

Ilmastonmuutoskysely kesä 2008

Kyselyn tulokset - julkaistu 11.11.2008



PricewaterhouseCoopers Oy

Itämerentori 2
FI-00101 Helsinki
Finland
Telephone +358 9 2280 1950
www.pwc.fi

Hyvä lukija,

Vuosi 2007 muutti ilmastonmuutoskeskustelua merkittävästi. Alkuvuodesta Shellin ja Nokian hallitusten puheenjohtaja Jorma Ollila vaati kovempia keinoja ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Hän sanoi muun muassa uskovan, että päästörajoja tulisi kiristää ja asennemuutosta edistää radikaaleillakin keinoilla (HS 28.1.2007). Maaliskuussa 2007 hallitustenvälinen ilmastonmuutospaneeli IPCC ja USA:n entinen varapresidentti Al Gore saivat Nobelin rauhanpalkinnon työstään ilmastonmuutostiedon jalostamisesta ja jakamisesta sekä taistelustaan ihmisen aiheuttaman ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Lisäksi lukuiset yritysmaailman johtamisen visionäärit suosittelevat ilmastonmuutoksen ottamista tosissaan. Esimerkiksi Jack Welch, 'vuosisadan yritysjohtaja', toteaa että, "on parempi tehdä virhe ottamalla ilmastonmuutos bisnespäätöksissä mukaan kuin tehdä virhe jättämällä se pois" (Talouselämä 15.5.2007).

Keskustelun sävyn muuttumista edesauttoi Sir Nicholas Sternin UK:n hallitukselle laatima ilmastonmuutoksen maailmanlaajuisia talousvaikutuksia käsittelevä raportti (Stern Review on the Economics of Climate Change, 30.10.2006). Raportin pääsanoma on, että päästöjen vähentäminen nyt tulisi huomattavasti halvemmaksi kuin vaurioiden korjaaminen myöhemmin. Sternin raportti sisältää useita karuja ennusteita ilmastonmuutoksen vaikutuksista, mutta on silti optimistinen: ilmasto- ja talouskatastrofi on vältettävissä, mikäli kansainvälinen yhteisö toimii välittömästi.

Ilmastonmuutosta ja kasvihuonekaasupäästöjen kasvua yritetään hillitä erilaisilla ohjauskeinoilla. Näistä taloudellisesti merkittävin on päästökauppa. Esimerkiksi EU:n ETS -kaupan arvo oli vuonna 2006 lähes 15 Mrd€. USA ottanee käyttöön jonkinlaisen päästökauppamekanismin lähivuosina. On arvioitu, että USA:n päästökaupan arvo olisi 1 000 Mrd USD vuoteen 2020 mennessä. Taloudellisesti merkittävää on myös yritysten saamat merkittävät kustannussäästöt toimintojen hiilijalanjäljen pienentämisestä. Hiilijalanjäljen mittauksen myötä yrityksille on paljastunut huomattavia energia- ja materiaalitehokkuuden kehittämiskohteita omassa toiminnassaan.

PwC:n vuosittain tekemässä kansainvälisessä toimitusjohtajakyselyssä (Annual Global CEO Survey) on viimeiset vuodet seurattu yritysjohton suhtautumista myös ilmastonmuutokseen. Viimeisimmässä tutkimuksessa tulos ilmastonmuutoksen suhteen oli hieman yllättävä, sillä yritysjohto tunsii ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien liiketoiminnalleen vähentyneen, mutta kuitenkin samaan aikaan huoli energiakustannuksista oli kasvanut. Lisäksi yritykset ovat säilyttäneet huolensa toiminnan ympäristövaikutuksista. Kyselyn tulos voi osin johtua siitä, että ilmastonmuutoksen aiheuttamia riskejä on opittu arvioimaan, ja siten ne ovat osa yrityksen riskienhallintaa. Lisäksi ilmastonmuutos nähdään enenevästi myös liiketoimintamahdollisuutena.

Tämä raportti on yhteenveto kesällä 2008 PwC:n tekemästä ilmastonmuutoskyselystä suurimmille suomalaisyrityksille. Kyselyssä selvitettiin ilmastonmuutoksen vaikutusta liiketoimintaan, ilmastonmuutoksen huomioon ottamista alihankinnassa tai yhteistyössä sekä yritysten tapaa arvioida ilmastonmuutoksen vaikutuksia liiketoimintaan. Tuloksia verrataan myös kansainvälisiin tutkimustuloksiin.

Sisältö

Luku		Sivu
1	Näin tutkimus tehtiin	5
2	Tulokset	6
3	Johtopäätökset	13
4	10 askelta ilmastonmuutoksen hallintaan	15

Näin tutkimus tehtiin

Tutkittavat yritykset

Tutkittavat yritykset valittiin siten, että niiden ilmastonmuutostoitien vaikuttavuus olisi taloudellisesti mahdollisimman suuri. Kysely kohdistettiin 430 suurimmalle Suomessa listatulle yritykselle. Kysely lähetettiin yritysten toimitus- tai talousjohtajille ja joissain tapauksissa sijoittajasuhteista vastuussa oleville henkilöille.

Kyselylomake

Kysely toteutettiin internet-pohjaisena kyselynä. Myös pyyntö osallistua kyselyyn lähetettiin sähköpostilla valikoidulle vastaajajoukolle.

