

Hållbar hela vägen

– handelns roll i klimatomställningen



Mats Bergman (ordförande), Håkan Frisén,
Cecilia Hermansson och Sara Rosengren

Innehåll

Förord	3
Sammanfattning	4
1. Inledning	8
2. Makrochocker utmanar hållbarhetsprocess	9
3. Inflations- och ränteuppgång pressar handeln	20
4. Detaljhandelns försäljning	30
5. Klimatomställning och klimatanpassning	39
6. Handelns roll för klimatet	48
7. Lagstiftning för hållbarhet	61
8. Handelns klimatomställning – finansiärers, ägares och anställdas påverkan	72
9. Avslutande reflektioner	83
Referenser	85

Förord

Arbetet med Handels ekonomiska råds sjätte rapport påbörjades när Sverige och världen var på väg ut ur covid-19-pandemins grepp. Vi valde ämnet hållbarhet eftersom det blir allt mer brådskande att hitta verkningsfulla åtgärder som kan bromsa och motverka växthuseffekten men också därför att en rad lagstiftningsinitiativ inom området är på väg, både från svenska lagstiftare och från EU, vilka kommer att påverka handeln.

Arbetet hade bara börjat när världen genom Rysslands anfallskrig mot Ukraina kastades in i en ny kris. Vi berör vissa konsekvenser av kriget, framför allt i de två inledande avsnitten.

Rapporten färdigställdes första veckan i maj. Händelser som inträffat därefter och information som kommit senare har därför inte kunnat beaktas. För statistiska uppgifter varierar eftersläpningen.

Vi har i ett tidigt skede av rapportskrivandet inhämtat synpunkter från chefsekonomerna i de organisationer som utgör Handelsrådets huvudmän. Vi vill tacka både de personer som ställt upp för intervjuer, förtecknade i slutet av rapporten, och chefsekonomerna för deras synpunkter, men också framhålla att de slutsatser som dras i rapporten är rådets egna.

Vi vill även framföra ett stort tack till Mats Johansson och Ylva Åkesson på Handelsrådets kansli, som har gett oss ett värdefullt administrativt stöd.

Mats Bergman (ordförande), Håkan Frisé, Cecilia Hermansson och Sara Rosengren

Sammanfattning

Nedan sammanfattas de slutsatser och rekommendationer som rapporten mynnar ut i.

Internationell och svensk ekonomisk utveckling

- **Sedan finanskrisen 2008 har världshandeln vuxit långsammare än global BNP.** Detta beror bland annat på en viss löneutjämning mellan världsdelar, ändrade prioriteringar hos konsumenter och större fokus på leveranssäkerhet. Vissa tecken på ökad protektionism finns och tendenserna till fragmentering av världsekonomin riskerar nu att förstärkas i Ukrainakrigets spår.
- **Pandemin, liksom stödåtgärderna under denna, har gynnat varukonsumtion på bekostnad av tjänstekonsumtion.** Detta har varit en av orsakerna till flaskhalsproblemen i de globala transportsystemen. Det har också bidragit till högre efterfrågan på energi. De höga energipriserna skapar nu stora dilemman för den ekonomiska politiken och olika former av generella energisubventioner riskerar att fördröja nödvändiga hållbarhetsomställningar.
- **Pandemin och kriget i Ukraina har orsakat den snabbaste inflationsuppgången på decennier.** Trots att inflationen urholkar hushållens köpkraft tvingas nu centralbankerna höja räntan för att undvika att också de långsiktiga inflationsförväntningarna drar iväg. Riskerna för en global recession har därmed ökat den senaste tiden.
- **Stigande svensk inflation tvingade Riksbanken till en kraftig kursomläggning i april** efter att så sent som i februari signalerat om oförändrade räntor ända fram till 2024. Detta följer ett historiskt mönster där sena och tvära kast i penningpolitiken ofta bidragit till att förstärka konjunktursvängningar.
- **Starka svenska offentliga finanser skapar ett stort manöverutrymme.** Trots stora stödprogram under pandemin är den offentliga skulden på väg ner till rekordlåga nivåer under 30 procent av BNP, vilket också understiger nivån på det ”skuldankare” på 35 procent av BNP som är en del av det finanspolitiska ramverket. I en sådan miljö finns anledning att ytterligare stimulera investeringar som kan påskynda klimatomställningen.

Parti- och detaljhandelns utmaningar och utveckling

- **Handeln fortsätter att känna av snabba kostnadsökningar för transporter, energi och insatsvaror.** Detta medför stora behov av prishöjningar också i konsumentledet. Kombinationen av inflation som urholkar köpkraften och stigande räntekostnader pressar nu hushållen från olika håll, vilket också reflekteras i snabbt ökande pessimism i barometersvar. Därmed finns en stor risk för att Konjunkturinstitutets och Riksbankens prognoser på senare tid är för optimistiska. Högre inflation och räntor, samt en svagare konjunktur, utmanar särskilt handelsföretagen då hushållens konsumtion kan komma att dämpas i spåren av de högre kostnaderna.
- **Sammantaget har pandemin lett till ökad försäljning i sällanköpshandeln, men inte i dagligvaruhandeln.** Effekten har dock varierat mellan branscher, där inte minst kläd- och skohandeln drabbats hårt.
- **Konsumenternas e-handelsmönster verkar vara på väg tillbaka till den underliggande trenden i de flesta handelsbranscher.** Något förvånande, men i linje med en del internationell forskning, skulle detta innebära att ”inlärningseffekten” av pandemin på konsumenternas köpbeteende faktiskt inte varit särskilt stark, möjligen med undantag för vissa handelsbranscher.
- **När försäljningssiffror för handeln och dess delbranscher analyseras är det viktigt att hålla isär volym- och priseffekter och att ta hänsyn till säsongeffekter.** För att bedöma effekter för handlare, för konsumenter respektive för miljön kan det vara relevant att använda delvis olika dataserier, vilket vi illustrerar med ett exempel från elektronikhandeln.

Konsumtionen får en allt viktigare roll i klimatomställningen

- **Fokus på konsumtionsbaserade utsläpp har ökat från bland andra EU, regeringar och konsumenter.** Fokus har även ökat på företagens utsläpp i ett livscykelperspektiv, det vill säga från materialutvinning, produktion, användning och avfallshantering. Handelsföretag behöver följa hela värdekedjan och så långt det är möjligt kunna redogöra för sina produkters klimatpåverkan. Det finns alltså svårigheter med att definiera och mäta utsläpp, och handeln behöver vara med i processen att arbeta med dessa hinder.
- **Handelsföretag kommer att behöva förhålla sig till ett ökat fokus på konsumtionsbaserade utsläpp** genom att avsätta större resurser för att bedöma sortimentets klimatpåverkan. Små och medelstora företag kommer att behöva lägga en större andel av sin omsättning jämfört större företag, och utmanas därmed konkurrensmässigt.

Nya regelverk skyndar på klimatomställningen – handeln påverkas

- **Flera lagstiftningsinitiativ som är på gång inom EU tar sikte på en hållbarare konsumtion**, med mindre klimatbelastning längs hela produktens livscykel, främst vid tillverkning och användning. Reglerna (exempelvis Due Diligence-direktivet) kommer att innebära ökade krav på handeln att i sin tur fungera som kravställare gentemot leverantörer. Handeln förväntas vidare hjälpa konsumenterna att göra hållbara val.
- **Beroende på hur reglerna utformas riskerar de i vissa fall medföra betydligt högre dokumentationskrav.** Detta skulle kunna drabba handeln med ökade kostnader som följd, men också leda till att små leverantörer och små handelsföretag drabbas oproportionerligt av dessa. Det är viktigt att handelns branschorganisationer bevakar dessa frågor, vilket i sin tur ställer höga kompetenskrav.
- **EU fortsätter arbetet med att etablera eller skärpa produktstandarder**, vilket förutom att gynna miljö och klimat även motverkar att oseriösa aktörer får konkurrensfördelar gentemot seriösa och ansvarstagande tillverkare och handelsföretag. Det är angeläget med likvärdiga förutsättningar mellan exempelvis handelsföretag baserade i Sverige och i andra länder.
- **Ökade hållbarhetskrav kan leda till högre priser.** Högre inköpskostnader bör i sig inte vara ett stort problem för handeln, så länge konkurrensförutsättningarna är balanserade. Rådets bedömning är att generell och strikt lagstiftning i många fall är rätt väg att gå mot en hållbarare konsumtion.

Handelns påverkas av och påverkar leverantörer och kunder

- **Mot bakgrund av större fokus på konsumtionsbaserade klimatmål blir det viktigare för handelns aktörer att arbeta med klimatfrågan.** Då handelns eget klimatavtryck är begränsat kommer den största påverkan ligga i hur företagen jobbar med kravställande mot leverantörer och utvecklingen av erbjudandet mot kund.
- **Handeln kan bidra till mer hållbar produktion genom att ge incitament till sina leverantörer att förbättra sitt klimatarbete.** Den kan också verka för kunskapspridning och informationsdelning och investeringar bakåt i värdekedjan inom området.
- **Handeln kan bidra till en mer hållbar konsumtion** genom att hjälpa kunder att agera på sina hållbarhetsambitioner och genom att erbjuda ett hållbart sortiment. För detaljhandeln finns tecken på att konsumenterna efterfrågar ett mer hållbart erbjudande, men också att handeln måste göra det enklare för kunden att agera på sin ambition att handla mer hållbart. Partihandeln kan sannolikt kapitalisera på möjligheter att erbjuda sina

kunder insikter och lösningar för hållbarhetsarbete avseende de produkter som förmedlas. På sikt krävs också mer cirkulära affärsmodeller inom handeln.

- **Hållbarhetsarbetet kan öka lönsamheten i verksamheten på sikt**, både genom att öka resurseffektiviteten och genom att skapa möjligheter för nya affärer. För att arbeta systematiskt med hållbarhet kommer handeln behöva utveckla kompetens inom livscykelanalys och hållbarhetsberäkningar. Det kommer att vara resurskrävande. Särskilt för små och medelstora företag kommer det vara viktigt med olika branschgemensamma initiativ som säkerställer tillgång till data för dessa beräkningar, då de är dyra att ta fram på egen hand.

Handeln påverkas av klimatomställningen i finanssektorn

- **En acceleration av klimatomställningen kommer att kräva mer finansiering även i handeln.** Handelsföretag som söker riskkapital och relationer med investerare behöver öka sin transparens gällande klimatpåverkan i bland annat hållbarhetsrapporter, men de behöver också visa handling, och tillsammans med investerare sätta, följa upp och uppfylla klimatmål.
- **Kreditgivare har höga krav från regelverk att redovisa och klara uppsatta klimatmål, men även egna ambitioner.** Hittills har handelsföretag prioriterats ned jämfört med industriföretag där det är lättare att mäta utsläpp, sätta och följa upp mål, men fokus ökar nu på att inkludera hela kedjan där även varuförmedlaren får en större roll. För handelsföretag som söker lånefinansiering måste klimatpåverkan och omställningsarbete arbetas med och kunna redovisas.

Handelsföretagen kan ge medarbetarna en större roll i klimatomställningen

- **Undersökningar visar att medarbetare anser att handelns klimatpåverkan behöver minska.** Medarbetarna skulle kunna få en mer framträdande roll i handelsföretagens omställningsarbete genom kompetensutveckling och ökad idésamverkan. Fördelen är att de bättre kan nå ut till kunderna med företagets klimatarbete, kan bidra till att öka företagets innovationskraft och att en utökad roll för medarbetarna gör det lättare för handelsföretagen att kunna attrahera och behålla personal.
- **Hållbarhet skär igenom flera av Handelsrådets verksamhetsområden**, men för ökad kraft i hållbarhetsarbetet bör rådet få hållbarhet som en uttalad uppgift.
- **Handeln bör gemensamt utveckla modeller och faktaunderlag för livscykelanalyser**, på sikt kanske genom en gemensam databas.
- **Forskning om och utbildning för detalj- och partihandel behöver stärkas.** Inte minst gäller detta klimatanpassning och hållbarhet.

1. Inledning

För handeln blir hållbarhet allt viktigare och allt mer en strategisk affärsfråga. Kraven från lagstiftarna skärps, men hållbarhet blir också ett allt viktigare konkurrensmedel i kampen om kunderna. Mot den bakgrunden är den här rapportens huvudtema hållbarhet i handeln ur ett klimat- och miljöhänseende och då särskilt handelns klimateffekter, inklusive effekter som uppstår längs hela kedjan från råvaruframställning och tillverkning till konsumtion och slutligen avfallshantering.

Vi behandlar hållbarhet i handeln i rapportens andra del, från avsnitt 5 och framåt. I första delen redogör vi för det makroekonomiska läget i världen och Sverige med särskilt fokus på förhållanden som påverkar detalj- och partihandeln. Vi ger också en översiktlig bild av hur handeln utvecklats den senaste tiden och vi fortsätter att bevaka e-handelns tillväxt. Vi berör även pandemin och kriget i Ukraina, dels eftersom båda dessa kriser påverkat makroekonomin i stort och därigenom handeln, dels eftersom inte minst pandemin haft betydande direkta konsekvenser på branschen, dess medarbetare och kunder.

