbarhetsrapporterna och har inte poängsatts. Vi har även undersökt om det framgår vilken typ av data man använder sig av i beräkningarna.



Varför transparens?

En transparent klimatrapporering behöver inte betyda att företaget arbetar aktivt för att minska sina utsläpp. Men förmågan att följa upp och rapportera utsläpp av växthusgaser är en viktig förutsättning för att kunna gå från ord till handling i klimatarbetet. Rapporteringen ger också en tydlig fingervisning om företagets mognadsgrad när det kommer till att hantera klimatrelaterade risker och möjligheter.

Det är ofta svårare att rapportera utsläpp i leverantörskedjan än från den egna verksamheten, samtidigt som många företag har sin största klimatpåverkan där. En transparent och fullständig rapportering av utsläpp i scope 3 ger därför en god indikation på företagets förmåga att samverka med sina affärspartners, samt hur välutvecklade företagets uppföljningsstrukturer är. Dessutom har många företag störst klimatpåverkan just i scope 3. Därför har vi valt att lägga extra fokus på utsläpp i leverantörskedjan i årets rapport.

² Poäng ges om rapport inlämnats till CDP för verksamhetsåret 2022 samt om betyget på denna varit över C-. Företag som inte haft publik CDP ges inga poäng.

Så transparenta är svenska börsbolag

I årets rapportering är det 23 av totalt 133 företag som får 90 poäng eller mer av totalt 110. Nyckelfaktorer för att få höga poäng innefattar bland annat att man redovisar sina GHG-utsläpp transparent samt att utsläpp i scope 3 inkluderas i både redovisning och målsättning. Utöver detta får de som särskiljer sig i toppen också poäng för att de har åtagit sig att sätta klimatmål i linje med vetenskapen via SBTi, redovisar sitt klimatarbete till CDP och fått ett högre betyg än C-, samt att de är TCFD-supportrar och/eller följer TCFDs rekommendationer i sin rapportering. Topplistan redovisas i tabell 3.

I årets granskning är det åtta företag (6 procent) som får noll poäng. I senaste rapporteringen låg denna andel på 10 procent, vilket visar att trenden går åt rätt håll även om det fortfarande finns utvecklingspotential.

Sektorer

Företagen är indelade i sektorer enligt GICS-indelningen³, där flest företag finns inom sektorn industri följt av fastighet, finans och konsumenttjänster. När genomsnittspoäng per sektor undersöks ligger telekom i topp med i snitt 86 poäng, följt av konsumentvaror och fastighet. Det är viktigt att notera att sektorn telekom endast innehåller sju företag, att jämföra med industrisektorn som har en genomsnittspoäng på 69 poäng med 31 granskade företag. Figur 1 visar antalet företag per sektor som granskats, samt sektorernas genomsnittliga poäng.

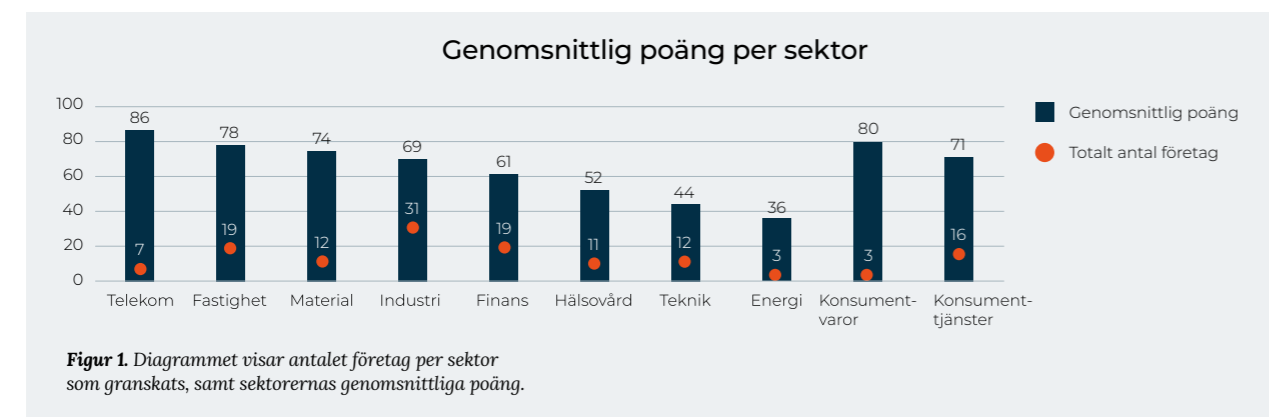
I samtliga sektorer har det skett en tydlig förbättring i rapporteringen. Den mest anmärkningsvärda förändringen kan ses inom industri och konsumenttjänster, där genomsnittspoängen har ökat från 45 till 69 poäng respektive 45 till 71 poäng jämfört med kartläggningen för år 2020. Övriga sektorer har också sett en förbättring i sina genomsnittspoäng. Energi-sektorn har högst andel företag som fått noll poäng, närmare bestämt ett av tre företag (33 procent).