Kyselylomake suunniteltiin siten, että se kattaisi mahdollisimman laajasti eri toimialat. Siten lomakkeesta tuli myös melko yleisluontoinen. Tavoitteena kyselyssä oli selvittää, miten ilmastonmuutos vaikuttaa yritysten liiketoimintaan. Kysely oli jaettu neljään osioon

- 1 Yrityksen perustiedot
- 2 Ilmastonmuutoksen vaikutus liiketoimintaan
- 3 Ilmastonmuutoksen huomioon ottaminen alihankinnassa tai yhteistyössä
- 4 Ilmastonmuutos toimenpiteiden arviointi yrityksessä

Yrityksistä kysyttiin perustietona liikevaihto, henkilöstömäärä, toimiala ja tuotannon ala. Näistä tuotannon alalla tarkoitettiin mm. seuraavia:

- 1 Teollinen tuotanto
- 2 Palvelut
- 3 Vähittäiskauppa
- 4 Tukkukauppa
- 5 Muut

Kyselyn ajankohta

Pyyntö osallistua kyselyyn postitettiin vastaajille 3.7.2008. Vastauskehotus postitettiin 12.8.2008. Vastausaika päättyi 15.8.2008.

Jatkokysely

Vastausajan aikana kyselyyn vastasi 39 yritystä eli vastausprosentti oli 9 %. Matalaa vastausastetta kohentaaksemme valitsimme satunnaisesti 70 yritystä, joihin olimme puhelimitse yhteydessä. Puhelinyhteydessä muistutettiin kyselystä ja kysyttiin syytä, mikäli vastaaja ilmoitti, ettei aio vastata kyselyyn. Puhelinyhteyksillä vastaajia tuli 5 lisää ja lisäksi lopuista tavoitetuista lähes puolet vastasi, ettei ilmastonmuutos koske heidän liiketoimintaansa. Lopullinen vastausaste oli 10,2%.

Perustiedot

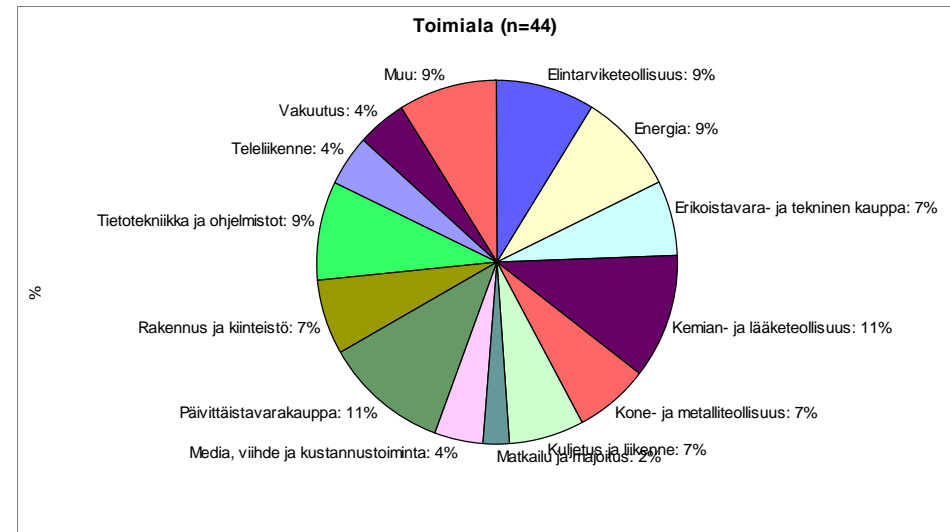
Perustiedot yrityksistä

Vastanneiden yritysten jakautuminen toimialan ja tuotannon alan mukaan on esitetty kuvissa 1 ja 2. Koska toimialavastauksia oli useilla toimialoilla alle 5 kpl, suurin osa tuloksista esitetään koko vastaajajoukon tai tuotannon alan mukaan.

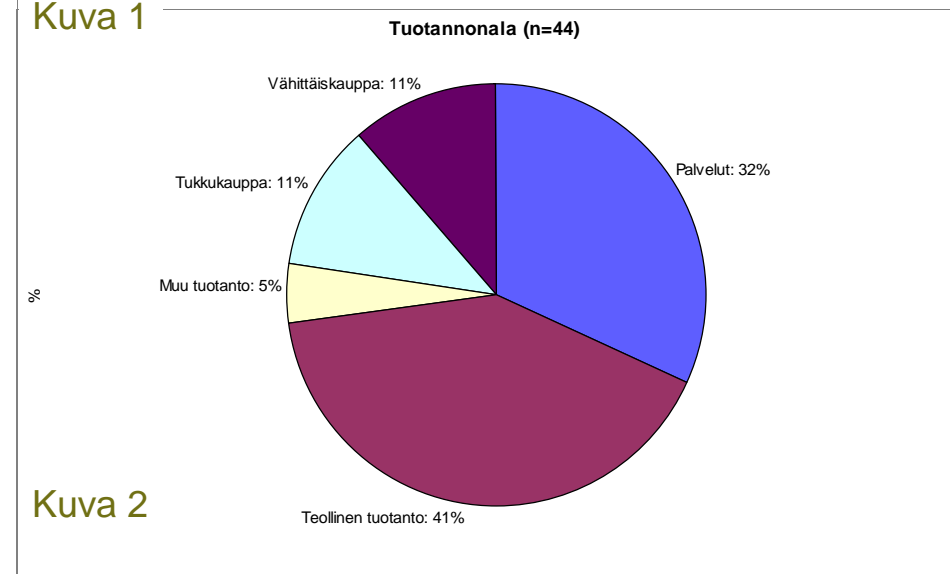
Taulukossa 1 on esitetty yritysten liikevaihto tuotannonaloittain. Suurin vastaajajoukko on teollisen tuotannon yritykset 41 % (18 kpl) ja seuraavaksi suurin on palvelut 32 % (14 kpl). Tuotannon alojen liikevaihto on painottuu teollisen tuotannon yrityksiin; yhteensä 17,6 Mrd€ (53 %) ja palveluihin 11,6 Mrd€ (35 %). Tuotannonalojen liikevaihtoa tullaan tarkastelemaan osana toimenpiteiden vaikuttavuuden arviointia.

