

1 Klimatneutrala företag

1.1 Tetra Pak

Tetra Pak med över 21 000 anställda och sina produkter tillgängliga i över 170 länder har ett fantastiskt stort ansvar att göra sitt bästa för att inte påverka miljön negativt. Eftersom deras produkter är så utspridda och ofta slutar som sopor, eller ännu värre i naturen, måste de se till att de tar hand om hela produktlivscykeln från råvara till avfall.

Richard Hamns, Tetra Paks "Environment Manager" sade till The Guardian 2007 att "his organisation had been carbon neutral since 2003, but despite winning awards for environmental performance, had held back from making claims." (Teena Lyons, 2007)

Vad innebär det alltså då för Tetra Pak att vara "carbon neutral"? Vilka ramverk följer de för att beräkna sin klimatpåverkan och vad har de gjort för att uppnå detta?

1.1.1 Tetra Paks klimatpåverkan

Det är svårt att mäta klimatpåverkan eftersom det handlar om så många faktorer. Tyvärr finns väldig lite extern revision av Tetra Paks klimatpåverkan och informationen som finns att hämta är publicerad av företaget självt. För att kunna behandla ämnet måste vi därför tala om klimatpåverkan i samma termer som Tetra Pak själva.

Tetra Pak använder sig av rådgivning från World Wildlife Fund (WWF) för att göra bedömningar och beslut om sin egen klimatpåverkan. De följer också standardiserade rapporteringsformat för att producera deras klimatgranskningsrapporter, så som ISO 14040 för deras Life Cycle Assessment och Global Reporting Initiative (GRI) för att skapa deras årliga Sustainability Report. Genom att luta sig på certifierade och transparenta rapporteringssystem är informationen som kommer från företaget både pålitlig, mätbar och vetenskaplig. Tyvärr ger de inga indikationer till att följa några av de tidigare diskuterade ramverken som behandlar klimatneutralitet som ISO 14064.

Tetra Pak fokuserar sig på två mätpunkter i klimatpåverkan genom alla deras publikationer, CO₂ utsläpp och klimatpåverkan genom skogning och produktion av råmaterial.

År 2009 släppte Tetra Pak (globalt) ut 348 000 ton CO₂ (Tetra Pak, 2009) och CO₂-ekvivalenter, ungefär 13 000 ton av detta kom ifrån Sverige (Tetra Pak, 2009). 82% av dessa utsläpp kommer ifrån inköpt elektricitet. Exakt hur deras CO₂ beräkningar går till redovisas inte i detalj, men extern revision sker. I September 2009 verifierade ECOFYS Germany GmbH Tetra Paks CO₂-utsläppsberäkningar (Tetra Pak, 2009). I sin redovisning försöker Tetra Pak följa punkt 1, 2 och 3 i GHG protokollets riktlinjer (Tetra Pak, 2009). Sin redovisning av företagets utsläpp av transport och tjänsteresor kommer direkt ifrån bolagen de använder för transport och resor (Tetra Pak, 2009). Det finns fördelar och nackdelar med att begära denna informationen från transportföretagen och resebyråer. Till exempel kan det resultera i bristfällig eller opålitlig information. Genom sin tyngd som stort företag kan Tetra Pak dock få resebyråer och transportföretag att beräkna sina utsläpp bättre om de vill ha kontrakt med Tetra Pak.

Att de följer GHG protokollets riktlinjer är bra i den mån att vi kan få tag på information om deras utsläpp och var de härstammar ifrån, tyvärr lägger inte Tetra Pak någon ytterligare

bedömning på dessa värden. De värderar inte resultaten som varken bra eller dåliga, en värdering som borde göras utifrån standardiserade ramverk. Vi får inte heller någon insikt om fördelningen inom elförbrukningen på "grön el" eller kol och olja.

Tetra Pak har skogen som sin råvarukälla och det är här de kan ha en väldigt stor klimatpåverkan tillsammans med sina utsläpp. Tetra Pak handlar till 97% med FSC certifierad spårbarhet (Tetra Pak, 2009). FSC är ett certifikat-system som ser till att råvaror är spårbara och att alla oacceptabla råvarukällor så som olagligt skogad trä undviks. Något som däremot inte ligger på lika hög nivå är skogshanteringen i Tetra Paks råvarukällor. FSC certifierar både "Traceability" och "Forest Management". Bara 33% av Tetra Paks trädleverantörer är FSC certifierade i skogshantering (Tetra Pak, 2009). Detta är någonting som borde sättas upp som mål för förbättring.

Enligt Richard Hanns påstående i The Guardian skall Tetra Pak vara koldioxidneutrala. Eftersom Tetra Pak sysslar med produktion måste de ha koldioxidutsläpp, så för att de skall kunna vara koldioxidneutrala måste de klimatkompensera på något sätt. Det går inte att hitta någon information om att företaget globalt sysslar med någonting sådant. För alla referenser till Tetra Paks koldioxidneutralitet kommer man bara till information om Storbritannien och Irland, dessa delar av Tetra Pak påstår sig vara helt och hållet klimatneutrala och redovisar dessutom vad de gör för typ av klimatkompensationer för att uppnå detta (Tetra Pak, 2009).