Topplistan

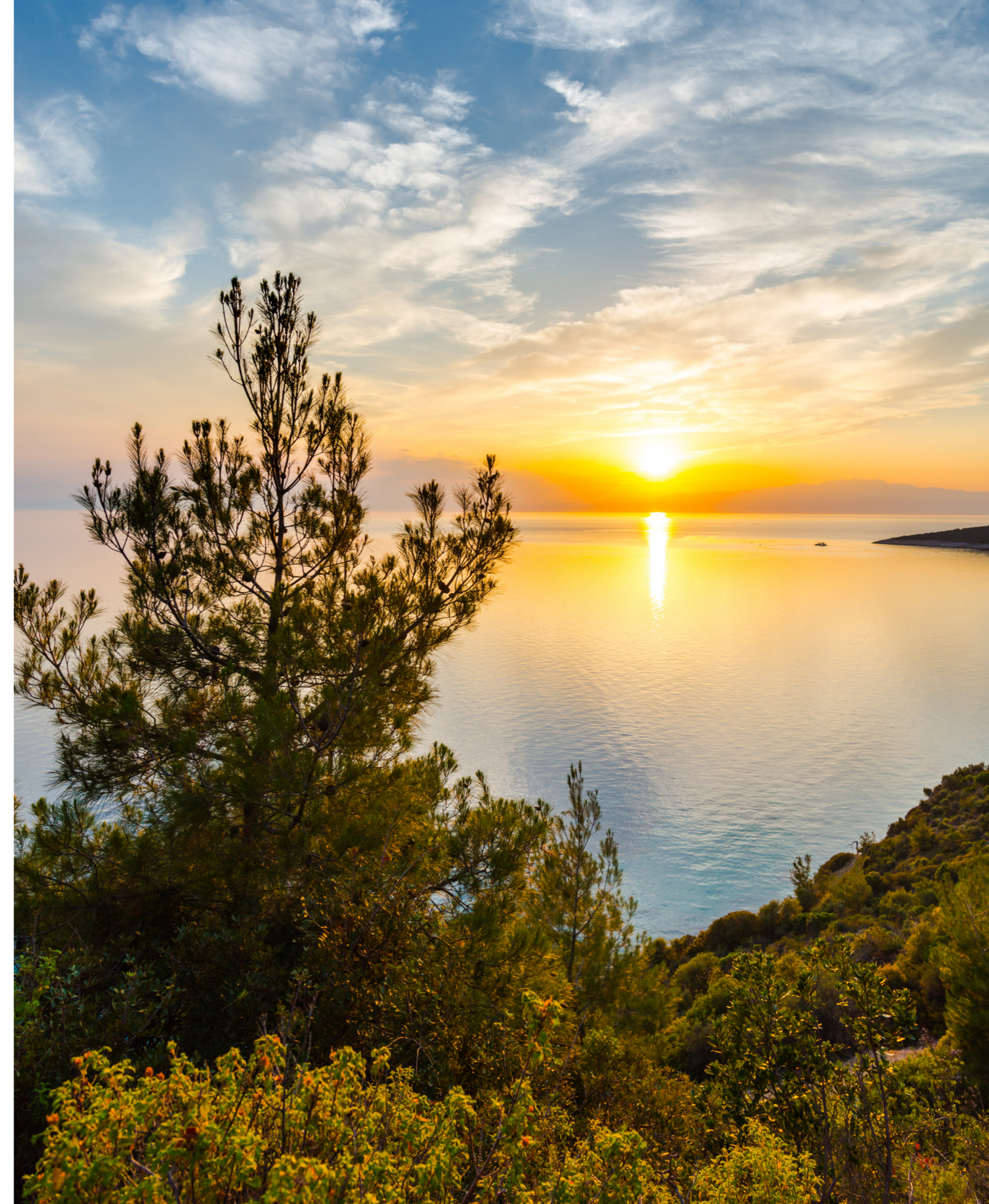
(poäng 2023 / placering jämfört med 2020)

1. Tele2 (110 / +66)
2. H&M (105 / -1)
3. SKF (102 / +37)
4. ABB (100 / +19)
AstraZeneca (100 / +15)
5. Husqvarna (98 / -5)
Telia Company (98 / +1)
6. Castellum (97 / -5)
SBB Norden (97 / +53)
7. Essity (95 / -3)
SAAB (95 / +76)
Skanska (95 / +7)
Stora Enso (95 / -7)
8. Assa Abloy (93 / +41)
9. Billerud (92 / -12)
Wihlborgs
Fastigheter (92 / +10)
10. Alfa Laval (90 / +8)
Autoliv SDB (90 / +51)
Elekta (90 / +2)
Epiroc (90 / +16)
Ericsson (90 / -10)
Kinnevik (90 / +2)
Volvo (90 / +37)

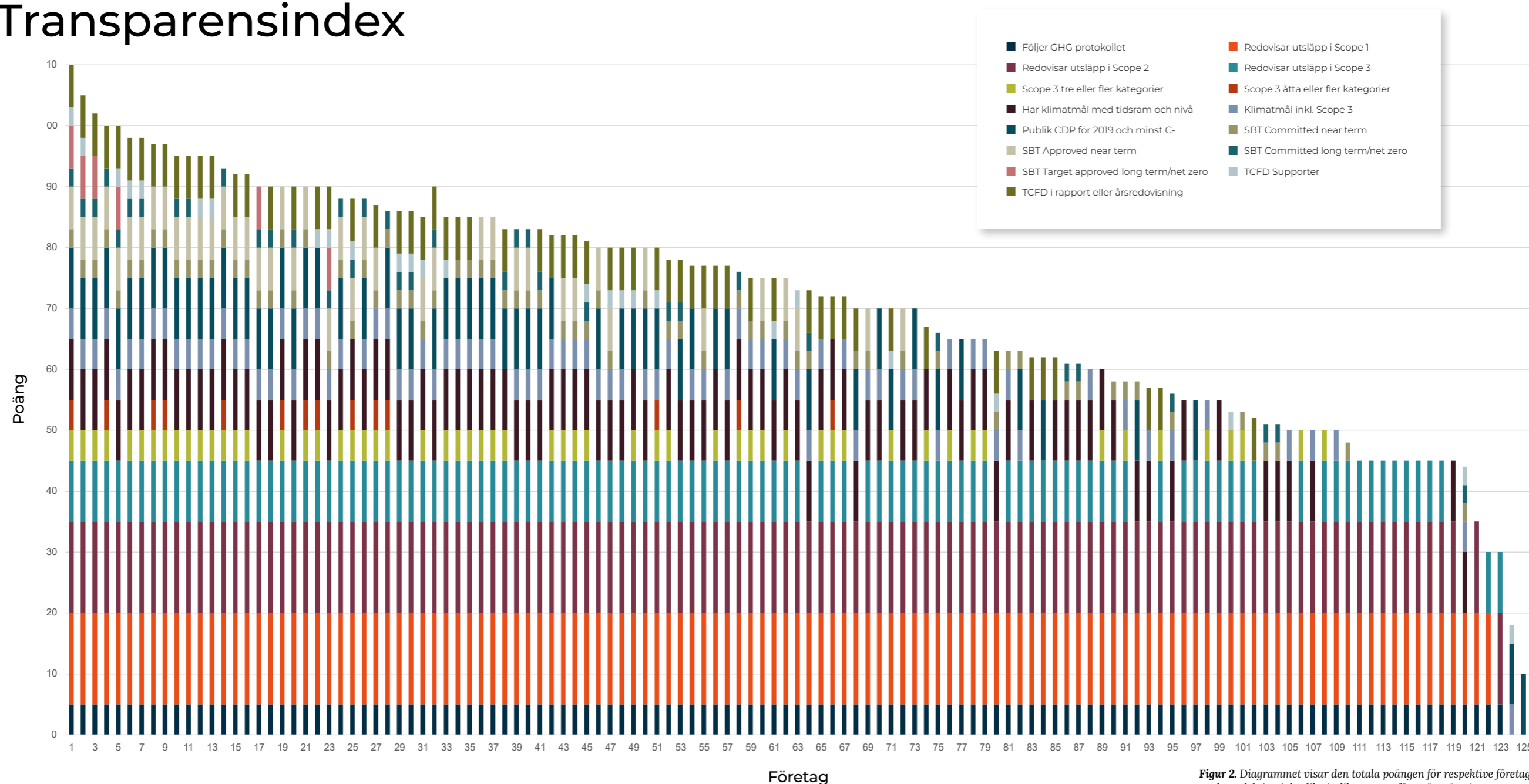
Tabell 3: De företag som fick över 90 poäng i årets undersökning. Maximalt antal poäng är 110.