Taulukko 1

Tuotannonala	Vastanneiden yritysten liikevaihto (1 000 €)	Henkilöstö (kpl)
Tukkukauppa	3 160 355	8 217
Vähittäiskauppa	977 600	5 322
Teollinen tuotanto	17 576 000	43 279
Palvelut	11 560 000	30 024



Kuva 1



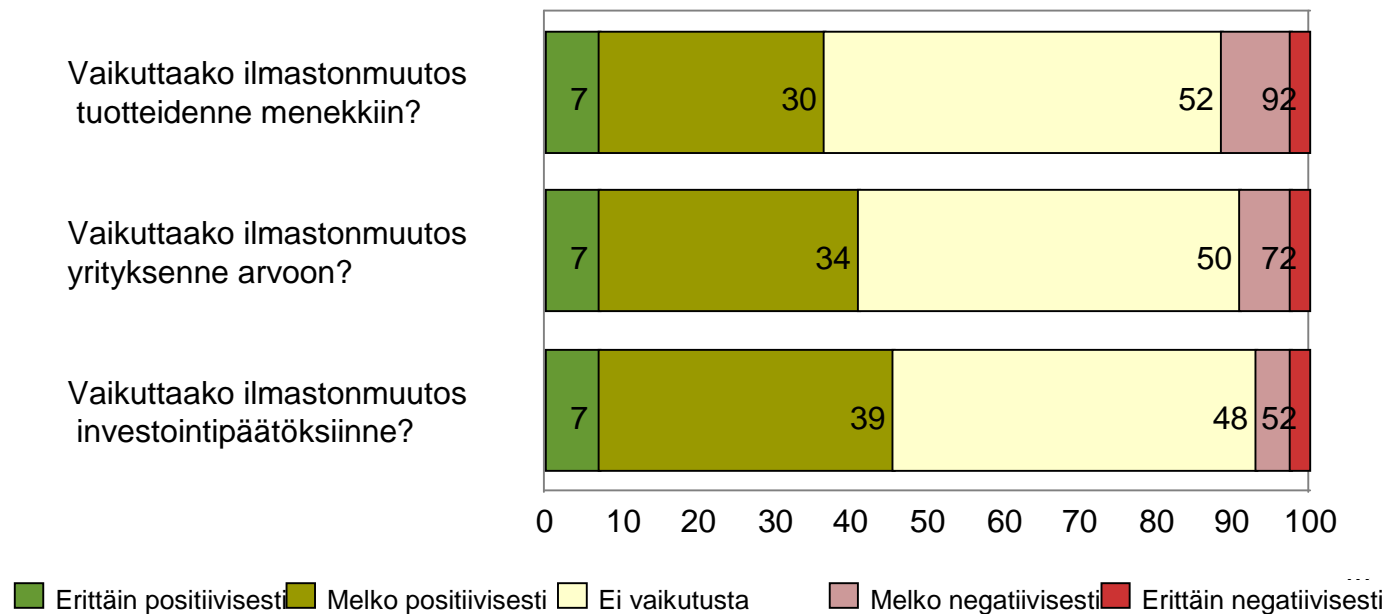
Kuva 2

Ilmastonmuutoksen vaikutus liiketoimintaan

Menekki, arvo ja investoinnit

Kysyttäessä vaikuttaako ilmastonmuutos tuotteidenne menekkiin, yrityksenne arvoon tai investointipäätöksiin noin puolet yrityksistä ei havainnut mitään vaikutusta. Kaiken kaikkiaan ilmastonmuutoksen vaikutus oli positiivinen siten, että yritykset kokivat ilmastonmuutoksen vaikuttavan positiivisesti tai erittäin positiivisesti. Lisäksi yritykset ottivat ilmastonmuutoksen huomioon investointipäätöksissä.

Lähemmin tarkasteltuna yrityksen arvoa koskevassa kysymyksessä joukosta eroaa vähittäiskauppa. Tässä joukossa yritykset vastasivat ilmastonmuutoksen vaikuttavan lievästi negatiivisesti yrityksen arvoon.