► HÅLLBARHET I HANDELN UR ETT KLIMAT- OCH MILJÖHÄNSEENDE

I rapportens andra del, den tematiska, fördjupar vi oss i hur det hållbarhetsarbete som pågår i Sverige, i Europa och globalt med särskilt fokus på klimatfrågan och på nya regler och nya lagar kan påverka handeln. Som en bakgrund presenteras kort det övergripande globala arbetet för att bromsa växthuseffekten, FN:s hållbarhetsmål samt EU:s och Sveriges klimatstrategier och vi redogör för en del av de lagstiftningsinitiativ som är på väg. Därefter behandlar vi handelns eget hållbarhetsarbete, där inte minst deras arbete gentemot leverantörer och kunder är avgörande.

Slutligen behandlar vi handelns hållbarhetsarbete i relation till andra viktiga aktörer – medarbetare, ägare och finansiärer – som ställer nya krav men som också är viktiga medaktörer och resurser.

2. Makrochocker utmanar hållbarhetsprocess

De senaste åren har den globala makroekonomin i hög grad präglats av covid-pandemin. Efter omikronvågens dramatiska förlopp kunde ekonomierna i Europa och Nordamerika öppnas upp i början av 2022. Men den begynnande trenden mot normalisering bröts snabbt av den ryska invasionen av Ukraina.

Förutom de omvälvande säkerhetspolitiska konsekvenser som kriget för med sig sätter det också stora makroekonomiska avtryck. Dessa förstärker i flera avseenden trender som pandemin initierat till exempel när det gäller leveransstörningar och inflationsimpulser från ekonomins utbudssida. Därtill finns nya signaler om att pandemin fortsätter att hämma världsekonomin. Det gäller framför allt Kina som fortsätter med en mycket restriktiv strategi. Inflationsuppgången är nu så kraftig att rådande ekonomisk-politiska ramverk, som domineras av oberoende centralbanker med inflationsmål, står inför den största utmaningen på många decennier. Syftet med detta kapitel är främst att ge en bild av de makroekonomiska trender som nu på olika sätt påverkar hållbarhetsprocessen.

Flera utmaningar mot globalt samarbete

Eftersom det globala samarbetsklimatet är viktigt för att det ska vara möjligt att nå uppställda klimatmål finns det anledning att diskutera några olika inslag i den senaste tidens trender. Generellt kan man konstatera att världshandelns tillväxt saktat in sedan finanskrisen för ett drygt decennium sedan. Några år efter Berlinmurens fall inleddes en mycket expansiv period med volymökningar på sju till åtta procent per år när till exempel Östeuropa, Kina och Indien gradvis integrerades i den globala ekonomin. Efter de kraftiga upp- och nedgångarna 2008–2010 i samband med finanskrisen sjönk trenden under förra decenniet till cirka två till tre procent, vilket innebar att handelns andel av global BNP sjönk något. Det finns flera sunda skäl till denna dämpning. Den avspeglar bland annat att trenden mot löneutjämning mellan olika delar av världsekonomin gjort det mindre lönsamt för företag att utlokalisera produktionsenheter från rikare länder. Därtill kommer ändrade prioriteringar hos både konsumenter

► SAMARBETE
VIKTIGT FÖR
KLIMATMÅL

och producenter som lett till större vaksamhet mot excesser i globala transportflöden och leveranskedjor.

Men man kan också spåra mer oroande protektionistiska trender. Spänningar mellan Kina och västvärlden har ökat gradvis ökat och bland annat lett till amerikanska importrestriktioner. Anklagelser om att Kina undertrycker mänskliga rättigheter eller på olika sätt inte kan säkerställa rättvisa konkurrensförhållanden har bidragit till detta. Frågor kring cybersäkerhet, IPR (Intellectual Property Rights) och den generella kampen om det tekniska ledarskapet i världen skapar också spänningar. Man kan också se allmänna tendenser till att länder strävar efter att minska sitt beroende av omvärlden. Begreppet ”strategisk autonomi” har lanserats som övergripande beskrivning av ambitionen att minska det egna landets beroende av omvärlden och vi har de senaste åren sett en rad politiska initiativ i denna riktning i USA, EU och Kina¹. Detta speglar i grunden en ökad misstro mot stabiliteten i det internationella samarbetet och innebär ett tydligt trendbrott mot den stabilt frihandelsvänliga miljö som dominerade under de första decennierna efter Berlinmurens fall.

Rysslands aggression mot Ukraina spetsar till frågorna ytterligare. Även om till exempel Kina och Indien inte stödjer Rysslands krigföring ser det inte heller ut som om man kommer att ställa sig bakom de hårda västerländska sanktionerna. Detta bottnar bland annat i att man delar Moskvas motvilja mot amerikansk och västerländsk dominans i världssamfundets olika institutioner. I förlängningen finns risker för att ett hårdare internationellt samarbetsklimat kan påverka kommande klimatförhandlingar även om det egentligen ligger i allas intresse att nå framsteg.

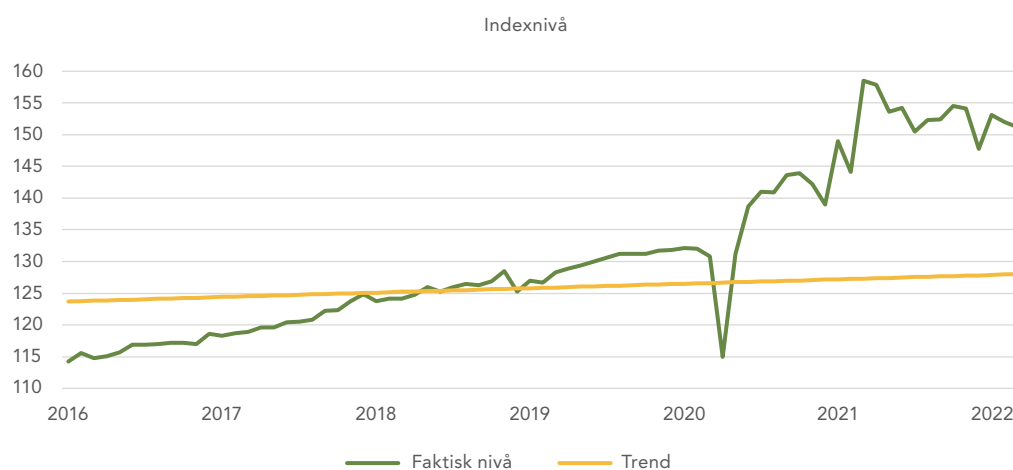
Extrem volatilitet på energimarknaderna

Pandemins olika faser har skapat exceptionella svängningar i energipriserna. Under våren 2020 påverkade nedstängningarna hela den globala ekonomin och även industriproduktionen kollapsade när många globala leveranskedjor bröts. Detta ledde till en kraftig nedgång för energiefterfrågan vilket pressade ned priserna. Råoljepriset sjönk ned till nivåer runt 20 dollar per fat och vissa kontrakt på terminsmarknaden blev helt värdelösa. Prisfallet förstärkte den underliggande trenden mot minskande investeringar som drivs av ambitioner att ersätta fossil energi med förnybar. Investeringarna i nyproduktion av dessa energikällor föll till extremt låga nivåer; 40 procent under den nivå som anses vara nödvändigt för att

¹ Trumpism Brexit, Industry 4.0 and COVID-19: What is Happening to Globalization. Företagsekonomiska institutionen Uppsala universitet.

möta efterfrågan över tid². Men efterfrågesituationen svängde sedan relativt snabbt när ekonomierna började öppnas upp igen. Det fanns då ett uppdämt transportbehov och under den andra allvarliga pandemivågen, som inleddes hösten 2020, utformades restriktionerna på ett sätt som främst drabbade tjänstesektorer med låg energianvändning. I många länder har nu hushåll och företag kompenserats för kraftigt stigande energipriser. Detta är egentligen ologiskt med tanke på ambitionerna att få ned den totala energianvändningen men det illustrerar också de målkonflikter politiker ställs inför i en situation när obalanser på energimarknaden skapar så stora prisrörelser.

► Figur 2.1. Uppdriven varukonsumtion i USA.



Källa: U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA), Macrobond.

Ekonomiska stimulanser förvärrade obalanser på energimarknaden

Den ekonomiska stödpolitikens utformning påverkade också energikonsumtionen. I Västeuropa låg fokus främst på att rädda jobb och företag genom till exempel permitteringsstöd medan stora kontantstöd till hushåll dominerade i USA. När möjligheterna till tjänste-konsumtion var blockerade ökade den amerikanska varukonsumtionen kraftigt och ligger fortfarande långt över sin långsiktiga trend, vilket har varit inflationsdrivande på flera sätt. Förutom allmänna överhettningstendenser på varumarknader har det bidragit till en

² För så kallade uppströmsbolag inom olja och gas sjönk investeringarna globalt till 335 mdr USD.

stark efterfrågan på transporter och energi. Samtidigt har den kinesiska efterfrågan på energi drivits upp av stora investeringar i infrastruktur och bostäder. Den allra senaste tiden har oljepriserna sjunkit tillbaka en del, bland annat beroende på ökad konjunkturoro samt Bidenadministrationens beslut att använda USA:s strategiska reserver för att mildra prisuppgången.

Men priserna på naturgas ligger fortfarande på historiskt exceptionellt höga nivåer och man kan konstatera att de senaste årens efterfrågesvängningar avslöjat energiomställningens sårbarhet. Världen tycks ha varit mer framgångsrik när det gäller att bekämpa produktion av fossila bränslen än på att bygga nya gröna energikällor. Förnybar energi – hydro, vind, sol och bio – har ökat från knappt 10 till 18 procent av EU:s primära energiförbrukning mellan 2009 och 2020, att jämföra med kol, gas och olja.

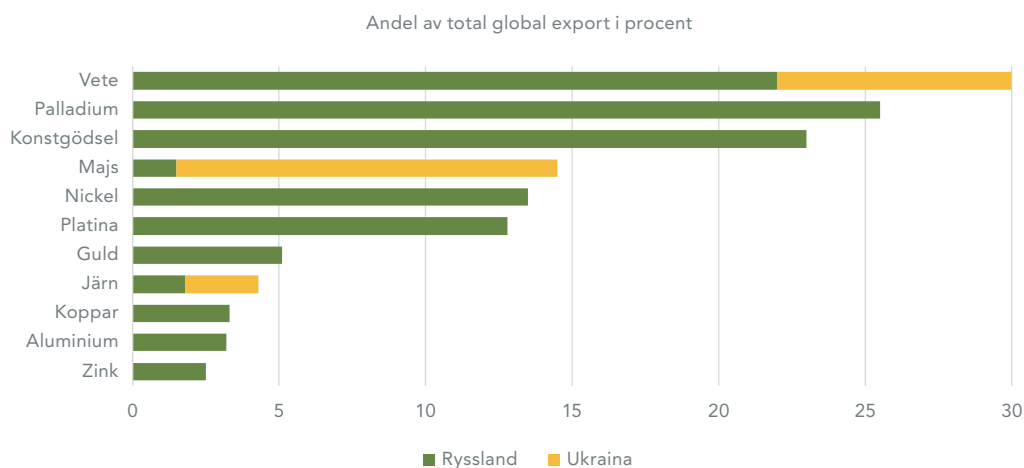
► STARK EFTERFRÅGAN PÅ TRANSPORTER OCH ENERGI

Västeuropas ambition att frigöra sig från beroendet av energiimport från Ryssland kommer att förstärka dessa obalanser och bidra till att europeiska konsumenter kommer att möta höga priser på fossila bränslen under lång tid. Utbudet av fossila bränslen från alternativa leverantörer kommer så småningom att öka som svar på högre priser och det är inte rätt recept för miljön. En kombination av stora investeringar i alternativa energikällor och hög beskattning (eller motsvarande) är den rätta medicinen för att tränga undan fossila bränslen och klara den nödvändiga omställningen. Både beslutsamhet och realism krävs i energiomställningen och man behöver göra saker i rätt ordning för att säkerställa en ”hållbar hållbarhetsprocess”.

Stigande priser på jordbruksråvaror och strategiska metaller i krigets spår

Den senaste tiden har vi också sett kraftigt stigande livsmedelspriser i krigets spår. Ryssland och Ukraina står för stor andel av den globala exporten av främst vete och majs. Kraftiga störningar i såväl transporter som skörd är sannolika, vilket drivit upp världsmarknadspriserna på jordbruksråvaror. Konsekvenserna på metallsidan kan också bli stora eftersom Ryssland är en viktig exportör av flera metaller av strategisk betydelse som nickel, palladium, platina och koppar. Minskat utbud av dessa kan kraftigt störa global ekonomi på viktiga områden och bromsa takten i den gröna omställningen.

► Figur 2.2. Export från Ryssland och Ukraina.



Källa: OEDC.

Kinesisk covidstrategi skapar problem för globala leveranskedjor

Förutom höga energipriser och allmänt hög varuefterfrågan bidrar störningarna i de internationella leveranskedjorna till att pressa upp inflationen. Kinas strategi för att möta pandemin spelar här en nyckelroll. Även om den tidigare ”nolltoleransen” mot sprittspridning formellt upphört så är myndigheterna fortfarande mycket restriktiva, vilket inte minst den senaste tidens dramatiska nedstängningar av Shanghai visar. Också en rad andra kinesiska hamnar med strategisk betydelse för globala leveranskedjor har från och till stängts för att stoppa smittspridningen, även om bara ett fåtal covidfall registrerats.