³ GICS eller Global Industry Classification Standard är ett branschklassificeringssystem för börsnoterade företag: <https://www.msci.com/gics>



Transparensindex



Figur 2. Diagrammet visar den totala poängen för respektive företag med uppdelning i de olika indikatorerna för poängsättning.

Bäst och sämst i klassen

Årets undersökning toppas av Tele2 som totalt får 110 poäng, följt av H&M och SKF. Tele2 har visat på stor förbättring sedan föregående granskning och klättrar hela 66 platser, från plats 67 till första plats. De insatser som bidragit till denna ökning är bland annat att de sedan verksamhetsåret 2019 börjat rapportera utsläpp i scope 3, utvecklat sina klimatmål och fått dem godkända av SBTi, samt implementerat rapportering enligt TCFD.

I årets granskning är det totalt åtta företag (6 procent) som tilldelats noll poäng. Gemensamt för dessa företag är att de i sina hållbarhetsrapporter redovisar sitt klimatarbete ytterst bristfälligt och varken rapporterar klimatusläpp eller redovisar om eller hur de arbetar utifrån klimatmål. De följer heller inte något av de ramverk som denna bedömning baseras på. I denna grupp finns ett investmentbolag, med spritt innehav, där klimatarbetet redovisas inom respektive dotterbolag. Koncernbolaget redovisar därför inte några egna

utsläpp och arbetar heller inte med egna klimatmål. Övriga företag som tilldelats noll poäng återfinns framför allt inom branschen teknologi, med fokus på IT (38 procent) samt läkemedelssektorn (25 procent). Ett företag ändrade verksamhetsinriktning under 2022 och har meddelat att en kartläggning av deras klimatrelaterade utsläpp pågår.

Gemensamt för de företag som tappat många placeringar är att de saknar både antagna och accepterade klimatmål enligt SBTi. Det finns en generell

ökning bland företag som har fått sina vetenskapliga mål accepterade och då hänger företag utan accepterade mål inte med i utvecklingen.

Det kan noteras att denna kartläggning inkluderar 33 fler företag än föregående granskning. I kartläggningen 2020 låg andelen företag med totalt noll poäng på 10 procent, vilket innebär att trenden går åt rätt håll. Hela transparensindexet från årets granskning är sammanställt i figur 2.

Hur formuleras företagens klimatmål?

Tydligt formulerade klimatmål är en förutsättning för att kunna driva på klimatomställningen i organisationen och utgör allt oftare en integrerad del av företagets affärsstrategi. Hur ett klimatmål formuleras beror ofta på typ av verksamhet, organisationens interna kapacitet och mognadsgraden i hållbarhetsarbetet. I transparensindexet tilldelas företag högre poäng ju mer sofistikerade klimatmål som rapporteras.

Klimatmål

Årets genomgång visar att 96 företag (72 procent) har satt klimatmål med tidsram (basår och slutår) samt målnivå, vilket kan jämföras med 63 procent av företagen i motsvarande undersökning år 2020. Totalt är det 111 företag (83 procent) som satt någon form av klimatmål, men för att få poäng krävs att såväl tidsram som målnivå inkluderas.

Totalt 82 företag (62 procent) har klimatmål som omfattar scope 3. Det är en tydlig ökning från den senaste rapporten från 2020, då 42 företag (42 procent) hade målsättningar som omfattade värdekedjan. Det är inte ovanligt att företag redovisar utsläppen i scope 3 utan att ha satt klimatmål för dem.

► Klimatmål sätts i regel som en procentuell minskning av företagets utsläpp – dvs ett företag åtar sig att minska sina utsläpp med en viss procentandel jämfört med sina egna utsläpp ett visst år, ett så kallat "basår". Målet kan vara "absolut", vilket betyder att antalet ton växthusgaser ska minska med ett givet antal ton CO₂e, eller "relativt", vilket tar hänsyn till exempelvis produktions- eller försäljningsvolymens utveckling (t ex ton CO₂e/ Mkr omsättning).

Det har skett en ökning av absoluta klimatmål i årets undersökning och 71 procent (95 företag) har idag absoluta mål. Detta är en positiv trend då de totala utsläppen måste minska, inte bara i relation till omsättning och produktion, för att klara EU:s klimatmål om klimatneutralitet till 2050. En sammanställning av de granskade företagens klimatmål finns i figur 3.