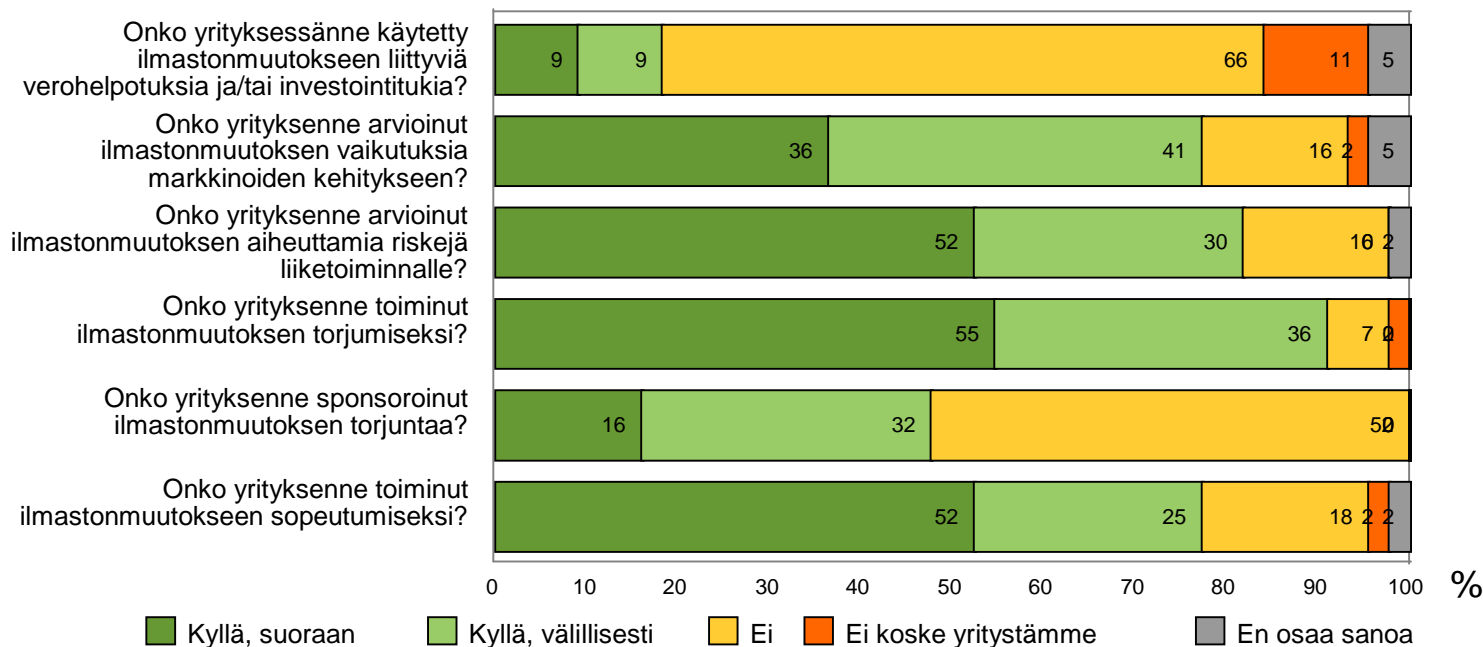


Ilmastonmuutoksen vaikutus liiketoimintaan

Ilmastonmuutoksen vaikutus liiketoimintaan

Lähes kaikki kyselyyn vastanneet yritykset olivat tarkastelleet ilmastonmuutoksen suoria tai välillisiä vaikutuksia markkinoiden kehitykseen ja sen aiheuttamia riskejä liiketoiminnalle. Lisäksi valtaosa yrityksistä oli toiminut ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi. Sen sijaan melko harva yritys oli käyttänyt ilmastonmuutokseen liittyen verohelpotuksia tai investointitukia.

Ilmastonmuutoksen torjumiseksi ovat aktiivisimmin toimineet vähittäiskaupan yritykset. Lähes kaikki yritykset vastasivat toimineensa välittömästi ilmastonmuutoksen torjumiseksi. Kuitenkin sama ryhmä yrityksiä näki, ettei ilmastonmuutoksella ole vaikutusta yrityksen arvoon. Teollisen tuotannon yritykset taas vastasivat ilmastonmuutoksen vaikuttavan positiivisemmin yrityksensä arvoon kuin vastaajajoukko yleensä ja nämä yritykset vastasivat toimineensa hieman vähemmän välittömästi ilmastonmuutoksen torjumiseksi kuin muu vastaajajoukko.



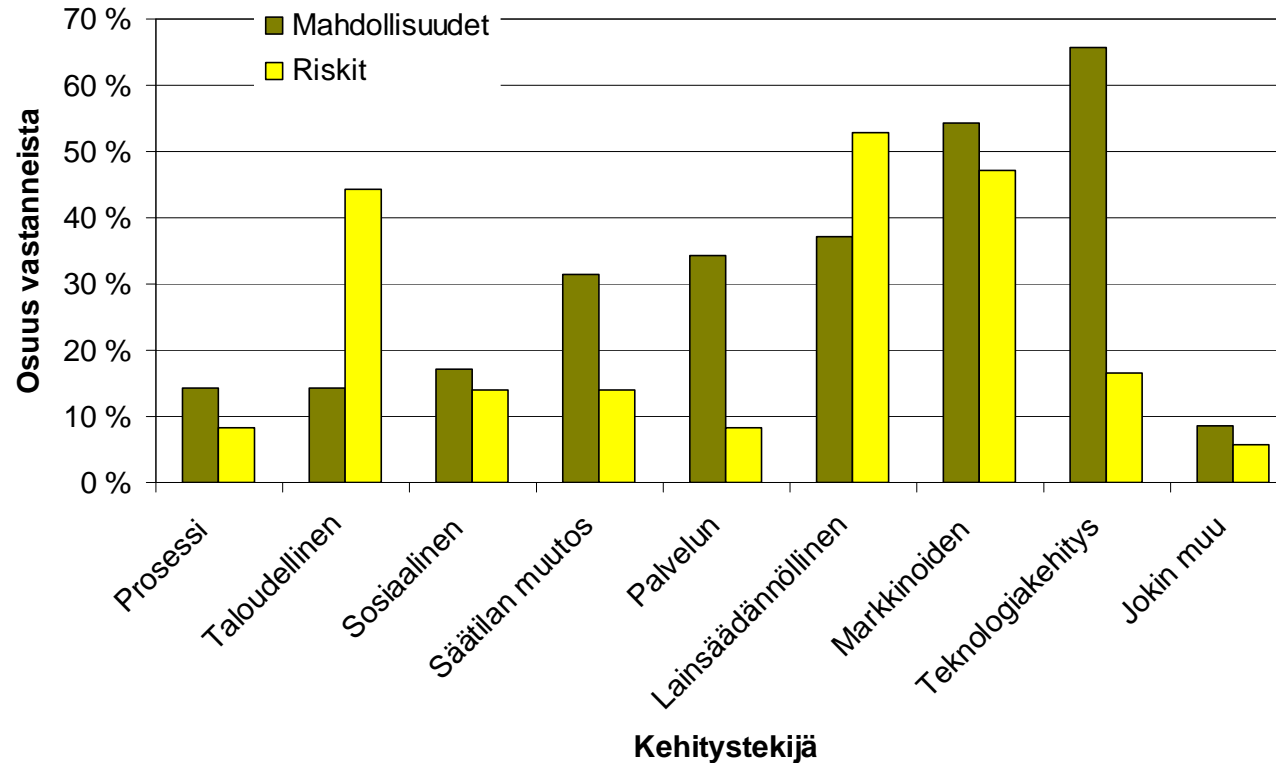
Ilmastonmuutoksen tuomat mahdollisuudet ja riskit