Bristen på halvledare har också varit ett uppmärksammat problem som bland annat hämmat bilproduktionen. I pandemins inledning minskade försäljningen av halvledare globalt men från mitten av 2020 till slutet av 2021 steg försäljningen med nästan 40 procent. Den ökade efterfrågan drevs i hög grad av förändrade beteenden till exempel ett ökat behov av teknisk utrustning för att kunna jobba på distans. Även om vissa företag nu rapporterat förbättrad tillgång till insatsvaror är det svårt att se någon större generell lättnad.

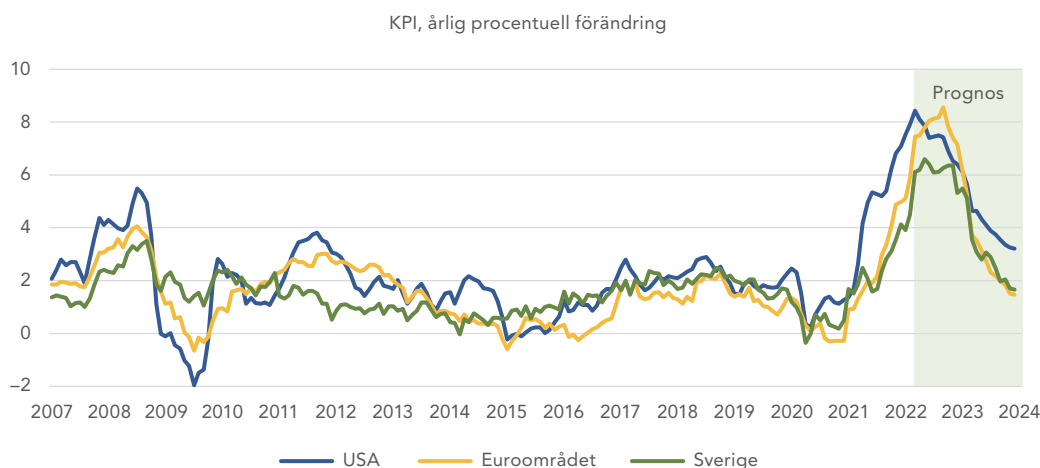
► ETT ÖKAT BEHOV AV
TEKNISK UTRUSTNING
FÖR ATT KUNNA
JOBBA PÅ DISTANS

Inflationsimpulsen stressar centralbanker i allt högre grad

Sammantaget har de olika krafter som diskuterats nu bidragit till att inflationen nu nått nivåer vi inte sett på många decennier. I USA har årstakten för konsumentprisindex (KPI) under våren passerat åtta procent och i Sverige har Riksbankens huvudmätt KPIF, där ränteffekter exkluderas, passerat sex procent. Längre valde centralbankerna att beskriva inflationsimpulsen som övergående och i hög grad utbudsdriven. Erfarenheterna från 2007–2008 utgjorde ett varnande exempel. Då bidrog framför allt europeiska centralbanker till att fördjupa finanskrisens recession genom räntehöjningar drivna av oro för att en energidriven inflation skulle sprida sig. Men jämförelsen med 2008 är nu i viss mån överspelad. Den typ av spridningseffekter centralbankerna den gången försökte stävja har i hög grad redan realiserats när vi ser prishöjningar i olika led av förädlingskedjorna. I USA och Storbritannien har därtill löneökningarna dragit iväg på ett helt annat sätt än 2008. Nu vill centralbankerna agera för att undvika att vi kommer in i en miljö då årliga prishöjningar blir det nya normala med en fullskalig pris- och lönespiral som följd.

► INFLATIONEN HAR NU NÅTT NIVÅER VI INTE SETT PÅ MÅNGA DECENNIER

► Figur 2.3. Hög inflation under hela 2022.



Källa: SCB, Eurostat, BLS, Macrobond.

Stagflationserans lärdomar alltmer aktuella

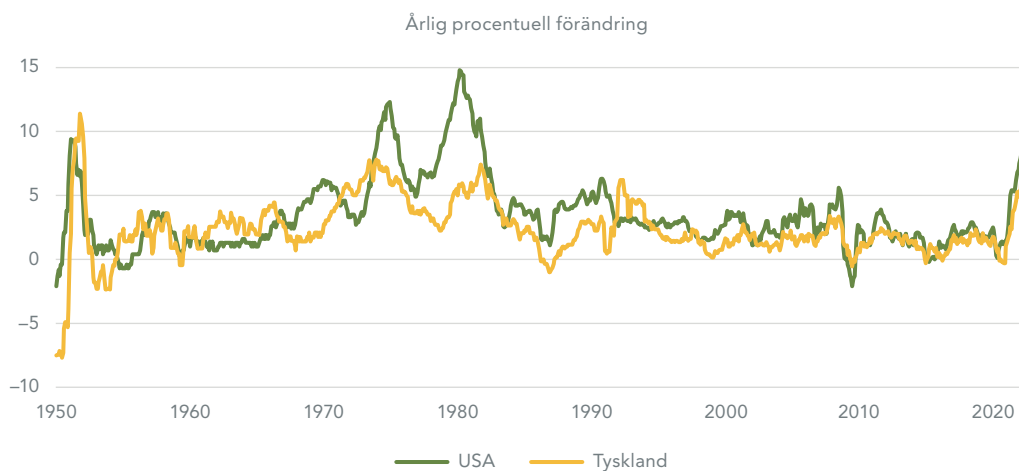
Det är istället två andra inflationschocker efter andra världskriget som kan jämföras med dagens. Koreakriget (1950–1953) drev fram ett kraftigt ökande behov av transporter och material, vilket ledde till en snabbt stigande inflation. ”Korea-inflationen” blev det första stora testet för Bretton Woods-systemet, med fasta växelkurser och USA-dollarns guldkoppling, som sjuksattes 1945. Inflationen föll relativt snabbt tillbaka vilket bidrog till att stärka tilltron till systemet och lade en grund för den stabila inflationsmiljö som dominerade på 1950- och 60-talen.

När OPEC i början på 1970-talet genomförde stora produktionsneddragningar och oljepriset mångdubblades 1973–1974 hade Bretton Woods-systemets däremot nyligen kollapsat, vilket gjorde den globala ekonomin extra sårbar. Det fanns ingen klar

strategi för hur oljeprisuppgången skulle bemötas men i olika grad blev det finanspolitikens uppgift att hålla uppe den ekonomiska aktiviteten. Penningpolitiken i de flesta länder i accepterade i huvudsak en allmän uppväxling av pris- och löneökningstakten. Följderna blev att ekonomierna under lång tid plågades av hög och volatil inflation som hämmade investeringar och tillväxt.

► INFLATIONSCHOCKER EFTER ANDRA VÄRLDSKRIGET SOM KAN JÄMFÖRAS MED DAGENS

► Figur 2.4. Högsta inflationen på 40 år.

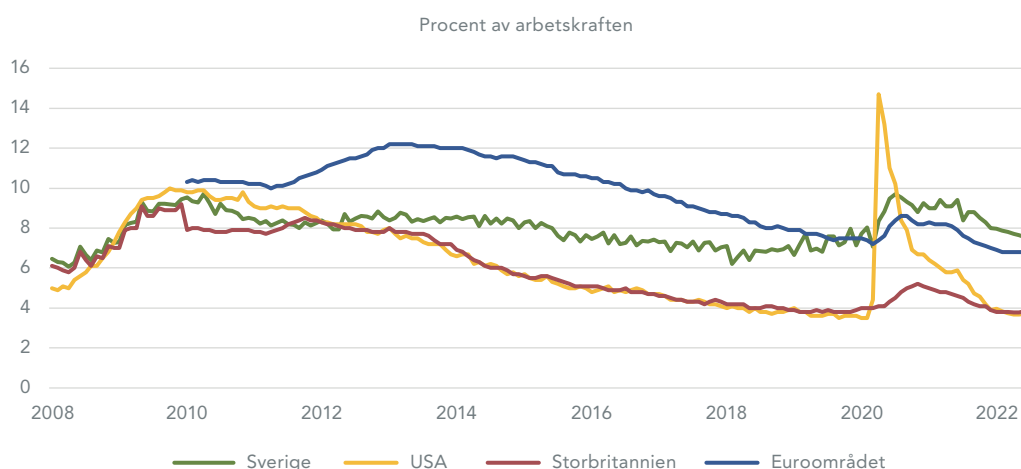


Källa: Macrobond.

Kriget i Ukraina utmanar positiva prognoser

Många centralbanker nu planerar kontinuerliga räntehöjningar trots att den ekonomiska tillväxten pressas från olika håll. Men med allt högre inflationsutsikter krävs en betydande försvagning på arbetsmarknaden för att centralbankerna ska backa. BNP-justeringar av den storleksordning vi hittills sett är knappast tillräckliga och ger bara marginella uppjusteringar av prognoserna för arbetslösheten. Med tanke på att vi i början på 2022 var tillbaka på de nivåer som gällde före pandemin innebär det fortsatta utsikter för en relativt stram arbetsmarknad med betydande arbetskraftsbrist i många sektorer.

► Figur 2.5. Arbetslösheten tillbaka nära förkrisnivå.



Källa: SCB, Eurostat, BLS, ONS, Macrobond.

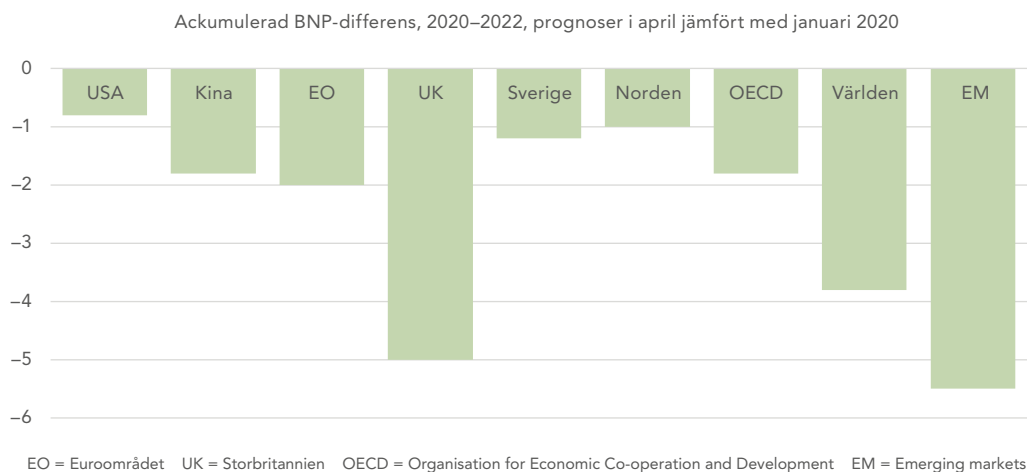
Olika känslighet för pandemins effekter

Ett sätt att mäta pandemins effekter för olika länder är att jämföra hur BNP-utvecklingen för åren 2020 till 2022 med den som förutspåddes vid pandemins utbrott. Eftersom läget då präglades av en ganska mogen konjunktur med normalt (eller högt) resursutnyttjande låg också de framåtblickande BNP-prognoserna nära den långsiktiga trenden. Det gör att staplarna i figur 2.6 också kan tolkas som ett mått på resursutnyttjande eller BNP-gap i olika ekonomier. Kalkylen visar att USA och de nordiska länderna klarat sig betydligt bättre än euroområdet och framför allt Storbritannien. Generellt är gapet betydligt mindre för utvecklade ekonomier jämfört tillväxtekonomier och fattigare länder. Det kan förklaras av

► BÄTTRE
UTVECKLING
I NORDEN
OCH USA

utvecklade länders större möjligheter att sjösätta ekonomisk-politiska stimulanser men det kan också kopplas till en snabbare vaccinationsprocess.

► Figur 2.6. Varierande sårbarhet för pandemins effekter.



Källa: Consensus Economics, Macrobond, IMF.

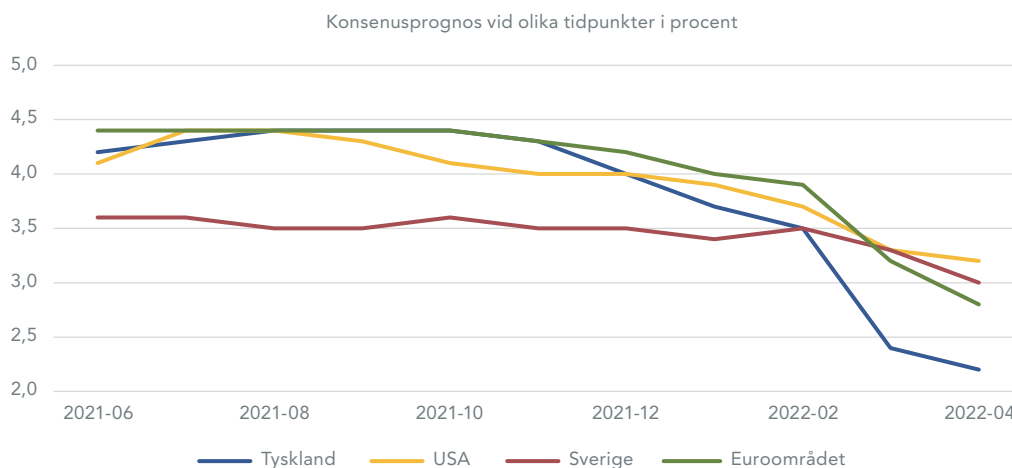
Skillnaderna mellan de största tillväxtekonomierna är dock mycket stora. Även om statistiken är osäker ser det ut som Kinas kamp mot pandemin varit lyckosam med ett gap i paritet med OECD-snittet. Detta kontrasterar tydligt mot situationen i Indien där ekonomins storlek nu bedöms bli mer än tio procent mindre 2022 än i förkrisprognosen.