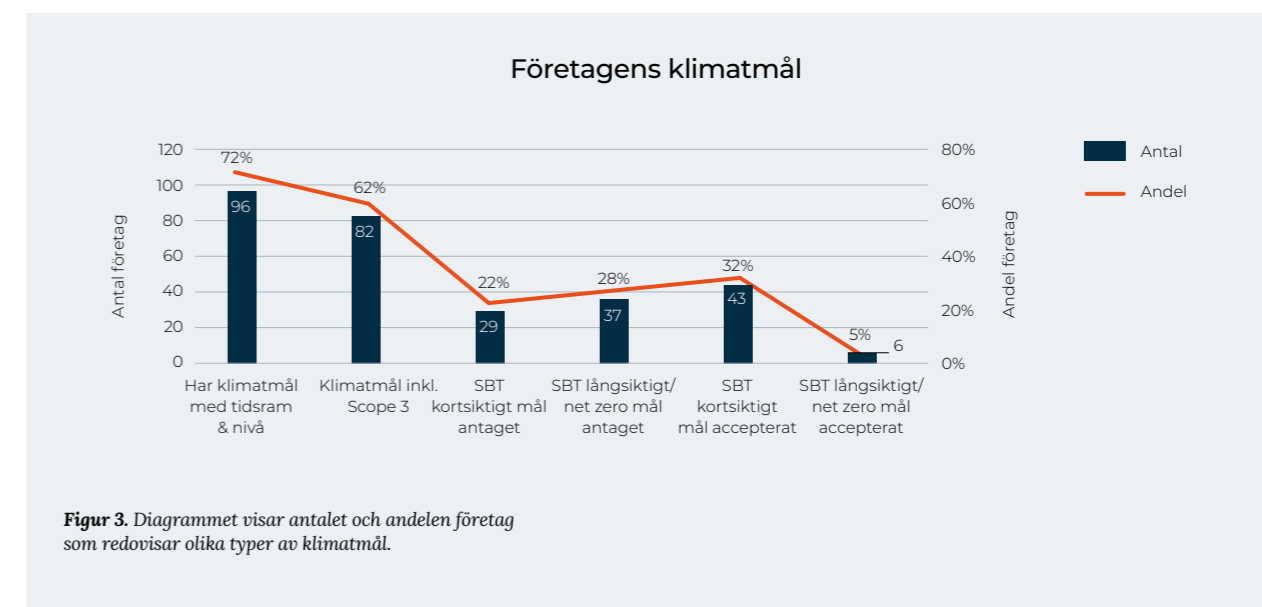
Science Based Targets

Företagen får poäng om de satt mål i linje med Science Based Targets initiative (SBTi). För årets undersökning har vi tittat på både kortsiktiga och långsiktiga mål. Granskningen visar att 29 företag (22 procent) har ansökt om att få kortsiktiga klimatmål godkända av SBTi och 43 företag har redan godkända kortsiktiga klimatmål. Det innebär att totalt 72 företag (54 procent) arbetar med kortsiktiga klimatmål i linje med vetenskapen. Dessutom har 37 företag (28 procent) ansökt om godkännande av långsiktiga klimatmål. Totalt sex företag (5 procent) har fått långsiktiga net-zero mål godkända. I jämförelse med tidigare år ser vi en ökning bland antalet företag som har fått sina mål validerade av SBTi, vilket innebär att allt fler företag antar klimatmål som ligger i linje med vetenskapen.

För att Science Based Targets ska godkänna ett klimatmål måste 95 procent av utsläppen i scope 1 respektive scope 2 inkluderas. Står scope 3-utsläppen för 40 procent eller mer av samtliga utsläpp ska verksamheten också sätta ett scope 3-mål. Scope 3-mål måste omfatta minst två tredjedelar av utsläppen.

► Science Based Targets initiative är ett samarbete mellan Världsnaturfonden (WWF), FN:s Global Compact, CDP och World Resources Institute (WRI). Initiativet hjälper företag i hela världen att ta fram klimatmål för att minska sina utsläpp av växthusgaser med syftet att hålla den globala temperaturökningen väl under 2°C, och sträva efter 1,5 grader, i enlighet med målet som sattes i Parisavtalet om klimatförändringar 2015.

Det finns tre nivåer av godkända mål: 2 grader, under 2 grader, eller 1,5 grader. Sedan oktober 2019 accepteras bara nya mål som är under 2 grader eller 1,5 grader. Av de 43 företagen med godkända kortsiktiga mål i den här undersökningen har alla företag utom tre ett mål som siktar på 1,5 graders uppvärmning.



Standarder och ramverk för klimatredovisning

Det finns idag ett flertal olika standarder och ramverk för att rapportera växthusgasutsläpp samt klimatrelaterade risker och möjligheter. I transparensindexet har fyra av de vanligast förekommande standarderna undersökts: TCFD, GHG-protokollet, GRI och CDP. Standarderna har delvis olika syfte men överlappar varandra i vissa avseenden. De utgör i regel komplement till varandra och ger tillsammans en heltäckande bild av företagets klimatarbete.

GRI

GRI-ramverket omfattar alla hållbarhetsområden och är frivilligt för företag att följa. Enligt årets undersökning har 96 företag (72 procent) inkluderat redovisning enligt ramverket i sin hållbarhetsrapport. I jämförelse med tidigare år har andelen företag som rapporterar enligt GRI minskat, men antalet företag ökat. I 2020 års granskning rapporterade 80 företag (80 procent) av företagen enligt GRI.

TCFD är ett frivilligt ramverk med rekommendationer för rapportering av klimatrelaterade finansiella risker och möjligheter. Rekommendationerna riktar sig till alla typer av företag, med fokus på att kvantifiera klimatrelaterade risker i finansiella termer och integrera klimatarbetet i styrning, strategi, riskhantering och mål och mätetal. Att vara TCFD-supporter innebär att ett företag offentligt stödjer rekommendationerna från TCFD.