Ilmastonmuutoksen vaikutus liiketoimintaan

Yritykset kokivat ilmastonmuutoksesta enemmän mahdollisuuksia kuin riskejä. Eräs vastaajista kiteytti monissa vastauksissa tuleen ajatuksen seuraavasti: 'Ilmastonmuutoksella tulee olemaan toimialallamme selvä vaikutus, uskomme kuitenkin, että pystymme itse hyödyntämään nämä mahdollisuudet'.

Suurimmat mahdollisuudet ja riskit koettiin lainsäädännön ja markkinoiden kehityksessä. Merkittävät liiketoimintamahdollisuudet koettiin tulevan myös teknologian, palveluiden ja säätilan kehityksen myötä. Suomalaisissa vastauksissa yksittäiseksi riskitekijäksi lainsäädännön rinnalle nousi taloudellisen tilanteen kehitys. Esimerkiksi Australiassa vuonna 2007 tehtyyn kyselyyn vastanneiden yritysjohtajien joukossa yli puolet ei tuntenut ilmastonmuutoksen aiheuttamia riskejä. Poikkeuksena oli maineriski, jonka 41% johtajista tunnisti.

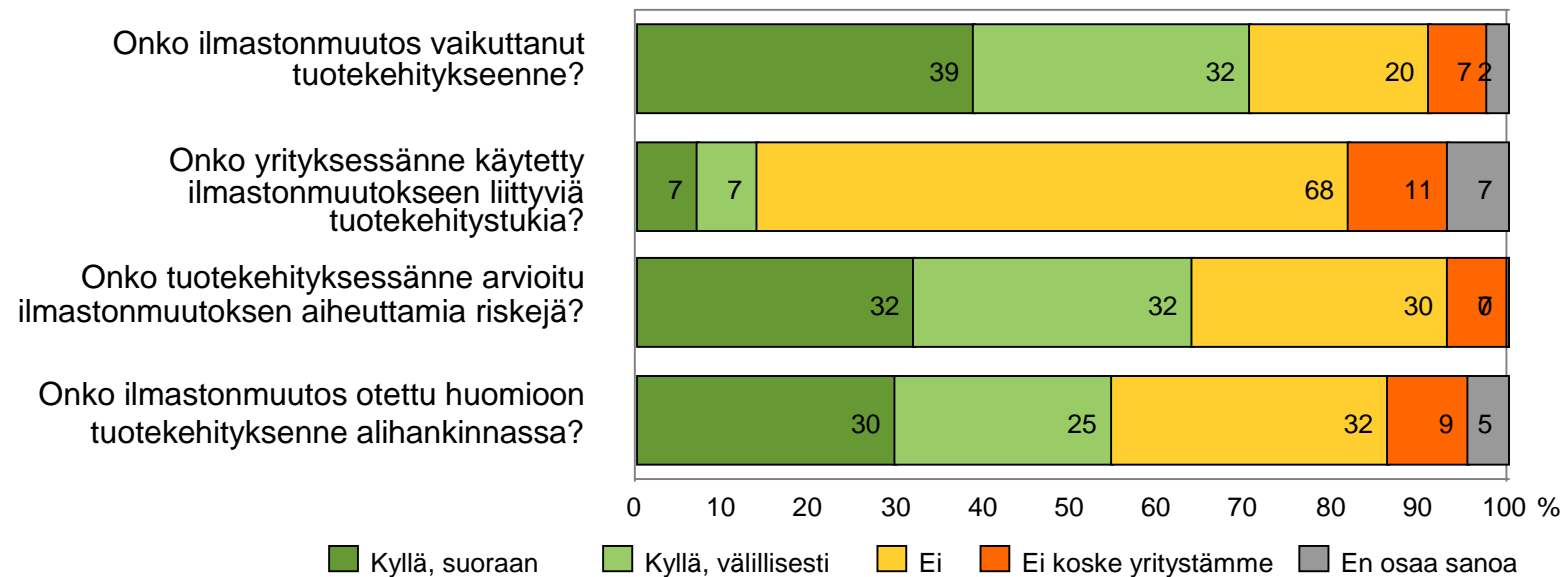
Monet vastaajista (15 kpl) kertoivat yrityksessä tehdyn ilmastonmuutos- ja/tai investointistrategian, jonka johdosta on asetettu selkeät tavoitteet esimerkiksi energiatehokkuudelle ja uusiutuvan energian käytölle sekä useissa tapauksissa myös materiaalitehokkuudelle tai jätteenkäsittelylle. Lisäksi monet vastaajista viittasivat tuotekehitykseen ilmastonmuutoksen johdosta.



Ilmastonmuutokseen liittyvä tuotekehitys

Ilmastonmuutoksen vaikutus liiketoimintaan

Tutkimuksesta kävi ilmi, että yritykset ottavat ilmastonmuutoksen huomioon strategiatyössään. Tämän lisäksi kysyttiin ilmastonmuutoksen vaikutusta tuotekehitykseen. Suuri osa yrityksistä ottaa ilmastonmuutoksen huomioon tuotekehityksessä, mutta myös merkittävä osa ei näin ollut tehnyt. Huomattava osa yrityksistä ei kerro käyttävänsä ilmastonmuutokseen liittyviä tuotekehitystukia, tosin kyselyssä ei tarkemmin selvitetty syytä tähän.