Försiktiga nedjusteringar efter krigsutbrottet

I nuläget är osäkerheten stor och det är troligt att vi kommer att få se större förändringar av prognosbilden den närmaste tiden. Figur 2.7 visar konsensusprognosen (enligt Consensus Economics) för helåret 2022 vid olika tidpunkter. Nedjusteringarna för USA började redan efter sommaren när det började stå klart att den höga inflationen skulle tvinga fram räntehöjningar från Fed tidigare än väntat. Den direkta effekten av kriget syns tydligast för Tyskland, vilket är logiskt med tanke på det stora beroendet av rysk energi. Sverige sticker hittills ut med marginella förändringar i prognosbilden, vilket indikerar tydliga nedåtrisker. Men det finns också krafter som mildrar avmattningen. Till exempel driver kriser och krig i sig fram ekonomisk aktivitet genom till exempel upprustning och ett flyktingmottagande som kräver olika typer av resurser. Därtill stärks drivkrafterna till investeringar, såväl offentliga som privata, som kan påskynda energiomställningen och minska beroendet av

Ryssland. Vi ser nu också finanspolitiska åtgärder som syftar till att dämpa de direkta effekterna av stigande energipriser. I de kalkyler OECD presenterade i mars (Economic and Social Implications of the war in Ukraine) antas nya finanspolitiska stimulanser i krigets spår lyfta BNP med 0,6 procent det närmaste året.

► Figur 2.7. BNP-tillväxt för 2022.



Källa: Consensus Economics.

Nya förutsättningar för samspel mellan finans- och penningpolitik

Under pandemins inledning var det ganska okontroversiellt att finanspolitiken skulle spela en huvudroll när penningpolitikens krafter började sina med nollräntor och omfattande tillgångsköp. Därtill hade finanspolitiken en mer lämpad verktygslåda. I takt med att centralbankerna börjat signalera en omsvängning i åtstramande riktning har inställningen till finanspolitiken blivit mer ambivalent. I USA har Fed uppmuntrat en försiktigare finanspolitik som också kan hjälpa till med att kyla av ekonomin medan till exempel Riksbanken har fortsatt välkomna finanspolitiska stimulanser. Nedjusteringar av tillväxtutsikterna stärker nu motiven till en mer expansiv finanspolitik. I många länder finns också en bred politisk uppslutning kring behovet av investeringar i grön omställning och ökad försvarskapacitet. Argumentet att detta ska motivera undantag från finanspolitiska ramverk verkar också få växande stöd.

Överdriven finanspolitisk aktivism?

Man kan dock höja ett varningens finger. Vi har nu haft en ganska lång period med ökad ekonomisk-politisk aktivism. Till en början gällde det främst penningpolitiken men efterhand alltmer också finanspolitiken. Pandemin har förstärkt denna trend. Det gäller inte bara idén att finanspolitiken ska ha en större generell roll i stabiliseringspolitiken. Man kan också se en ökad benägenhet till detaljstyrning, med kompensation för stigande energipriser som färskt typexempel. Om detta drivs för långt finns en risk för att 1970-talets misstag upprepas. Finanspolitisk aktivism kan driva upp inflationsförväntningarna, speciellt om marknaden börjar misstänka att regeringar inte har något emot att inflationen pressar ned det reala värdet av den offentliga skulden. Detta skulle ytterligare öka trycket på centralbankerna att höja räntan.

Slutsatser

- **Sedan finanskrisen 2008 har världshandeln vuxit långsammare än global BNP.** Detta beror bland annat på en viss löneutjämning mellan världsdelar, ändrade prioriteringar hos konsumenter och större fokus på leveranssäkerhet. Vissa tecken på ökad protektionism finns och tendenserna till fragmentering av världsekonomin hotar riskerar nu att förstärkas i Ukrainakrigets spår.
- **Pandemin, liksom stödåtgärderna under denna, har gynnat varukonsumtion på bekostnad av tjänstekonsumtion.** Detta har varit en av orsakerna till flaskhalsproblemen i de globala transportsystemen. Det har också bidragit till högre efterfrågan på energi. De höga energipriserna skapar nu stora dilemman för den ekonomiska politiken men olika former av generella energisubventioner riskerar att fördröja nödvändiga hållbarhetsomställningar.
- **Pandemin och kriget i Ukraina har orsakat den snabbaste inflationsuppgången på decennier.** Trots att inflationen urholkar hushållens köpkraft tvingas nu centralbankerna höja räntan för att undvika att också de långsiktiga inflationsförväntningarna drar iväg. Riskerna för en global recession har därmed ökat senaste tiden. Kriget i Ukraina har bidragit till extra snabb uppgång för livsmedelspriserna vilket hotar att skapa hungerproblem i fattigare länder.

3. Inflations- och ränteuppgång pressar handeln

Svensk ekonomi har hittills klarat sig relativt bra under de senaste årens turbulens. Relativt mjuka restriktioner och ekonomiskt-politiskt manöverutrymme har bidragit till detta. Längre såg också inflations- och ränteuppgången ut att bli klart mildare än i många andra länder.

Den senaste tiden har dock inflationen överraskat kraftigt på uppsidan. Det innebär en större urholkning av hushållens köpkraft än vad prognosmakare tidigare räknat med. Riksbanken avvek länge från de flesta andra centralbanker och så sent som i februari stod man fast vid att försiktiga räntehöjningar skulle inledas först under 2024. Den stora omsvängning som genomfördes vid april-mötet, när räntan omedelbart höjdes samtidigt som ytterligare höjningar under innevarande och nästa år aviserades med sikte på en styrräntenivå runt 1,50 procent vid slutet av 2023, förändrar förutsättningarna för svenska hushåll och därmed för handeln.

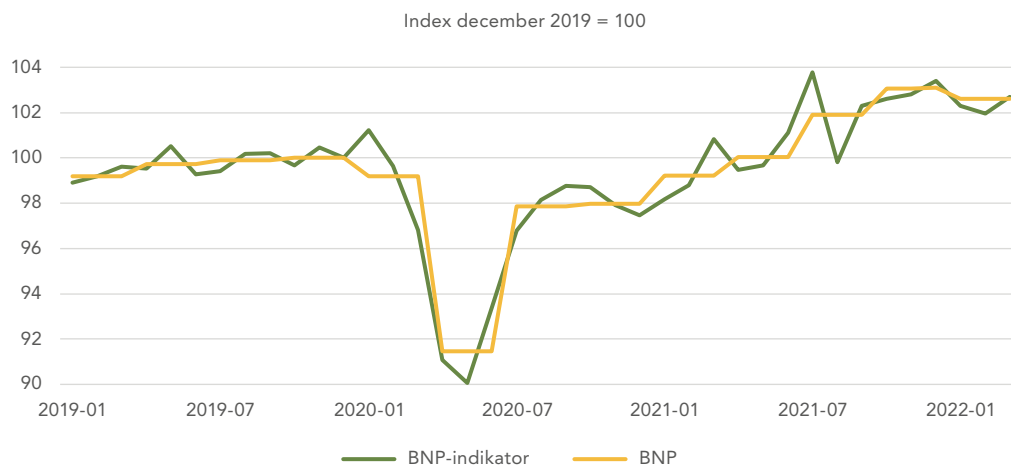
► EN STÖRRE URHOLKNING AV HUSHÅLLENS KÖPKRAFT ÄN VAD PROGNOSSMAKARE TIDIGARE RÄKNAT MED

Nya utmaningar efter stabil återhämtning

Efter den exceptionella nedgången i pandemins inledningsskede gick återhämtningen i svensk ekonomi länge oväntat snabbt. Återkommande smittvågor kunde mötas med restriktioner som utformades på ett för ekonomin alltmer skonsamt sätt. Därtill bidrog en expansiv ekonomisk politik till att hålla uppe efterfrågan och relativt snabbt föra tillbaka BNP till förkrisnivån. Det är dock värt att notera att svensk BNP utvecklades ungefär i linje med övriga nordiska länders, trots de uppmärksammade skillnaderna i strategi under pandemin. Detta kan delvis ha berott på att det i praktiken inte var så stor skillnad i graden av öppenhet som ansvariga myndigheter ville ge sken av. En annan förklaring kan vara att svensk industri har en struktur som ger en större grad av sårbarhet för störningar i internationella värdekedjor.

Den allt högre inflationen i kombination med konsekvenserna av kriget i Ukraina gör nu att den makroekonomiska utvecklingen är på väg in i en ny fas som blir mer utmanande för hushållen och handeln. Nya BNP-siffror för första kvartalet bekräftar den tilltagande motvinden och sannolikt kommer tillväxtprognoserna att skrivas ned den närmaste tiden.

► Figur 3.1. BNP och BNP-indikator.



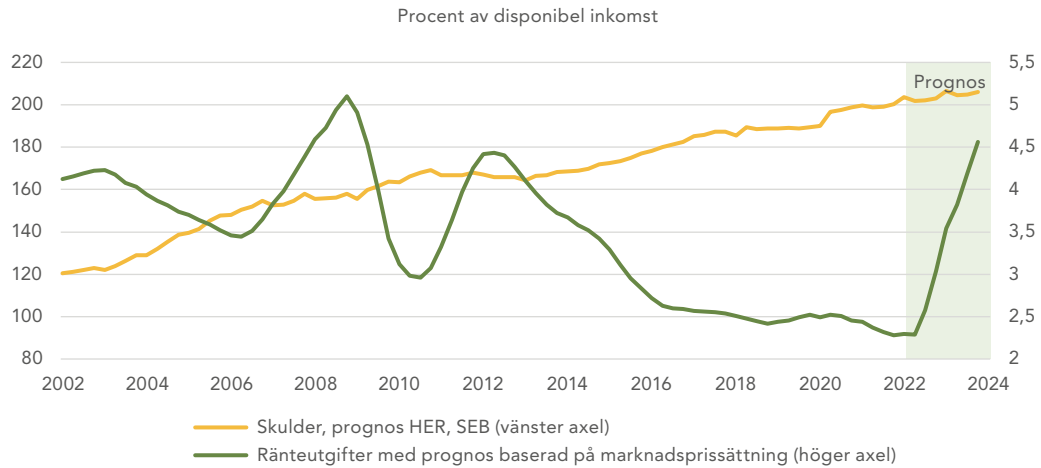
Källa: SCB.

Hushållens ekonomi pressas nu från olika håll

Inflationsprognoserna har gradvis skruvats upp den senaste tiden. Konjunkturinstitutet (KI) räknade i mars med att KPI som årsgenomsnitt skulle stiga 5,3 procent 2022 och med 3,4 procent 2023 (5,2 respektive 2,8 procent för KPIF där ränteeffekter exkluderas)³. Därmed beräknas de realt disponibla inkomsterna falla något i år för att sedan öka med 1,5 procent 2023. Men denna prognos byggde på försiktiga antaganden om Riksbankens styrräntehöjningar med en nivå på 0,75 procent i slutet av 2023. I figur 3.2 redovisas en kalkyl för hur hushållens ränteutgifter kan utvecklas om de räntehöjningar som marknaden nu prisar in realiserar. Jämfört med dagsläget skulle hushållens ränteutgifter nästan fördubblas fram till slutet av 2023.

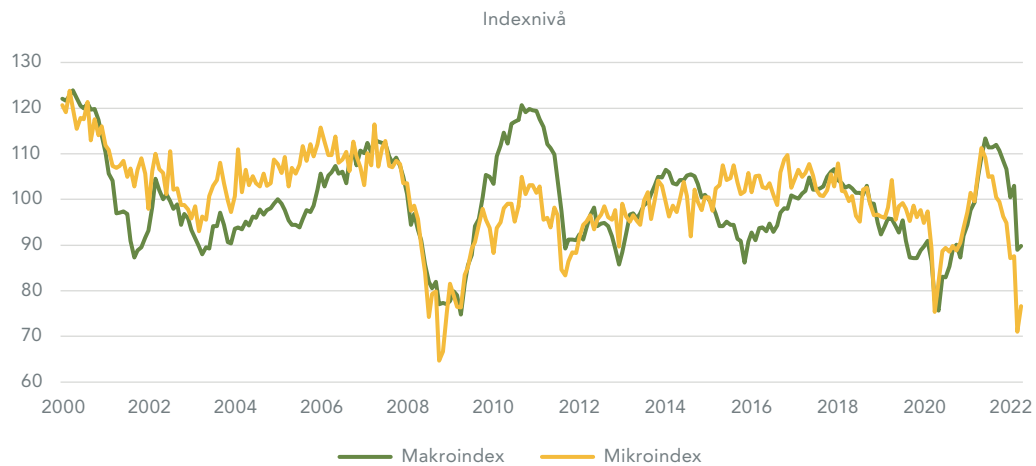
³ Konjunkturläget mars 2022, Konjunkturinstitutet.