GHG-protokollet

Av de 133 undersökta företagen följer i dagsläget 123 företag (92 procent) GHG-protokollet. Figur 4 visar en sammanställning över dessa företag uppdelat på sektor. Årets mätning baseras på huruvida företagen följer riktlinjer enligt GHG-protokollet vid beräkning och rapportering av sina utsläpp. En stor majoritet av företagen redovisar sina utsläpp i scope 1 (92 procent) respektive scope 2 (91 procent). Dessutom redovisar 110 företag (83 procent) även utsläpp i scope 3, vilket är en tydlig ökning jämfört med tidigare. I figur 5 visas förändringen över tid. Nästan dubbelt så många företag, 82 stycken, inkluderar scope 3 i sina klimatmål, vilket är en tydlig ambitionshöjning. Scope 3 delas i sin tur upp i 15 olika kategorier som täcker in de olika delarna av värdekedjan. Åtta av dessa befinner sig uppströms och sju nedströms den egna verksamheten.

Global Reporting Initiative (GRI) är ett initiativ för ökad transparens beträffande företags ekonomiska, miljömässiga och sociala påverkan. Detta har lett fram till ett ramverk för hållbarhetsredovisningar som blivit allt vanligare världen över.

TCFD

Årets granskning visar att 26 företag (20 procent) på Stockholm OMX Large Cap är TCFD-supporters. Nästan hälften av samtliga företag (62 stycken) rapporterar enligt TCFDs rekommendationer i årsredovisningen eller i en separat rapport, vilket är en kraftig ökning jämfört med tidigare. Utöver de som redan rapporterar enligt TCFD anger 16 företag att de antingen påbörjat rapportering enligt TCFD eller planerar att genomföra detta inom en snar framtid. Av de företag som rapporterar enligt TCFDs rekommendationer finns flest inom sektorerna industri och fastighet.

Greenhouse Gas Protocol (GHG-protokollet) är en internationell beräknings- och redovisningsstandard. Det är det mest använda verktyget för att kvantifiera och hantera utsläpp av växthusgaser. Utsläppen kategoriseras i tre delar:

Scope 1: direkta utsläpp från företaget

Scope 2: utsläpp från inköpt el och värme

Scope 3: utsläpp i företagets hela värdekedja.

CDP

Av de 133 företagen har 71 företag (53 procent) redovisat sina utsläpp till CDP för verksamhetsåret 2022 med betyget A-D. Eftersom årets granskning omfattar fler företag betyder det att andelen företag som redovisar utsläpp till CDP är samma som tidigare.

För att få poäng krävs det att CDP-rapporten både är publik samt att den fått betyget C- eller högre (skala A-F). Detta innebär att åtta företag som har publik CDP-rapportering men inte når upp till betygsgränsen tilldelas noll poäng för indikatorn. Totalt har 61 företag (46 procent) publika CDP-rapporter med betyget C- eller högre.

CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) är ett nytt EU-direktiv som ändrar och skärper kraven på företagens hållbarhetsrapportering. Syftet är att öka rapporteringens transparens och göra den mer standardiserad samtidigt som man ökar takten i omställningen.

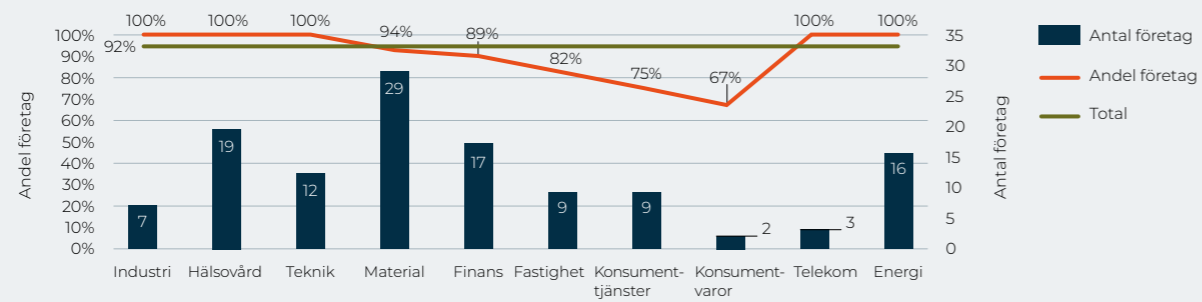
CDP är en internationell NGO som förser företag och organisationer med ett globalt system för att mäta, presentera, hantera och dela med sig av information om sin klimatpåverkan.

CSRD

En stor majoritet av de undersökta bolagen har redan vidtagit åtgärder som är i linje med de kommande kraven i CSRD-lagstiftningen, främst avseende utsläppsredovisning och användning av standarder som GHG-protokollet och GRI. När det gäller inkluderingen av scope 3-utsläpp i klimatmålen finns fortsatt förbättringspotential. Endast 62 procent av företagen har inkluderat scope 3-utsläpp i sina klimatmål. Med CSRD-lagstiftningen kommer företagen att bli tvungna sätta mål som omfattar hela värdekedjans klimatpåverkan.