1.1.2 Tetra Paks klimatmål

För att kunna mäta framgång av klimatinsatser behöver man naturligtvis sätta upp mätbara mål. Helst skall dessa målen vara utformade för att anpassa sig efter något av de tidigare ramverken så att man kan jämföra olika företags framgångar och hitta områden inom organisationen som inte rör sig lika fort fram som de borde.

Tyvärr har Tetra Pak bara satt upp ett enda mätbart klimatmål (Tetra Pak, 2009), även om det är ett viktigt mål (Lotta Larson, 2010). Tetra Pak satte år 2005 upp sitt klimatmål att minska sina CO₂ utsläpp med 10% i absoluta siffror, det vill säga oavsett företagets tillväxt. Detta innebär att trots företaget växer i en stadig takt skall det bara minska sina utsläpp.

År 2005 var då de började beräkna sina globala koldioxidutsläpp, men de är återhållsamma med att berätta hur denna beräkning går till. Från 2005 till 2008 hade de redan minskat sina CO₂ utsläpp med 12% trots en produktionsökning på 32% (Tetra Pak, 2009). Att de uppnått sina mål redan efter lite mer än 2 år in på en 5-årsplan visar ju på att de inte varit tillräckligt aggressiva i uppsättningen av sina mål. De har dessutom inte reviderat målet i efterhand, de utgår fortfarande från detta redan uppnådda mål som sin enda mätpunkt i klimatframgångarna.

Det finns mycket Tetra Pak hade kunnat sätta upp som mätbara och redovisningsbara mål, ovan diskuterade jag deras möjlighet att köpa in råvaror från skogar som är FSC certifierade i skogshantering, men det finns många andra mål också. Verksamheten i Storbriannien och Irland verkar vara väldigt låg (en konverteringsfabrik) (Tetra Pak, 2009) så det är ganska enkelt att klimatkompensera för den delen av verksamheten. Men Tetra Pak Storbriannien & Irland går definitivt åt rätt håll och borde hållas som förebild för resten av organisationen. Man kan hoppas att de sätter upp klimatkompensation som mål efter 2010.

1.1.3 Tetra Paks åtgärder

Eftersom Tetra Pak är en global organisation är det mycket svårt att kvantifiera och värdera företagets åtgärder för att minska sin klimatpåverkan. Deras Environmental Social Report tar upp många åtgärder såväl filantropiska och av en "good-will"-natur som rena ekonomiska energibesparingar och effektiviseringar. Rapportens omfång är dock inte tillräckligt stort för att gå in på exakt på vilket sätt dessa gärningar underlättar företagets belastning på miljön, och vi faller tillbaka på att analysera enbart fabriken i Lund för att se hur de har gått till väga där.

I Tetra Paks svenska hållbarhetsredovisningen utgiven 2010 redovisar företaget åtgärder som tagits i Sverige, och speciellt Lund, under 2008/2009. I Lund har de till exempel implementerat värmeåtervinningssystem för att värma fabriken, de har ersätt alla glödlampor i enlighet med nya lagar och installerat ny teknik så som kapacitansbatterier för att fånga in annars bortslösad energi. Detta har enligt rapporten gett besparingar i CO₂ utsläpp med 3,5% jämfört med 2007.

En av de viktigaste åtgärderna säger de har varit att stänga ner en beläggningsmaskin för att göra en annan dygnet runt, inklusive helger. Fördelen här är att maskinen kräver väldigt mycket energi för att värmas upp vid uppstart. De misslyckas dock med att redovisa vad för typ av besparing de gör här.

Tetra Pak transporterar råvaror, paket, maskiner och färdiga produkter i väldigt stor utsträckningen. Fabriker som tillverkar pappersmassa och papper är inte nödvändigtvis på samma plats som tryckpressen och tryckpressen är inte nödvändigtvis på samma plats som fyllmaskinen. Därför är transport en stor del av Tetra Paks verksamhet. Tetra Pak ingår därför i något som heter "Clean Shipping Project" tillsammans med 20 andra stora svenska exportörer som tillsammans ställer krav på sina transporttjänster. År 2008 infördes något som kallas "slow steaming" i "Clean Shipping Project" där alla sjöfartstransporter skall sänka sina hastigheter med 3 till 5 knop, som enligt rapporten skall reducera bränslekonsumtionen med 30% för samma sträcka och därmed sänka utsläppen.

Tetra Pak i Lund gör väldigt mycket förutom "Clean Shipping Project" när det gäller transport. För transport av reservdelar från fabriken i Lund använder de en transporttjänst som är certifierad av *SGS Group* i Schweiz för att vara koldioxidneutral, transportföretaget klimatkompenserar alltså för varje transport de gör. För all transport mellan svenska fabriken i Sunne till Italien har de tillämpat nya transportmetoder som byter frakttyp snarare än håller sig till samma typ hela vägen. Enligt hållbarhetsredovisningen skall denna nya typ av transport ha sänkt koldioxidutsläppen med hela 60% för transportsträckan, något som de planerar att fortsätta att göra och expandera om möjligt.