► Figur 3.2. Hushållens skulder och ränteutgifter.



Källa: SCB, SEB, HER.

► Figur 3.3. Fallande konsumentförtroende.



Källa: Konjunkturinstitutet, Macrobond.

Att olika prognosmakare nu skriver upp sina räntebanor innebär att vi sannolikt snart får se prognoser med ett tydligare reallt köpkraftsfall för helåret 2022. Inte sedan krisen i början på 1990-talet har hushållen pressats så hårt av en kombination av försvagad köpkraft och stigande räntor. Därmed ökar riskerna också på fastighetsmarknaderna. De svenska bostadspriserna har visserligen visat stor motståndskraft mot makroekonomisk osäkerhet under lång tid. Ett viktigt skäl till detta är dock den stabila lågräntemiljön och Riksbankens

räntesänkningar har vid upprepade tillfällen stöttat marknaden under de relativt korta perioder då BNP fallit och arbetslösheten ökat. Skulle bostadspriserna falla betydligt är det inte sannolikt att hushållen kommer att minska sitt sparande på det sätt som prognosmakare nu räknar med. Därmed skulle vi få en ytterligare nedåtpress på konsumtionen.

Hushållen mest oroliga för den egna ekonomin

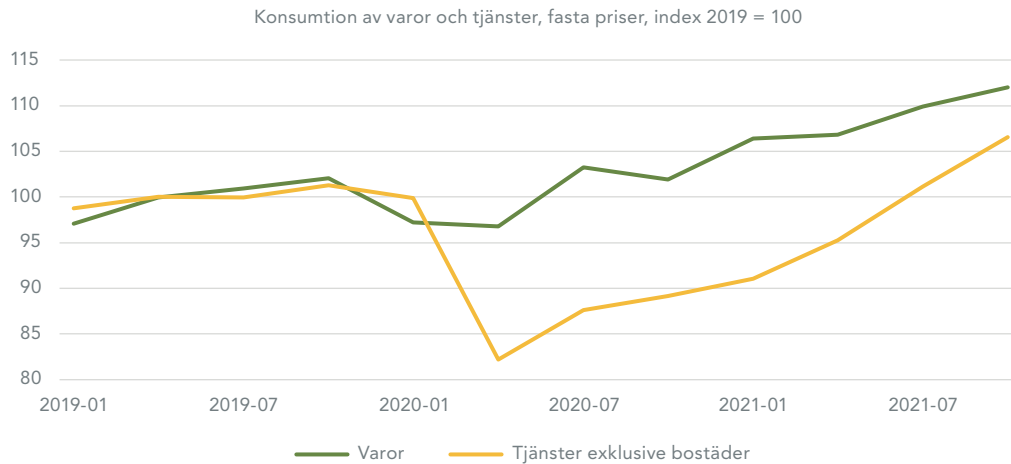
Att hushållen tydligt oroar sig för den ekonomiska utvecklingen framgår av KII:s barometerundersökning. Pessimismen är som störst när det gäller de områden som ligger närmast den egna ekonomin och som historiskt haft starkast samband med den faktiska konsumtionsutvecklingen. Dessa frågor vägs i grafen samman till ett så kallat ”mikroindex”. Det är relativt ovanligt att hushållen är mer oroade för den egna ekonomin än för de bredare samhällsekonomiska frågorna i ”makroindex”. Ett viktigt undantag från detta gäller efterdyningarna av finanskrisen åren 2010–2011 när industrin återhämtade sig snabbt samtidigt som Riksbanken höjde styrräntan från 0,25 till 2,00 procent.

Underliggande styrkefaktorerna ger stabilitet

Hushållens genomsnittliga balansräkningar är dock starka och sparandet har drivits upp till en rekordhög nivå under pandemin, vilket skapar en potential för ökad konsumtion framöver. Det är därför fortfarande troligt att hushållens konsumtion kommer att öka i år också mätt i volymtermer. Prognoserna är fortfarande påfallande optimistiska och bygger på att hushållen kommer att dra ner sitt sparande kraftigt för att möta de uppdämda konsumtionsbehov som finns. Konjunkturinstitutet förutspådde en volymökning på hela 3,7 procent i sin marsprognos och Riksbanken gjorde en måttlig nedjustering från 4,0 till 3,4 procent i april.⁴ Mot bakgrund av tilltagande motvind är det sannolikt att vi får se ytterligare nedrevideringar den närmaste tiden. I linje med situationen i andra länder är vi nu inne i en fas där tjänstekonsumtionen tar igen mark som förlorades under pandemin. Detta ökar ytterligare riskerna för bakslag för varukonsumtionen och därmed handeln. Det är också rimligt att anta att pressen på hushållens ekonomi, åtminstone temporärt, minskar benägenheten att välja hållbara alternativ i konsumtionsbesluten.

4 Penningpolitisk rapport, april 2022 Riksbanken.

► Figur 3.4. Risk för bakslag för varukonsumtionen.



Källa: SCB, Macrobond.

Dramatisk kursomläggning från Riksbanken

En betydande uppjustering av inflationsutsikterna bidrog till att Riksbanken på ett tydligt sätt la om sin räntebana vid det penningpolitiska beslutsmötet i slutet av april. Så sent som i februari stod man fast vid att försiktiga räntehöjningar skulle inledas först under 2024. Före pandemins utbrott valde flera centralbanker, med Federal Reserve i spetsen, att signalera ökad tolerans för en period med inflation en bit över målen på två procent. Efter en lång period med en benägenhet att i genomsnitt hamna under målen var detta ett sätt att försöka få upp de långsiktiga inflationsförväntningarna. Timingen visade sig dock bli olycklig och när inflationen hotade att stiga långt över målen har Fed och en del andra centralbanker distanserat sig från strategiskiftet.

Risk för att omsvängningen kommer för sent

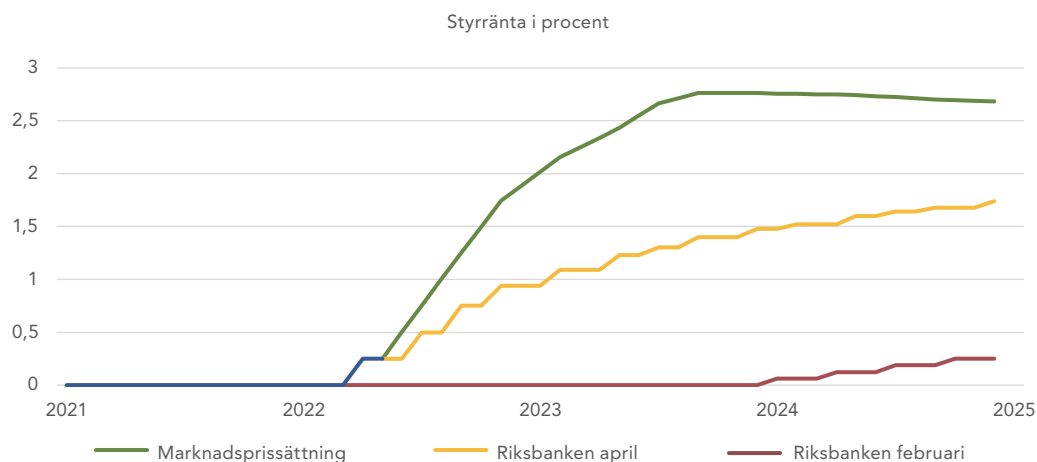
Riksbanken valde dock länge att avvika från detta mönster och istället fortsätta att prioritera kampen mot obekvämt låga inflationsförväntningar. Det plötsliga skiftet som genomfördes i april innebär en förändring av spelplanen för den ekonomisk-politiska debatten i Sverige. Det följer också ett mönster från de senaste decennierna där Riksbanken vid flertalet tillfällen drivit en mer extrem linje än andra centralbanker och sedan tvingats till tvära kast. Redan i februari fanns tydliga uppåtrisker i inflationsbilden som accentuerade avigsidorna

med att signalera extremt låg ränta flera år fram i tiden till exempelvis bolånetagare. Liknande beteende har generellt bidragit till att den svenska penningpolitiken tenderar att bli procyklisk och förstärka svängningarna i ekonomin.

Marknaden fortfarande mer aggressiv än Riksbanken

Frågan är nu hur långt Riksbanken verkligen behöver gå. Trots det stora steget i april är det en bit kvar till marknadens aggressiva förväntningar. I Riksbankens nya bana ligger styrräntan nu på 1,5 procent i slutet på 2023 medan motsvarande nivå enligt de så kallade RIBA-kontrakten ligger runt 2,5 till 3,0 procent. Riksbanken valde dock också att redovisa ett alternativscenario, mer i linje med marknadsförväntningarna, som blir aktuellt om inflationen fortsätter att komma in högre än väntat. Riksbankens balansgång framöver blir inte enkel. I likhet med situationen i övriga nordiska länder och Tyskland har inte löneökningstakten växlat upp som den gjort i USA och Storbritannien. Att signalera att man tar inflationsuppgången på allvar kan vara ett sätt att underlätta kommande avtalsrörelse men samtidigt kan också upprepade räntehöjningar tolkas som en misstro mot parternas förmåga att sluta ansvarsfulla avtal. Att de långsiktiga inflationsförväntningarna fortfarande ligger ganska nära målet är också ett lugnande tecken.

► Figur 3.5. Aggressiva förväntningar på Riksbanken.



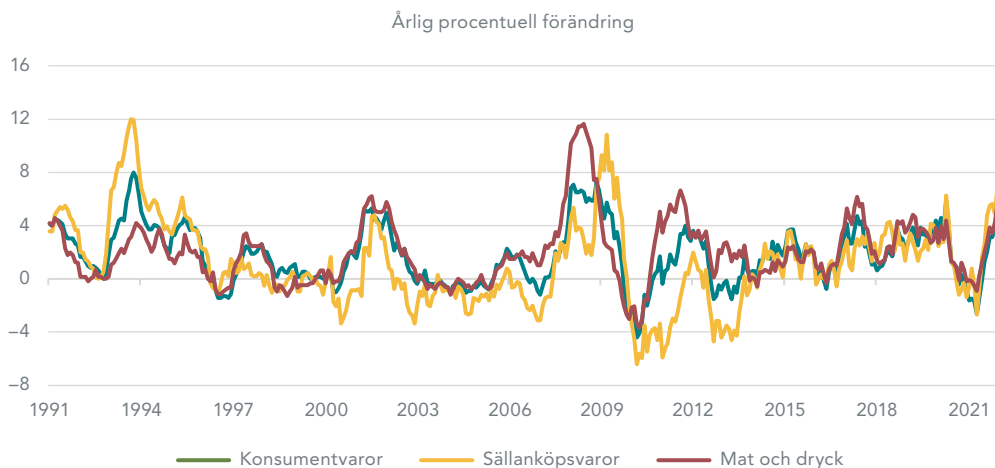
Källa: Riksbanken, Macrobond.

Omvälvande miljöförändring

Osäkerheten i inflationsutsikterna är nu mycket stor och den nedgång som ligger i prognoserna kan inte tas för given. Vi är nu mitt inne i den kraftigaste prischocken på flera decennier och det finns ett stort övervärtringsbehov i olika branscher och i olika led i förädlingsvärdeskedjorna. Som figur 3.6 visar har producentpriserna på konsumtionsvaror ökat mycket kraftigt på bara några månader, vilket pressar marginalerna i handeln. De flesta aktörer som nu deltar i prispförhandlingar och som ska ta beslut om prishöjningar saknar erfarenhet av något liknande. Man kan förstå att Riksbanken känner oro för att stora årliga prishöjningar blir det ”nya normala”. Det är flera faktorer som blir avgörande; inte minst hur snabbt vi får en normalisering på energi- och råvarumarknaderna. En annan viktig fråga är i vilken grad konkurrenstrycket, inte minst från globaliseringen, har försvagats på senare år. Det finns också en tillvänjningsprocess i beteenden inom pris- och lönebildningen som centralbankerna har ansvar för att bevaka.

► VI ÄR NU MITT INNE I DEN KRAFTIGASTE PRISCHOCKEN PÅ FLERA DECENNIER

► Figur 3.6. Priser i producentledet på konsumtionsvaror.



Källa: SCB, Macrobond.