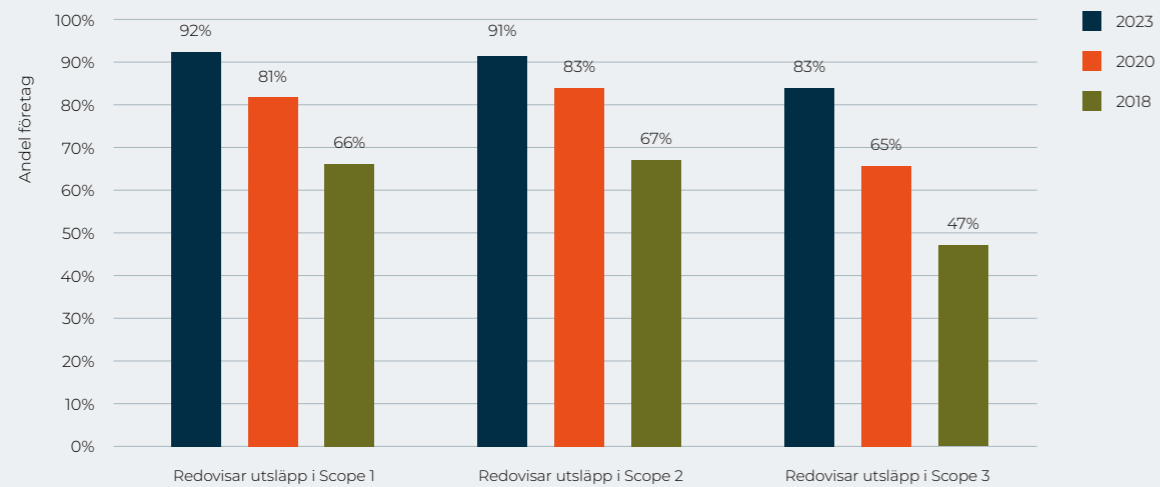
De ökade rapporteringskraven som CSRD-lagstiftningen för med sig innebär även att berörda företag måste visa hur de integrerar hållbarhet i sina verksamheter och affärsstrategier. Genom att införa gemensamma standarder och öka transparensen kring hållbarhetsrapporteringen kommer CSRD att göra det lättare för investerare och intressenter att fatta mer informerade beslut om företagets hållbarhetsprestanda och deras strategier för att hantera klimatrelaterade risker och möjligheter.

Företag som rapporterar utsläpp enligt Greenhouse gas protocol



Figur 4. Diagrammet visar antalet och andelen företag som redovisar utsläpp enligt GHG-protokollet, fördelat per sektor.

Andel företag som redovisar utsläpp i respektive Scope



Figur 5. Diagrammet visar andelen företag som redovisar sina utsläpp per respektive scope, samt förändringen mellan 2023, 2020 och 2018.



Fokus på leverantörsledet

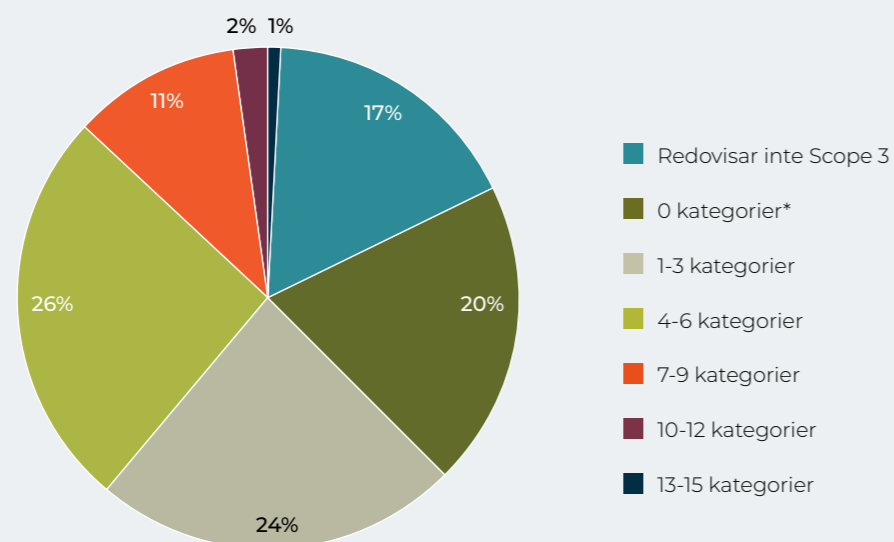
I årets rapport har vi valt att närmare undersöka rapporteringen av utsläppen i scope 3 och börsbolagens transparens kring utsläpp i leverantörskedjan. Eftersom många företag har en betydande andel av sina utsläpp i scope 3 är transparens och tydlighet kring leverantörsledet en förutsättning för att näringslivet ska kunna minska sina utsläpp av växthusgaser i den takt som vetenskapen kräver.

Årets resultat visar att allt fler företag har utökat sin scope 3-rapportering. Vid 2020 års granskning rapporterade totalt 5 procent av inkluderade företag sex till nio kategorier i scope 3. I årets granskning är motsvarande andel 11 procent. ABB utmärker sig genom att inkludera och särredovisa utsläppen för allra flest kategorier i scope 3, 13 av 15 möjliga. Totalt är det 27 företag (20 procent) som

redovisar scope 3 men däremot inte särredovisar utsläppen för sina scope 3-kategorier på ett transparent sätt.

24 procent av de undersökta företagen redovisade en till tre kategorier i scope 3. Det är ovanligt att företag endast har väsentliga utsläppsområden inom så få kategorier. Detta tyder på att företagen utesluter utsläppskällor i sin redovisning som troligen är relevanta för deras verksamhet. Den vanligaste kategorin denna grupp redovisade var företagsresor (kategori 6), vilket 56 procent gjorde. Därefter följde inköpta varor och tjänster (kategori 1) med 31 procent. Kategorierna med högst rapporteringsgrad motsvarar kategorier som sällan saknar utsläpp oberoende av företags verksamhetsområde.

Andel företag som särredovisar Scope 3 utsläpp, per antal kategorier



Figur 6. Diagrammet visar andelen företag som särredovisar sina scope 3 utsläpp enligt GHG-protokollets uppdelning av scope 3-kategorier, samt antalet scope 3 kategorier som företagen redovisar.

*Avser endast företag som rapporterar scope 3, men inte transparent särredovisar sina utsläpp per scope 3 kategori enligt GHG-protokollets uppdelning.