När vi analyserar åtgärderna för Tetra Pak Lund så ser vi att de är både mångfaldiga och har förhållandevis stor effekt, de bör ses som förebild för resten av organisationen när det gäller transportmetoder, detta verkar de tycka själva också då de planerar att utöka "Clean Shipping Project" internationellt. Men vi ser en stark avsaknad av den typen av filantropiska gärningar som lös så starkt i deras globala *Environmental Social Report*. Internationellt skryter de med saker som 280 000 planterade träd i Polen, trädplantering i Mexiko, Spanien och Kina i samordning med skolor och andra organisationer, men alla dessa typer av handlingar lyser med sin frånvaro i Tetra Paks ursprungshem, Lund.

1.1.4 Tetra Paks framtid

När vi studerar Tetra Paks klimatpåverkan, deras mål och deras åtgärder ser vi att miljö är något de arbetar aktivt med. De rapporterar enligt standardiserade format och de sätter upp interna mål för att följa upp även om de har en stark brist på mål redovisade för utomstående. De är certifierade enligt ISO 14001 och har utan tvekan ett starkt miljöledningssystem. Tyvärr faller företaget kort när det kommer till klimatneutralitet och upptagandet av nya standarder som ISO 14064.

I uttalandet av Richard Hanns i *The Guardian* kan vi läsa följande, "Declaring we are 100% carbon neutral was always the last stage of our plan in the absence of industry standards. It is too early in the consumer's understanding of the term to start putting logos on packs. If we do that it has to mean something to our customers." (Teena Lyons, 2007). Tydligt anser inte Tetra Pak att det är värt att göra klimatkompenserande satsningar förrän allmänhetens kunskap om sådana handlingar har höjts till en sådan nivå att det är värt att sätta en logo på förpackningen ur good-will synpunkt.

Ett företag måste göra saker ur ett ekonomiskt perspektiv, alla miljörelaterade åtgärder vi kan se i Lund är sådana som är av direkt ekonomisk vinst, lägre elkostnader och lägre bränsleförbrukning ger inte bara mindre utsläpp, det ger stora ekonomiska besparingar. Enligt Richard Hanns finns det också en brist på industristandarder när det gäller klimatneutralitet, vi har sett i denna rapporten att det finns sådana standarder och om Tetra Pak som ett av världens största företag skulle börja arbeta för att uppnå och förbättra dem skulle vi kunna komma långa vägar mot ett klimatneutralt samhälle som inte är på bekostnad av avstannad utveckling.

Medan Tetra Pak argumenterar att miljörelaterade åtgärder ur ett good-will perspektiv inte ännu är ekonomiskt värdefullt för att konsumenternas kunskaper är för låga skulle vi vilja argumentera för att det alltid finns värde i att vara industriledare. Det finns inte många konsumenter som kan se skillnad på en Tetra Pak förpackning och en Elopak förpackning, men att sätta en logo på förpackningen skulle göra en mycket distinkt skillnad och skulle kunna bli lika ledande i folks konsumtionsvanor som Svanen märket var på 90-talet och fair-trade logon är nu.

Litteraturförteckning

- Teena Lyons, 2007. *Do carbon neutral declarations by big brands mean anything?* The Guardian. Tillgänglig på Internet:
<http://www.guardian.co.uk/business/2007/may/21/carbonemissions.pollution> (Hämtad 10.05.04)
- Tetra Pak, 2009. *Greenhouse gas emissions - Corporate data*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:
<http://markets.tetrapak.com/environmentalperformance/content/overview.asp?navid=189>
(Hämtad 10.05.04)
- Tetra Pak, 2009. *Nyckeltal*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:
<http://www.tetrapakprotects.se/sv/Sustainability-Report/Facts-Figures/> (Hämtad 10.05.04)
- Tetra Pak, 2009. *Environmental and Social Report*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:
http://www.tetrapak.com/Document%20Bank/environment/2009TP_Environmental_Social_Report.pdf,
(Hämtad 10.05.04)

Lotta Larson, 2010. *Skogsindustriernas Klimatpris till global visionär*. Skogsindustrierna. Tillgänglig på Internet:

http://www.skogsindustrierna.se/web/Skogsindustriernas_Klimatpris_till_global_visionar.aspx
(Hämtad 10.05.04)

Tetra Pak, 2009. *Forestry - Performance*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:

<http://markets.tetrapak.com/environmentalperformance/content/overview.asp?navid=207>
(Hämtad 10.05.04)

Tetra Pak, 2009. *We Are Carbon Neutral*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:

http://www.tetrapakrecycling.co.uk/carbon_neutral.asp (Hämtad 10.05.04)

Tetra Pak, 2009. *Policy and goals*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:

http://www.tetrapak.com/environment/policy_and_goals/pages/default.aspx (Hämtad 10.05.04)

Tetra Pak, 2009. *FAQs*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:

http://www.tetrapakrecycling.co.uk/tp_faqs.asp (Hämtad 10.05.04)

Tetra Pak, 2010. *Hållbarhetsredovisning 2010*. Tetra Pak. Tillgänglig på Internet:

<http://www.tetrapakprotects.se/> (Hämtad 10.05.04)