Negativa konsekvenser för handeln av en svag och volatil krona

I ett system med rörlig växelkurs är också valutan en viktig faktor för inflationsutvecklingen. Kronan tenderar, liksom många andra mindre valutor, att försvagas i tider av oro och ekonomiska nedgångsperioder. I vissa avseenden har detta utgjort en sorts krockkudde för svensk ekonomi vid internationella recessioner när exportindustrin kunnat dra nytta av starkare konkurrenskraft. Riksbanken har också varit tydlig med att den importerade inflation i spåren av valutaförsvagningar är en viktig kanal för att nå upp till inflationsmålet. Men när Riksbanken under åren före pandemins utbrott låg kvar med negativ styrränta trots stark ekonomi växte kritiken mot att låta kronan driva iväg till svaga nivåer långt under en rimlig värdering. Också företrädare för industrin pekade på problemen med stora valutavängningar.

► Figur 3.7. Svag krona pressar upp importpriser i kriser.



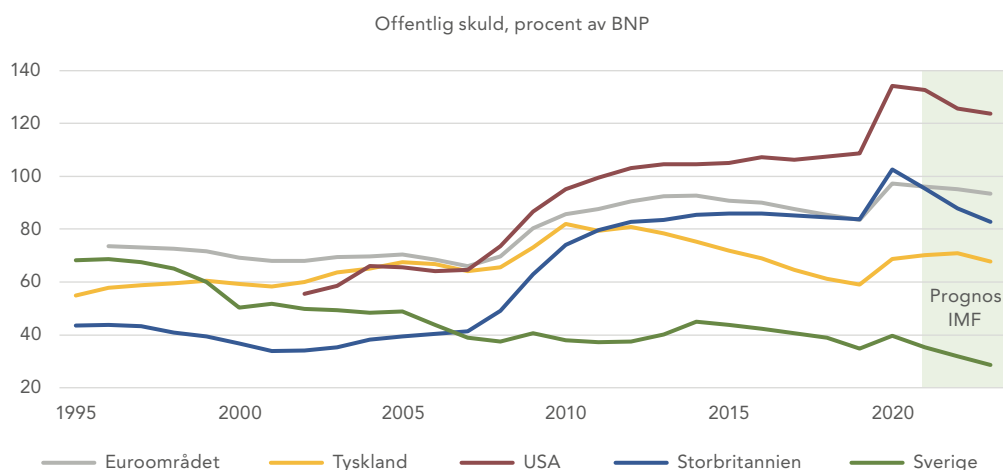
Källa: Macrobond.

Framför allt innebär penningpolitikens benägenhet att få upp inflationen med hjälp av en svag och volatil krona problem för importörer och för handeln. Att helt bortse från detta vid utformningen av stabiliseringspolitiken skapar onödiga praktiska problem som kan urholka stödet för det ekonomisk-politiska ramverket. Med rådande dramatiska prisökningar på världsmarknaden skulle en extra inflationsimpuls via försvagad valuta förvärra problemen med fallande hushållsinkomster. I det avseendet har Riksbankens mer aggressiva planer minskat riskerna eftersom det ger stöd till kronan, speciellt i relation till euron.

Låg statsskuld ger utrymme för gröna satsningar

Starka offentliga finanser, med en låg och krympande statsskuld, skapar speciella förutsättningar när det gäller rollfördelningen mellan finans- och penningpolitik i Sverige. Nuvarande finanspolitiska ramverk innehåller ett mål för det offentliga finansiella sparandet på 0,33 procent av BNP (ett överskottsmål) samt ett riktmärke (så kallat skuldankare) på 35 procent av BNP för den totala offentliga skulden.

► Figur 3.8. Låg offentlig skuld i Sverige.



Källa: IMF, Macrobond.

Som figur 3.8 indikerar finns en motsättning mellan dessa mål på lite sikt, eftersom ett mindre överskott (men också en budget i balans) leder till kontinuerligt fallande skuldkvot i en miljö där nämnaren, det vill säga BNP i löpande priser, trendmässigt växer med cirka fyra procent. I KI:s marsprognos beräknas den offentliga skulden falla under 29 procent av BNP redan nästa år. Detta är ett av skälen till att riksdagspartierna med jämna mellanrum ska se över ramverkets detaljer. Nästa översyn ligger dock så långt fram som efter valet 2026. Men både i Sverige och i eurosamarbetet finns olika tendenser till att göra tillämpningen av ramverken mer flexibel. Motiven till detta får extra tyngd av behovet att genomföra gröna investeringar som kan påskynda omställningen till ett fossilfritt samhälle och med en statsskuld som nu håller på att smälta bort ter sig detta särskilt logiskt i Sverige. Samtidigt har timingfrågan ganska plötsligt blivit mer problematisk när inflationen drar iväg på ett sätt som tvingar Riksbanken att strama åt.

Slutsatser

- **Handeln fortsätter att känna av snabba kostnadsökningar för transporter, energi och insatsvaror.** Detta medför stora behov av prishöjningar också i konsumentledet. Stigande inflation tvingade Riksbanken till en kraftig kursomläggning i april efter att så sent som i februari signalerat om oförändrade räntor ända fram till 2024. Detta följer ett historiskt mönster där sena och tvära kast i penningpolitiken ofta bidragit till att förstärka konjunktursvängningar.
- **Kombinationen av inflation som urholkar köpkraften och stigande räntekostnader pressar nu hushållen från olika håll, vilket också reflekteras i snabbt ökande pessimism i barometersvar.** Därmed finns en stor risk för att Konjunkturinstitutets och Riksbankens prognoser på senare tid är för optimistiska. Speciellt skulle prognosen om minskat sparande, som en väg att hålla uppe konsumtionen, hotas om bostadspriserna börjar falla tydligt.
- **Starka svenska offentliga finanser skapar ett stort manöverutrymme.** Trots stora stödprogram under pandemin är den offentliga skulden på väg ner till rekordlåga nivåer under 30 procent av BNP, vilket också understiger nivån på det ”skuldankare” på 35 procent av BNP som är en del av det finanspolitiska ramverket. I en sådan miljö finns anledning att ytterligare stimulera investeringar som kan påskynda hållbarhetsanpassningen.

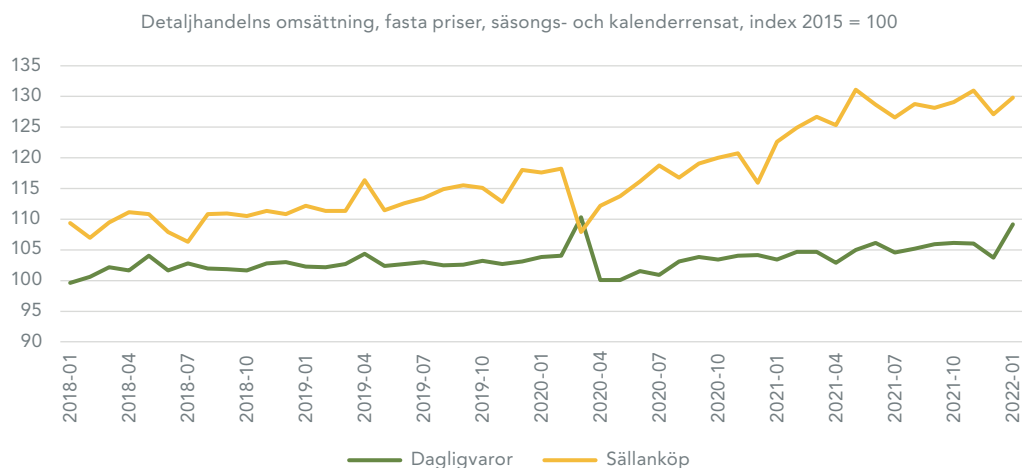
4. Detaljhandelns försäljning

Som noterats ovan har försäljningstillväxten i svensk detaljhandel varit relativt god de senaste två åren, när hushållen under pandemin minskat sina köp av tjänster och ökat sina köp av varor. I detta avsnitt ger vi en mer detaljerad bild av utvecklingen de senaste åren, med särskilt fokus på effekterna av pandemin och e-handels utveckling.

Ökad sällanköpshandel under pandemin

Figur 4.1 visar försäljningen uppdelad på sällanköp och dagligvaror i fasta priser. För dagligvaruhandeln syns en kraftig uppgång i mars 2020, därefter en låg omsättning under ett par månader, följt av en försäljning som följer trenden från perioden före pandemin. För sällanköpshandeln har utvecklingen varit annorlunda. Pandemins utbrott ledde här istället till en kraftig men kortvarig nedgång, följt av en högre ökningstakt under pandemin, i likhet med exempelvis USA (se föregående kapitel). Den årliga tillväxttakten på cirka fem procent de två åren före mars 2020 accelererade till en tillväxttakt på cirka sju procent under perioden därefter. På aggregerad nivå är det alltså sällanköpshandeln som gynnas under pandemin, men som kanske kommer att pressas när realinkomsterna faller, räntorna stiger och konsumtionen styrs tillbaka mot tjänster.

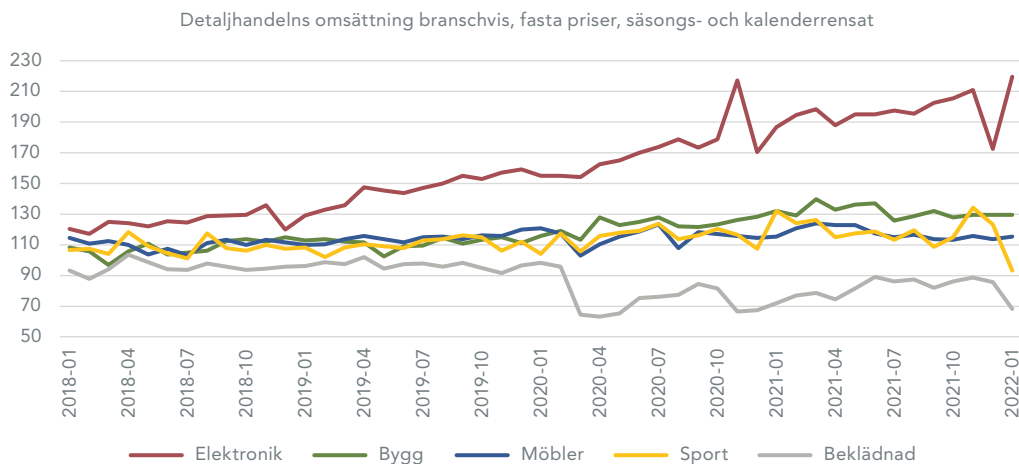
► Figur 4.1. Ökad omsättning i sällanköpshandel under pandemin.



Källa: SCB.

Figur 4.2 visar att inte all sällanköpshandel gynnats av pandemin. Beklädnadshandeln drabbades mycket hårt under i stort sett hela pandemin, medan byggvaruhandeln omvänt gynnats under hela pandemin. Elektronikhandeln har haft kraftig tillväxt – om än med kraftiga fluktuationer – under hela perioden, men det är inte uppenbart att tillväxten ökat under pandemin.

► Figur 4.2. Ökad volym i elektronikhandeln, minskad volym i klädhandeln.



Källa: SCB.

Elektronikhandelns volym ökar – men i kronor står försäljningen stilla

Elektronikbranschens snabba omsättningstillväxt kan vara värd att kommentera särskilt, eftersom den kan feltolkas. I fasta priser eller ”i volym” har försäljningen vuxit i en årstakt av cirka 16 procent under perioden 2018 till början av 2022. Figur 4.3 visar utvecklingen under en längre period, både i fasta och löpande priser. Det framgår att försäljningen varierar kraftigt mellan säsonger, med ungefär 50 procent högre försäljning i december än annars, men också att omsättningen i kronor räknat ökat mycket långsammare än i volym. I löpande priser har försäljningen ökat med knappt 2,5 procent per år medan den i fasta priser under perioden ökade med cirka 12 procent per år.

Förklaringen till att försäljning i fasta (inflationsjusterade) priser ökar mycket snabbare än försäljning i löpande (ej inflationsjusterade) priser är att priserna för elektronik fallit över tid. För konsumenterna är detta bra nyheter. Nya mobiltelefoner, exempelvis, är mycket bättre än gamla. Detta räknas som en volymökning, men för elektronikhandeln är det

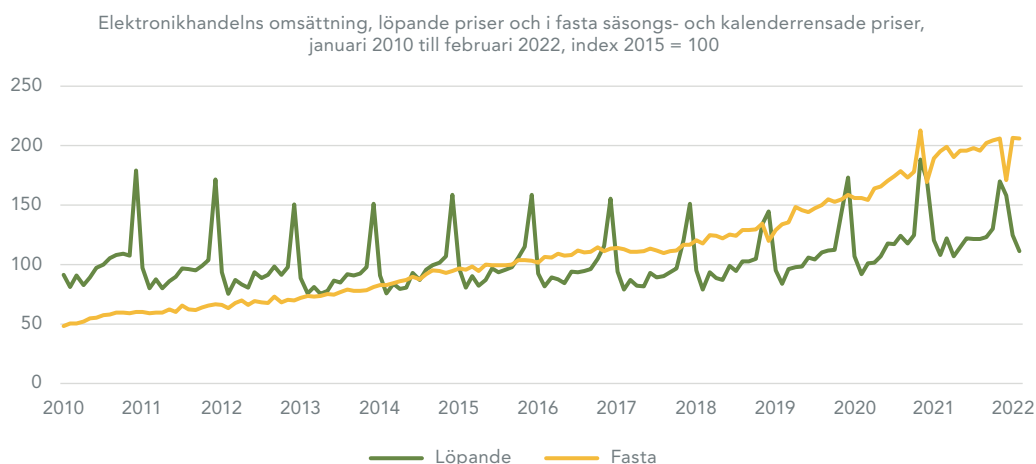
omsättningen i kronor som har betydelse och den står ganska stilla. Ur miljösynpunkt är det snarare antalet mobiltelefoner som är relevant. En ökad försäljning av elektronik i fasta priser är förenlig med att den fysiska volymen, räknat i antal eller i kilo, är relativt stabil. Därmed inte sagt att elektronikhandeln inte bör ta ett ökat ansvar för hållbarhet.