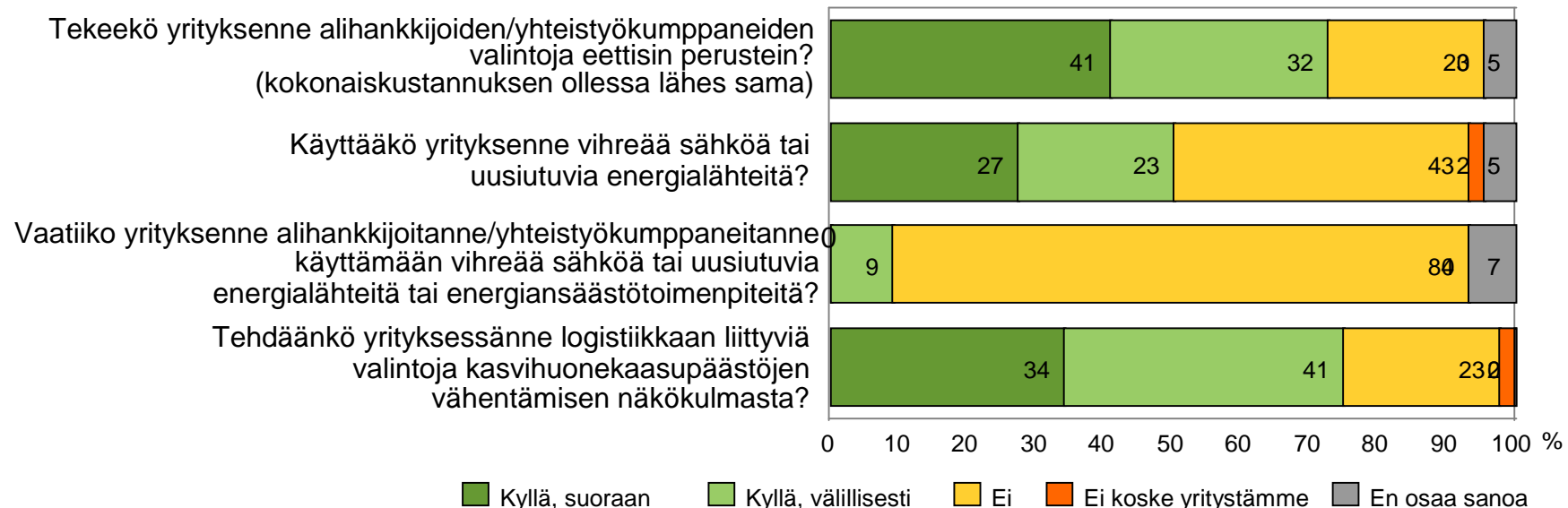
Ilmastonmuutos ja toimitusketjut

Ilmastonmuutoksen huomioon ottaminen alihankinnassa tai toimitusketjuissa

Ilmastonmuutoksen huomioon ottaminen alihankintaketjussa tai yhteistyökumppaneiden kanssa toimiessa jakaa yrityksiä enemmän kuin muut kysymykset. Toistaiseksi yritysten halu vaatia alihankkijoita tai yhteistyökumppaneita suoria toimenpiteitä on vähäinen. Yritykset kuitenkin ohjaavat hankintojaan ilmastonmuutoksen hillinnän suuntaan varsinkin, jos toimenpiteillä saadaan samalla kustannussäästöjä.

Mikäli alihankkijoiden ja yhteistyökumppaneiden valintaa tarkastelee suhteutettuna vastanneiden yritysten liikevaihtoon, on vaikuttavimmissa asemassa välittömissä valinnoissaan palvelut ja välillisissä valinnoissa teollisuus. Eettisin perustein tehtyjen valintojen vastuksien tarkastelu painotettuna yritysten liikevaihdolla paljastaa, että suurin eettiset tarkastelut ohittava yritysryhmä on teollinen tuotanto.

Tämän kysymysosion vapaissa vastauksissa tuli selkeästi ilmi yritysten suuntaus lähihankintaan, milloin se on mahdollista, sekä ympäristömerkittyjen hankintojen suosimiseen tuotteiden materiaaleissa ja pakkauksissa.



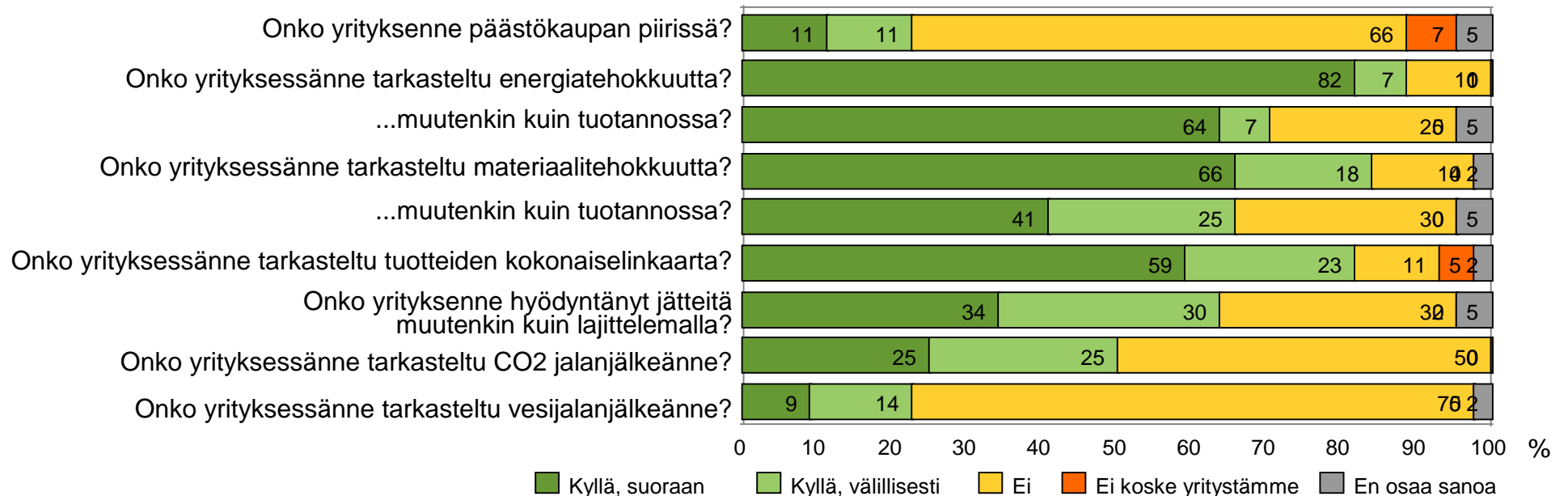
Ilmastonmuutostoimenpiteiden mittaaminen