Scope 3-utsläpp från inköpta varor och tjänster för hållbara värdekedjor

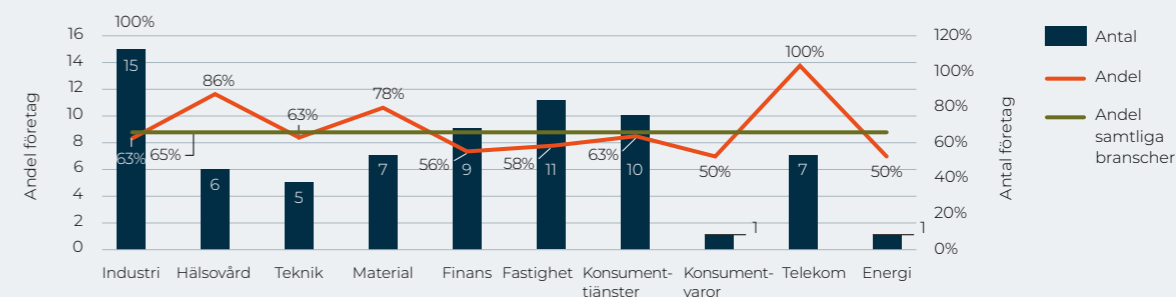
Genom att inkludera utsläpp från inköpta varor och tjänster (scope 3, kategori 1; scope 3.1) får företag en mer holistisk bild av sin klimatpåverkan samt möjliggör större kontroll över sina värdekedjor. För vissa företag utgör denna kategori en betydande del av de totala utsläppen. Att noggrant kartlägga utsläppen relaterade till inköpta varor och tjänster är av stor vikt eftersom det möjliggör ansvarstagande längs hela värdekedjan, inklusive i leverantörsledet. En kartläggning av utsläppen i denna kategori ger företag ett stöd för att identifiera möjliga utsläppsminskningar samt hantera risker kopplade till klimatförändringar.

I årets granskning har 72 av totalt 110 företag (65 procent) som rapporterar scope 3, inkluderat utsläpp från inköpta varor och tjänster. Inom kategorin är vissa branscher mer transparenta när det gäller att rapportera sina utsläpp, vilket man kan se i figur 7. Inom telekomsektorn är samtliga företag (100 procent) transparenta, följt av hälsovårdssektorn (86 procent) och materialsektorn (78 procent). Det bör noteras att det totala antalet rapporterande

företag inom dessa branscher är relativt lågt, vanligtvis mellan sju och nio företag per sektor. Industri är den sektor med flest antal företag (24 stycken). Inom denna sektor är det 63 procent (15 företag) som rapporterar utsläpp från inköpta varor och tjänster. De branscher som har flest rapporterade företag är industri (15 av 24 företag), fastighet (11 av 19 företag) och konsumenttjänster (10 av 16 företag).

Totalt 35 procent av de rapporterade företagen inkluderade inte utsläpp från inköpta varor och tjänster i sin scope 3-rapportering. Detta beskrivs bland annat bero på utmaningar med att kartlägga utsläppen i leverantörskedjan eller att företagen planerar att rapportera dessa utsläpp vid en senare tidpunkt efter att ha genomfört en screening av utsläppen inom kategorin. Vissa företag bedömer att kategorin är irrelevant för deras verksamhet. Det kan dock antas vara ovanligt att företag helt saknar utsläpp inom scope 3.1-kategorin, även om deras primära verksamhet inte är direkt kopplad dit. Utsläpp inom denna kategori genereras av vanliga aspekter av företags dagliga verksamhet, såsom kapitalvaror, förbrukningsmaterial i kontor och anläggningar, inklusive papper och elektronik.

Företag som redovisar Scope 3 kategori 1, fördelat över de olika branscherna



Figur 7. Diagrammet visar antalet och andelen företag per sektor som redovisar utsläpp i scope 3 för kategori 1, inköpta varor och tjänster. Andelen för samtliga branscher som redovisar scope 3, kategori 1 redovisas också.

Bristande transparens gällande vilka klimatdata som används

Riktlinjerna i den dominerande rapporteringsstandarden GHG-protokollet tillåter olika metoder och typer av data för att beräkna och presentera utsläpp i scope 3. Vilka data som används kan ha en stor inverkan på slutresultatet och tolkningen av detsamma och är avgörande för att åtgärder ska kunna prioriteras och följas upp. Därför är det viktigt att rapporteringen tydligt redogör för datakvalitet och antaganden.

Av de 133 företag som inkluderas i rapporten rapporterar 110 företag utsläpp i scope 3. Av dessa är det endast 15 företag som tydligt beskriver vilka data som används och de antaganden som görs kopplat till respektive scope 3-kategori. Hela 77 företag (70 procent) lämnar inte någon information överhuvudtaget, eller mycket osäker information, kopplat till data i leverantörsleden. Företag som endast kommenterar datakvaliteten i generella termer och inte går in på väsentliga kategorier ingår i den senare gruppen.

Bland de företag som tydligt beskriver vilka data som används för beräkningar av utsläpp i leverantörsleden är datakvaliteten av blandad karaktär, vilket framgår av figur 8. Det finns företag, bland annat SKF och Husqvarna, som har använt sig av data som hämtats direkt från deras leverantörer i den mån det varit möjligt. Andra företag, till exempel OX2 och Ericsson, använder sig av data från miljövarudeklarationer och/eller livscykelanalyser för att uppskatta och beräkna utsläpp i leverantörsleden. Kostnadsbaserad data (så kallad spend-analys) och uppskattningar är dock generellt vanligast för

beräkningar av utsläpp som härleds till företagens leverantörer. Ett undantag är transporter där flera företag använder data som de hämtat direkt från sina transportleverantörer; dels utsläppsdata som beskriver mängd koldioxidutsläpp, dels transportdata som beskriver mängd transporter. Vissa företag väljer även att redovisa osäkerhetsfaktorer för sina beräknade utsläpp. Detta indikerar att det finns viss medvetenhet bland företagen om den potentiella variationen och osäkerheten i de data de använder.