Förenklat kan SCB:s metodik för att beräkna försäljning i fasta priser beskrivas som följer. Först mäter SCB hur pris och kvalitet förändrats på ett år för en korg av varor. Exempelvis kanske mobiltelefoner har oförändrade nominella priser medan kvalitén bedöms ha ökat med 25 procent. Det kvalitetsjusterade priset blir då $1/1,25 = 80$ procent av förra årets pris. För en annan produkt, som också har oförändrat nominellt pris, kan det kvalitetsjusterade priset exempelvis uppskattas till 90 procent av förra årets pris om kvalitén ökat med cirka 11 procent. De olika priserna vägs ihop med vikter som motsvarar deras andel av konsumtionen. Låt säga att varukorgen består till hälften av mobiltelefoner, till hälften av den andra produkten. Inflationen inom varugruppen blir minus 15 procent.

I nästa steg mäter SCB omsättningen i branschen. Låt säga att omsättningen ökade med två procent nominellt. Givet en negativ prisutveckling på 15 procent kan försäljningsutvecklingen i fasta priser beräknas till $102/(1-0,15) = 120$ i indextal. Hur mycket försäljningen ökade i antal enheter är svårt att bedöma. Om konsumenterna betalar lika mycket per enhet ökade antalet enheter med två procent, om konsumenterna i genomsnitt hade oförändrade kvalitetskrav – så att säga köpta förra årets produkt – ökade antalet enheter med 20 procent. Om konsumenterna tvärtom uppgraderade sina kvalitetskrav snabbare än den tekniska utvecklingen är det tänkbart att antalet köpta enheter minskade.

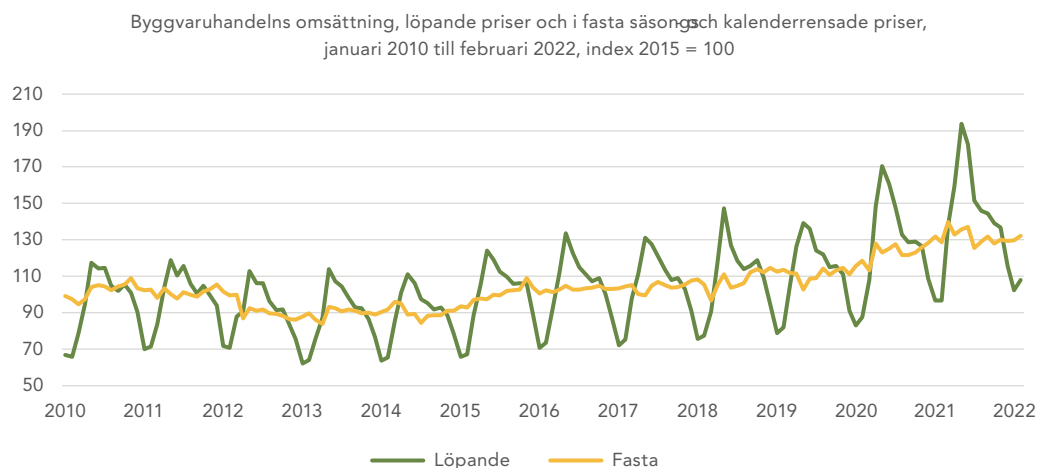
► Figur 4.3. Elektronikhandelns volym ökar mycket mer än omsättning i kronor.



Källa: SCB.

I figur 4.4 visas, som jämförelse, försäljningsutvecklingen för byggvaruhandel i fasta och löpande priser. I löpande priser har försäljningen under perioden ökat med i genomsnitt knappt 3,5 procent per år, i fasta priser med cirka 2,5 procent per år. Genom att prisökningen varit ungefär en procent per år har försäljningen ökat snabbare i löpande priser än i fasta priser, tvärt emot vad som gäller för elektronikhandeln. Även denna bransch kännetecknas som synes av kraftiga säsongvariationer.

► Figur 4.4. Inflation driver på byggvaruhandelns omsättning.



Källa: SCB.

E-handelns tillväxt bromsar när pandemin släpper

E-handelns andel av detaljhandeln har vuxit snabbt, vilket beskrivits i tidigare rapporter från Handelns ekonomiska råd och exempelvis i PostNords E-barometer. Enligt PostNord (2022) var e-handelns andel av hela detaljhandeln förra året 16 procent.

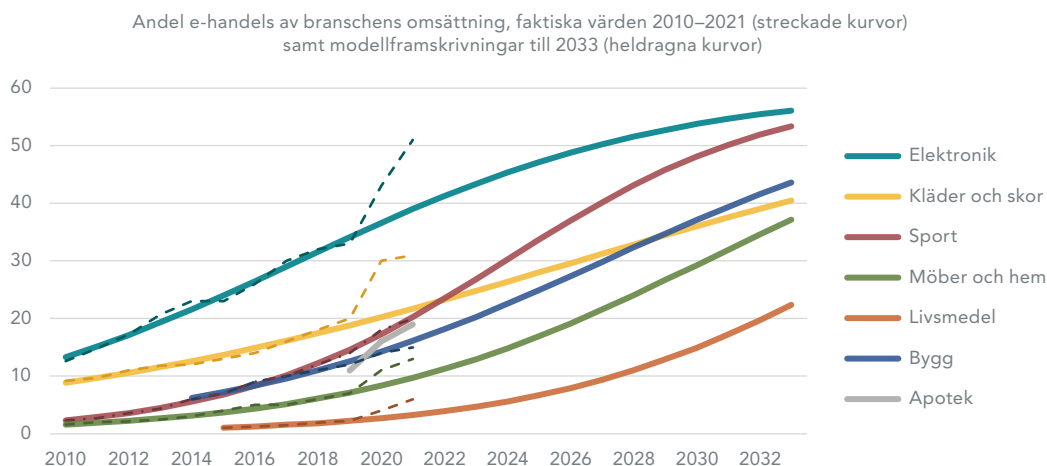
Under pandemin växte e-handeln extra snabbt, vilket vi diskuterade i förra årets rapport. Figur 4.5 visar e-handelsandelens tillväxt. Data är hämtade från E-barometern men tillväxt-

modellen har skattats av oss enligt den metod som beskrivits i våra tidigare rapporter. De heldragna kurvorna i färg i figuren visar modellframskrivningar fram till 2033, skattade

► UNDER PANDEMIN
VÄXTE E-HANDELN
EXTRA SNABBT

med faktiska värden fram till 2019. De streckade eller prickade kurvorna visar faktiska e-handelsandelar enligt e-barometern (PostNord).⁵

► Figur 4.5. Olika e-handelstillväxt i olika branscher.



Källa: PostNord, E-barometern, olika år, samt egna modellberäkningar.

Det framgår att tillväxten ökade dramatiskt under 2020, pandemins första år, för de flesta branscher. För två branscher, sporthandel och byggvaruhandel, ser dock utvecklingen ut att ha varit tämligen opåverkad av pandemin, såväl under 2020 som under 2021. För elektronikhandel och dagligvaruhandel har tillväxten tvärt om fortsatt i ungefär samma snabba takt under 2021 som under 2020, i varje fall utifrån helårssiffror. För kläd- och skohandel, slutligen, syns en tydlig uppbromsning så att tillväxttakten återgått till en mer normal nivå. Delvis anas samma tendens för möbler och heminredning.

► BRANSCHERNA HAR REAGERAT OLIKA PÅ PANDEMIN NÄR DET GÄLLER ÖVERGÅNG TILL E-HANDEL

Sammanfattningsvis har de olika branscherna reagerat olika på pandemin när det gäller övergång till e-handel. För vissa har tillväxten ökat kraftigt och under lång tid men för andra nästan inte alls. Figur 4.6 visar samma sorts skattning gjord på månadsdata från SCB-data. Den skattade tillväxtfaktorn för e-handeln sammantaget blir lägre och pandemieffekten

⁵ Vi har antagit att e-handelsandelen växer enligt en logistisk modell med slutandel 60 procent.

yttrar sig mer som en närmast momentan nivåhöjning i april 2020 och därefter en *långsammare* tillväxt än före pandemin.

I SCB-data finns en nivå­sänkning med drygt 20 procent i april 2018 samt en skattad nivå­höjning i april 2020 på drygt 20 procent. Nivå­­sänkningen beror på att ett eller flera företag ändrade sin näringsgrensklassificering. Statistiksekretess gäller för denna uppgift, men gissningsvis rör det sig om ett eller flera klassiska distanshandelsföretag bytt klassificering.

Med SCB-data skattas den årliga tillväxttakten för e-handel till cirka tio procent i *löpande* priser före pandemin men bara cirka två procent från april 2020 och framåt. Givet denna trendskattning kommer nivån i slutet av år 2022 att vara tillbaka på den nivå som är skattad pandemin förutan. Liknande resultat men med ännu snabbare återgång till den tidigare trenden redovisas i en studie baserad på kortbetalningar. Flertalet höginkomstländer, inklusive Sverige, har, enligt studien, återgått till ungefär den trend som gällde före pandemin redan under 2021; se Alcedo med flera (2022). En låg eller till och med negativ tillväxt för e-handel under sista kvartalet 2021 och första kvartalet 2022 har även rapporterats exempelvis av PostNord (2022) och av Clas Ohlsson.⁶

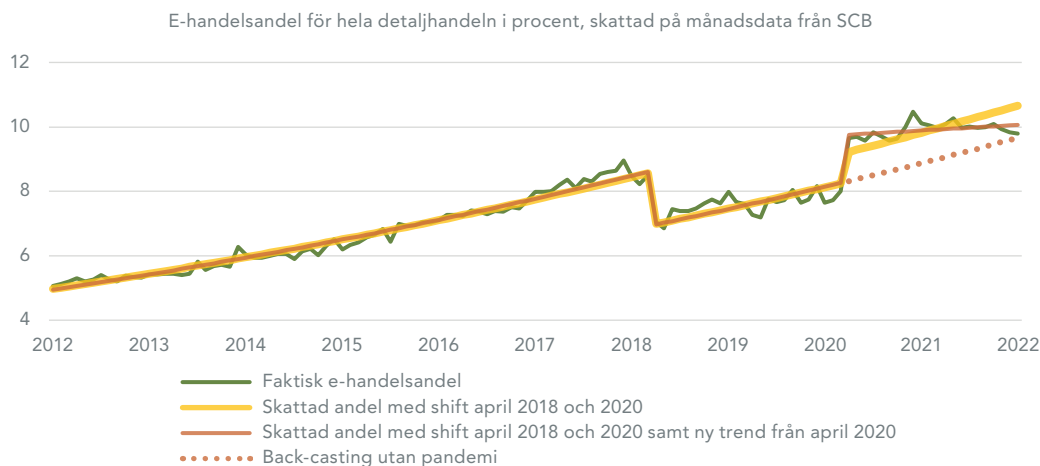
Delvis olika bilder av e-handelns tillväxt

Med data från PostNord skattas motsvarande tillväxttakt till cirka 15 procent för perioden 2012–2019, det vill säga betydligt högre än med SCB-data. En förklaring till den lägre tillväxttakten i SCB-data är att den även inkluderar traditionell postorder, som krympt och i stort sett försvunnit, men den effekten bör ha försvunnit de senaste åren. En annan möjlig förklaring är att tillväxten av e-handel varit snabbare för omniföretag än för specialiserade e-handlare. SCB-data bygger framför allt på renodlade e-handlare. Ytterligare en möjlig förklaring skulle kunna vara att utlandsbaserade e-handelsföretag vinner marknadsandelar i Sverige. PostNord (2022) rapporterar dock att andelen utlands­köp minskat de senaste åren.⁷

⁶ Dagens Industri 7 april 2022.

⁷ I samma rapport återges dock en observation från Per Ljungberg, Svensk Digital Handel, att utlandsbaserade e-handlares försäljning i Sverige snabbare än den sverigebaserade e-handeln under andra halvåret 2021.

► Figur 4.6. Övåntat snabb återgång till e-handelstrenden från före pandemin.



Källa: SCB samt egna modellberäkningar.

Kommentar: Nivån är kalibrerad för att matcha 2015 års nivå, i sin tur beräknad från PostNords data, med hjälp av uppgifter från HUI Research avseende omsättning i detaljhandeln år 2015.

För att ytterligare belysa skillnaden mellan tre olika undersökningar jämför figur 4.7, slutligen, e-handelsförsäljningen enligt de tre viktigaste undersökningarna av e-handels omsättning i Sverige, den från PostNord (E-barometer), den från Svensk Handel (E-indikatorn) och den från SCB. E-indikatorn bygger på intervjuer med enskilda personer om deras inköp. E-barometern och SCB:s statistik bygger på uppgifter från företag.