Ilmastonmuutokseen liittyvien toimenpiteiden mittaaminen

Vain viidennes kyselyyn vastanneista yrityksistä oli päästökaupan piirissä. Muut yritykset olivat mitanneet ilmastonmuutokseen liittyvien toimenpiteiden hyötyä kustannussäästöjä tai aiemmin käsiteltyjä yrityksen liikevaihdon tai arvon nousua arvioimalla. Lisäksi puolet yrityksistä oli mitannut suoraa tai välillistä vaikutustaan ilmastonmuutokseen hiilidioksidijalanjälkeä tarkastelemalla.

Kaikki vastanneet yritykset kokivat energia- ja materiaalitehokkuuden koskevan yrityksiään. Energiatehokkuutta oli tarkastellut suoraan tai välillisesti 90 % vastanneista yrityksistä jopa muutenkin kuin tuotannossa tarkastelleiden osuus oli yli 70 %. Vastaavat luvut materiaalitehokkuudelle ovat 84 % ja 66 %. Vastaajajoukon yrityksistä palveluyritykset ovat muita vähemmän tarkastelleet materiaalitehokkuuttaan.

Lähes kolmannes yrityksistä ei ollut hyödyntänyt jätteitä muutenkin kuin lajittelemalla.



Johtopäätökset

Yrityksen arvo ja tuotteiden menekki

Puolet PwC:n teettämään ilmastonmuutuskyselyyn vastanneista yrityksistä ei ollut havainnut ilmastonmuutoksen vaikuttavan yrityksensä arvoon tai tuotteidensa menekkiin. Varsinkin kaupan alan yritykset arvioivat vaikutusta jopa pienemmäksi kuin vastaajajoukko yleensä. Tämä tulos on yllättävä, sillä kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että

- 80 % kuluttajista on huolestunut ilmastonmuutoksesta
- Kuluttajat ovat valmiit maksamaan 20 % lisähinnan kestävästi tuotetuista tuotteista (PwC 2008, Sustainability are consumers buying it?) ja että
- 25 % yritysjohtajista on havainnut, että heidän asiakkaansa vaativat vihreämpiä vaihtoehtoja tuotteille ja palveluille (PwC 2008, Carbon Countdown).

Se, että ilmastonmuutostoimet eivät heijastu näiden yritysten arvoissa tai liikevaihdon kasvussa, voi johtua siitä, että kuluttajien luottamus vähittäiskaupan tai tuottajien antamaan tuotetietouteen on vain 16% ja 9% (PwC 2008, Sustainability are consumers buying it?).

Tässä kyselyssä tuli ilmi, että suoria toimenpiteitä alihankkijoilta tai yhteistyökumppaneilta vaaditaan harvoin. Saman suuntaisia tuloksia on saatu muistakin kansainvälisistä tutkimuksista. Yrityksistä lähes neljännes pitää alihankinta- tai yhteistyösopimusten muuttamista vihreiden asioiden takia liiketoiminnan kannalta haitallisimpana (PwC 2008, Going Green). Samassa tutkimuksessa yritykset arvioivat tilanteen muuttuvan seuraavan kahden vuoden aikana siten, että lähes puolet tulevat vaatimaan alihankkijoiltaan toimenpiteitä ja niiden verifioimista sertifikaatein tai auditoinnein. Joissakin tutkituissa maissa lähtökohta on heikko, sillä vain 3% tunti toimitusketjunsä CO₂ -päästöt. Samaan aikaan toimitusketjuilla nähdään suuri vaikutus ilmastonmuutoksen hallintaan (esim. McKinsey, 2007), joten yritysten välisen kaupan ja yhteistyön kehityksellä on suuri merkitys.

Toimitusketjujen lisäksi monet suuret yritykset ovat tehneet merkittäviä GHG-päästövähennyksiä ja säästäneet kustannuksissaan energia- ja materiaalitehokkuuttaan lisäämällä ja pakkauksia kehittämällä. Tästä esimerkkinä Nokian esittelemä pakkauskonsepti, joka on säästänyt 99 000 tonnia paperipohjaista pakkausmateriaalia, 474 Milj.€ materiaali- ja kuljetuskustannuksissa ja vähentänyt 12 000 rekkaa maanteiltä.