Läkemedelskoncernen Sobi och telekomjätten Telia är två av de 15 företag som tydligt beskriver vilka data utsläppssiffrorna grundar sig på och utgör goda exempel på hur transparent rapportering av datakvalitet kan se ut. Sobi presenterar utöver beräkningsmetod och data för var och en av kategorierna i scope 3 även information om vilken källa som använts för utsläppsfaktorer. Telia hänvisar i årsredovisningen till sitt ramverk för hållbarhetsrapportering. Där presenteras vilka data som har använts för väsentliga utsläppskategorier i scope 3, hur de samlas in och hur ofta de uppdateras samt eventuella antaganden som görs.

Om det inte framgår vilken data som ligger till grund för rapporteringen finns det en risk att klimatrapporteringen ifrågasätts. Intressenters förväntningar på tydlighet kring utsläppen växer stadigt från dels investerare, dels kunder som i nästa led vill känna sig trygga med att rapportera vidare uppgifterna i sina egna hållbarhetsrapporter.

Partnerskap är vanliga för ökat fokus i leverantörsleden

Många företag ger i sin hållbarhetsrapportering exempel på partnerskap och samarbeten som syftar till att få bättre kontroll över utsläppen i värdekedjan. Sådan samverkan kan ske både horisontellt och vertikalt. Horisontell samverkan kan handla om att utbyta hållbarhetsdata kopplat till leverantörsledet, eller gemensamt ställa krav på leverantörernas klimatarbete. Vertikal samverkan kan handla om att engagera underleverantörer i produktutveckling eller kartläggning av utsläpp genom exempelvis livscykelanalyser.

De horisontella partnerskap som beskrivs i hållbarhetsrapporterna utgörs dels av branschspecifika samarbeten, dels av sektor-överskridande initiativ. Ett exempel på det senare är Exponential Roadmap Initiatives 1.5°C Supply Chain Leaders som år 2020 lanserades av Ericsson, Ikea, Telia, BT Group och Unilever och stöts av bland annat FN:s klimatinitiativ Race to Zero. Läs mer om initiativet i faktarutan.

Vad gäller vertikala partnerskap ger rapporterna flera exempel på samverkan kring kritiska insatsvaror och tjänster som till exempel fossilfritt stål,

1.5°C Supply Chain Leaders är ett klimatinitiativ som särskilt adresserar utmaningarna multinationella företag står inför när det gäller att minska utsläppen i globala leverantörskedjor.

Företag som ansluter sig till initiativet åtar sig att minska klimatutsläppen från leverantörer i linje med 1,5-gradersmålet, samverka med leverantörer och affärspartner kring gemensamma utmaningar samt stötta små och medelstora företag i sitt omställningsarbete.

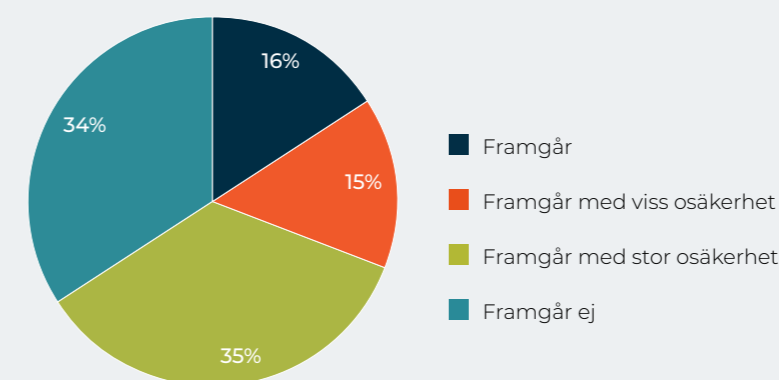
Erfarenheter och lärdomar från initiativet delas genom 1.5°C Supplier engagement Guide som finns öppet tillgängligt för andra företag att ta del av.

Samarbetet lanserades i september 2020 av Exponential Roadmap Initiative tillsammans med Ericsson, Ikea, Telia, BT Group och Unilever. Initiativet stöts av FN:s klimatinitiativ Race to Zero.

hållbara förpackningsmaterial och transporter. Inte sällan ligger partnerskapen till grund för gemensam produktutveckling tillsammans med leverantörer.

Omkring hälften av företagen hänvisar till generella leverantörspolicyer eller uppförandekoder kopplat till hållbarhet när det gäller leverantörskedjan. Även FN:s Global Compacts tio principer för ansvarsfullt företagande är vanliga att hänvisa till. Företagen utvecklar dock sällan vad policyerna innebär i form av åtgärder eller samarbetsmöjligheter.

Företag som redovisar Scope 3 kategori 1



Figur 8. Diagrammet beskriver typ av datakvalitet för scope 3. **Framgång:** Datakvalitet samt eventuella antaganden beskrivs tydligt. **Framgång med viss osäkerhet:** Datakvalitet beskrivs men betydande detaljer utelämnas. **Framgång med stor osäkerhet:** Datakvalitet beskrivs endast i generella termer. **Framgång ej:** Information om vilka data som använts saknas helt. Totalt antal företag som rapporterat utsläpp i scope 3: 110.

- ▶▶ Vartannat år sedan 2014 har 2050 Consulting undersökt hur de stora företagen på Stockholmsbörsen redovisar och sätter mål för sitt klimatarbete. Även i år har företagens transparens i klimatarbetet betygsatts och tilldelats poäng utifrån ett antal parametrar. Resultatet visar på en långsiktigt positiv trend där allt fler företag väljer att rapportera utsläpp från hela värdekedjan samt följer standarder som GHG-protokollet, TCFD och GRI. Årets undersökning visar också att det finns stora osäkerheter och bristande transparens vad gäller data som används för att rapportera utsläpp i leverantörskedjan, samtidigt som leverantörskedjan ofta står för en betydande andel av företagets samlade klimatpåverkan.

2050 arbetar för goda affärer på en planet i balans. Vi hjälper våra uppdragsgivare till ökad hållbarhet och lönsamhet genom analys, kommunikation och affärsutveckling. Vi verkar i gränslandet mellan politik, forskning och näringsliv.

www.2050.se