Ilmastonmuutostoimenpiteet

Ilmastonmuutuskyselyyn vastanneet suomalaisyritykset olivat huomattavan valveutuneita ilmastonmuutoksen suhteen. Vastanneista vain alle viidennes ei ollut arvioinut ilmastonmuutoksen vaikutuksia tai toiminut sen torjumiseksi. Vastaava luku PwC:n globaalissa teknologiayrityksiä koskeneessa tutkimuksessa oli noin puolet ja Australiassa jopa 70 %.

Kuvaa suomalaisyritysten yleisestä aktiivisuudesta ilmastonmuutoksen suhteen voi tosin vääristää se, että edelläkävijäyritykset haluavat myös kertoa toimistaan esimerkiksi vastaamalla kyselyihin helpommin kuin yritykset, jotka eivät koe ilmastonmuutoksen koskevan liiketoimintaansa. Tämä tuli myös ilmi kyselyn yhteydessä tehdyssä jatkokyselyssä.

PwC:n A world of difference – tomorrow's power utilities industry (2008) kyselyyn vastanneet toivoivat päästökaupan ohjaavan toimintaa vähemmän hiili-intensiiviseen suuntaan. Jopa 59 % energian tuotantoalan vastaajista vaati hallitusten ottavan vahvemman roolin CO₂ -päästöjen vähentämisen ohjaukseen. Julkiset toimijat ovatkin ottaneet aktiivisen roolin ilmastonmuutoksen torjunnassa. Esimerkiksi ruotsalaisen Naturskyddsforeningens-järjestön kyselyn mukaan kunnat tavoittelevat keskimäärin 30 % päästövähennyksiä vuoteen 2015 mennessä verrattuna vuoden 1990 tasoon. Teknologiayritykset olivat myös havainneet julkisissa hankinnoissa kiinnitettävän enemmän huomiota mm ilmastonmuutosasioihin (PwC 2008, Going Green).

Johtopäätökset

Ilmastonmuutoksen tuomat riskit ja mahdollisuudet

Tässä kyselyssä ilmastonmuutos koettiin hieman enemmän liiketoiminnan mahdollisuudeksi kuin riskiksi. Vastaavat luvut viime vuoden Carbon Disclosure Project (CDP)- tuloksissa osoittivat samaa eli 82 % yrityksistä koki ilmastonmuutoksen mahdollisuudeksi ja 79 % uhaksi. Oli mielenkiintoista havaita, että vastanneiden yritysten joukossa olivat vain vähän edustettuina ne alat, joiden on arvioitu olevan huonosti valmistautuneita ilmastonmuutoksen vaikutuksiin ja kuitenkin sen riskiä liiketoiminnalle pidetään merkittävänä. Tällaisia aloja ovat mm. kuljetus, terveydenhoito, turismi ja rahoitusala (esim. KPMG 2008).

Lentoliikenne tulee Euroopan päästökaupan piiriin vuonna 2012. Silti lentoyhtiöistä vain yksi neljästä on tarkastellut sen vaikutusta liiketoimintaansa (PwC 2007, Ready for take-off). Näistäkin vain kolmanneksella oli valmiudet tuottaa päästökaupan varmennukseen tarvittava tieto järjestelmistään. PwC:n mukaan jopa 80 % yrityksistä ei koskaan raportoi sijoittajille ilmastonmuutoksen tuomia riskejä ja mahdollisuuksia liiketoiminnalle. Sijoittajat ovat kuitenkin kasvavassa määrin lähteneet mukaan mm. CDP-hankkeeseen, jossa maailman johtavien yritysten hiilidioksidiraportointia ja valmiutta raportointiin arvioidaan vuosittain (www.cdproject.net).

Toimenpiteiden mittaaminen

Kyselyyn vastanneista yrityksistä 82 % oli tehnyt energiatehokkuuttaan ja 66 % materiaalitehokkuuttaan parantavia toimenpiteitä. Luvut ovat yllättävän korkeita, sillä esimerkiksi teknologiateollisuuden yrityksissä tehdyssä kyselyssä vain puolet yrityksistä olivat toimineet tehokkuudensa parantamiseksi (PwC 2008, Going Green).

Hiilijalanjäljen olivat tähän kyselyyn vastanneista yrityksistä määrittäneet joka neljäs ja puolet eivät olleet hiilijalanjälkeä tarkastelleet. Luku on huomattavasti korkeampi kuin Australiassa, jossa vain 36% yrityksistä ei tuntenut kasvihuonekaasupäästöjään (PwC 2008, Carbon Countdown).

Hiilijalanjälki on osoittautunut vaikuttavaksi mittariksi. Esimerkiksi Saksassa ja UK:ssa on ollut laajoja kampanjoita lentomatkustuksen hiilijalanjäljen tiedottamiseksi. Osin tästä syystä molemmissa maissa kotimaisen matkailun osuus on huomattavassa kasvussa.

10 askelta ilmastonmuutoksen hallintaan

1. Päätä toimia ilmastonmuutoshaasteen voittamiseksi
2. Selvitä omistajien, asiakkaiden ja yhteistyötahojen odotukset yritykseltäsi
3. Luo ilmastonmuutosstrategia
4. Mittaa nykytilasi
5. Aseta tavoitteet kasvihuonekaasupäästöjen vähentämiseksi sekä energian ja materiaalin säästämiseksi
6. Vie toimintasuunnitelma kaikkiin toimintoihin
7. Kerää luotettavaa tietoa
8. Seuraa tavoitteiden saavuttamista
9. Viesti ja raportoi ilmastonmuutosstrategiasi sekä tavoitteiden toteutuminen
10. Kehitä toimintaasi koetun perusteella



© 2008 PricewaterhouseCoopers. All rights reserved. "PricewaterhouseCoopers" refers to the network of member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each of which is a separate and independent legal entity. *connectedthinking is a trademark of PricewaterhouseCoopers LLP (US).