En visuell analys tyder på att de tre undersökningarna på det stora hela ger en liknande bild av e-handels utveckling under pandemin. Variationen är något högre i E-indikatorn än i de två andra dataserierna, vilket inte bara beror på att E-barometern redovisar kvartalsdata. Det är dock svårare att se en tydlig pandemieffekt när data inte är säsong- och kalenderjusterat, något som bara SCB gör (jämför föregående figur). En enkel statistisk analys visar att de tre dataserierna har ungefär samma tillväxttrender under den korta period alla tre kan jämföras.

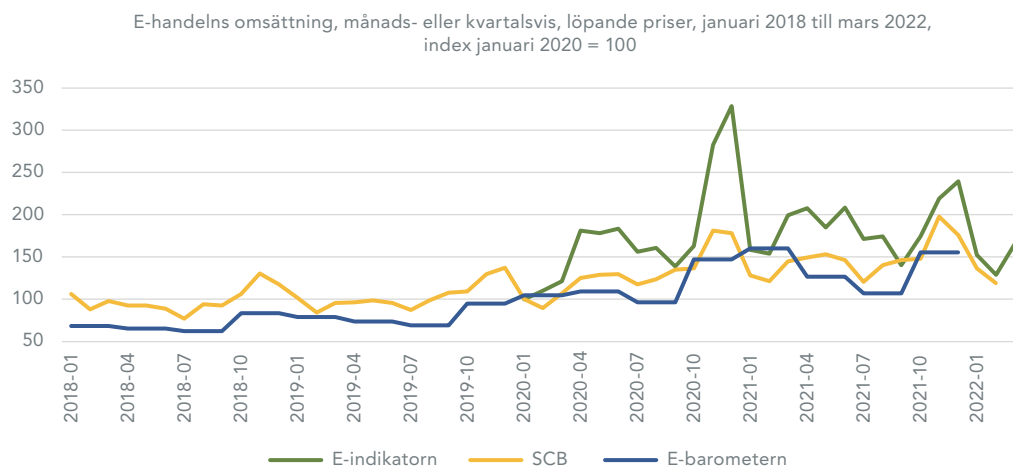
► E-HANDELNS TILLVÄXT HAR MATTATS AV

Kommentarer i årsredovisningar och annan finansiell kommunikation bekräftar bilden att e-handels tillväxt mattats av. Vissa tecken finns att detta gäller i ännu större utsträckning för omnihandel än för mer specialiserad e-handel. Ovan har Clas Ohlsons negativa försäljningsutveckling för e-handel nämnts. Svensk Dagligvaruhandel (2022) rapporterar negativ tillväxt för e-handel med dagligvaror sista kvartalet 2021 och samma sak rapporterar H&M för kvartalet som omfattar årsskiftet 2021/22. Lindex (Stockman) kommenterar i positiva

ordalag e-handelns omsättningsökning under året. Boozt redovisar en högre tillväxttakt under 2021 än under 2020.

Ica skriver i sin årsredovisning för 2021 att Apoteket Hjärtats onlineförsäljning ökade med 27 procent, vilket visserligen är mer än Apoteas tio procent⁸, men betydligt mindre än ökningen föregående år och om apoteksförsäljningen följer samma mönster som dagligvaruhandel kan Hjärtats siffror vara ett genomsnitt av en stark tillväxt i början av året och en negativ tillväxt mot årets slut. Apoteket redovisar en ökning av omsättningen i e-handeln i nivå med Apoteket Hjärtats ökning. Kanske är det så att försvagningen av e-handeln drabbat företag med omniförsäljning hårdare än renodlade e-handlare, det vill säga omvändningen till vad vi observerade föregående år.

► Figur 4.7. Liknande bild av e-handeln i tre undersökningar.



Källa: PostNord, Svensk Handel, SCB.

Kommentar: E-indikatorn finns bara tillgänglig från januari 2020. Kvartalsvisa indextal för E-barometern har beräknats av oss utifrån offentliga siffror med antagandet att säsongsvariationen för 2018 följer den i SCB:s tidsserie.

8 Enligt Market, 18 januari 2022.

Slutsatser

- **Sammantaget har pandemin lett till ökad försäljning i sällanköpshandel, men inte i dagligvaruhandeln.** Effekten har dock varierat mellan branscher, där inte minst kläd- och skohandeln drabbats hårt.
- **Konsumenternas e-handelsmönster verkar vara på väg tillbaka till den underliggande trenden i de flesta handelsbranscher.** Något förvånande, men i linje med en del internationell forskning, skulle detta innebära att “inlärningseffekten” av pandemin på konsumenternas köpbeteende faktiskt inte varit särskilt stark, möjligen med undantag för vissa handelsbranscher.
- **När försäljningsciffror för handeln och dess delbranscher analyseras är det viktigt att hålla isär volym- och priseffekter och att ta hänsyn till säsongeffekter.** För att bedöma effekter för handlare, för konsumenter respektive för miljön kan det vara relevant att använda delvis olika dataserier, vilket exemplet med elektronikhandeln visade.

5. Klimatomställning och klimatanpassning

Detta avsnitt beskriver inledningsvis de globala och nationella mål som kan kopplas till Parisavtalet för att minska växthusgasers utsläpp på samhällsnivå. Dessa mål utgår från territoriella utsläpp, men i en ny utredning föreslås att Sverige ska komplettera de territoriella med konsumtionsbaserade utsläppsmål. Vi beskriver skillnaderna mellan de två målen och diskuterar det nya förslaget.

På företagsnivå finns ett ökat intresse för att spegla utsläppen längs hela produktens livscykel med utvinning, produktion, transporter, användning och avfallshantering i fokus. Dessa så kallade livscykelanalyser beskrivs. Slutligen redovisas hur företagen arbetar med att klassificera utsläpp i kategorier (scope) – och hur de använder olika standarder – samt EU:s försök att hitta ett gemensamt klassificeringssystem med hjälp av en ny taxonomi.

Globala och nationella mål

Parisavtalet slöts 2016 och har ett gemensamt mål som i stort sett alla länder står bakom för att minska utsläppen av växthusgaser så att den globala uppvärmningen hålls långt under 2°C. Samtidigt strävar man efter att begränsa den till 1,5°C, ett mål som ser allt svårare ut att nå. År 2020 sjönk de globala utsläppen till 34,8 miljarder ton (Our World in Data), men det var en följd av pandemin, och ifjol beräknas de preliminärt ha ökat till 36,4 miljarder ton. År 1990 – en vanlig referenspunkt för nationella mål – uppgick de till 22,8 miljarder ton.

I avtalet, som är kopplat till FN:s klimatkonvention UNFCCC, ingår också att industriländer ger stöd till utvecklingsländer för att uppnå målet. Likaså innebär avtalet att länder som har bäst förutsättningar ska gå före. Efter klimatkonferensen COP26 i Glasgow finns nu en överenskommelse om att de nationella mål som Parisavtalet bygger på ska stämmas av årligen och att ambitionerna behöver höjas. För första gången nämndes också behovet av utfasning av de fossila bränslena och även subventioner till fossila bränslen (för mer information se till exempel Naturvårdsverkets hemsida).

Ökade ambitioner i EU:s klimatarbete

Sverige, som en del av EU, bidrar till EU:s klimatåtaganden i Parisavtalet, och det är EU som lämnar in en klimatplan som Sverige står bakom. EU:s klimatmål som sattes 2021 är att minska unionens utsläpp med minst 55 procent 2030 (Fit for 55), jämfört med nivåerna 1990. I den så kallade ”Gröna given eller Green Deal”, en grön tillväxtstrategi inom EU från 2019, ingår också att ha nettonollutsläpp av växthusgaser år 2050. EU har ökat ambitionerna och inför nya regleringar som skapar incitament för hållbarhet och resurseffektivitet, se avsnitt 7.

Sverige har ett klimatpolitiskt ramverk sedan 2017

I ramverket ingår ett nationellt klimatmål, en klimatlag och ett klimatpolitiskt råd som utvärderar och granskar regeringens politik som förs för att nå målet. Politik kan handla om att införa olika styrmedel i form av till exempel skatter, subventioner och regelverk. Fokus i det svenska ramverket är att åstadkomma en sammanhängande politik och att arbeta långsiktigt.

► FOKUS PÅ
ATT ARBETA
LÅNGSIKTIGT

Det nationella klimatmålet relateras till territoriella utsläpp inom landets gränser. Målet är att Sverige ska ha nettonollutsläpp 2045, det vill säga inga nettoutsläpp av växthusgaser till atmosfären. Jämfört med 1990 års nivåer ska utsläppen vara minst 85 procent lägre. Resterande 15 procent kan uppnås genom så kallade kompletterande åtgärder. Dessa kan handla om att binda in koldioxid genom åtgärder i skog och mark, lagring av koldioxid genom tekniska lösningar samt biståndssatsningar som minskar utsläppen i andra länder.

Sveriges utsläpp minskar, men inte tillräckligt snabbt

Sveriges utsläpp uppgick enligt Naturvårdsverket till totalt 46 miljoner ton 2020 – en minskning med 35 procent sedan 1990. Därmed behöver Sverige under de kommande 23 åren minska utsläppen med kvarvarande 65 procent från 1990 års nivå. För att nå ned till netto-nollutsläpp 2045 kommer omställningen således att behöva accelerera (Klimatpolitiska rådet, 2022). Utsläppen kan delas upp i två delar: 1) Utsläpp av växthusgaser som handlas

inom EU:s system för utsläppsrätter, 2) Utsläpp i den icke-handlande sektorn. Det finns även etappmål för den icke-handlande sektorn.⁹

I Parisavtalet ingår både klimatomställning och klimatanpassning. Medan omställning handlar om att ställa om samhället för att minska den globala uppvärmningen och innefattar en transformation från det fossila till det fossilfria samhället, handlar anpassning om att rusta samhället för de negativa effekter som uppvärmningen ger. Det handlar exempelvis om ökad förekomst och sårbarhet för översvämningar, värmeböljor, torka och bränder. Näringsliv, politik, hushåll och civilsamhälle arbetar gemensamt med både omställning och anpassning.

► GEMENSAMT
MÅL ATT MINSKA
UTSLÄPPEN AV
VÄXTHUSGASER

Territoriella och konsumtionsbaserade utsläpp

Parisavtalet bygger således på nationella mål, vilket innebär att världens länder mäter sina territoriella utsläpp, det vill säga de utsläpp som sker inom ett lands gränser. Ett annat sätt att mäta utsläppen är de så kallade konsumtionsbaserade utsläppen. Det är utsläpp som konsumtionen av varor och tjänster ger upphov till oavsett var utsläppen sker. Det betyder något förenklat att utsläppen från produkter som exporteras tas bort från de konsumtionsbaserade utsläppen, medan utsläpp från varor och tjänster som importeras läggs till. Även internationella flygresor ingår i de konsumtionsbaserade utsläppen.

De svenska konsumtionsbaserade utsläppen är dubbelt så stora som de territoriella

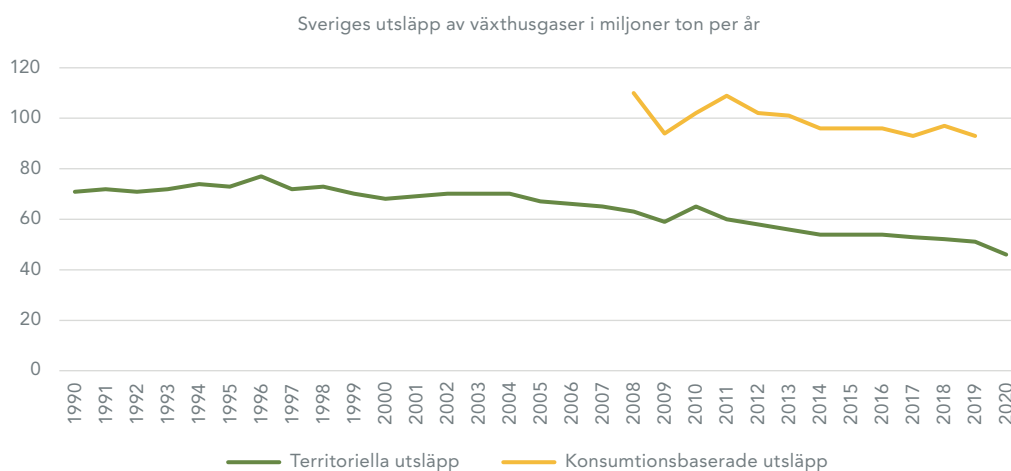
I Sverige beräknas de konsumtionsbaserade utsläppen till 93 miljoner ton (2019) eller nio ton per person, jämfört med de territoriella utsläppen på 4,9 ton per person (SOU 2022:15). För att nå Parisavtalet till 2050 skulle utsläppen behöva nå ned till högst ett ton per person. Uppskattningar av svenska konsumtionsbaserade utsläpp har gjorts sedan 2008, och de har

⁹ De så kallade etappmålen innebär att utsläppen 2020 skulle vara 40 procent lägre än 1990 års nivå. Detta mål har uppnåtts. Två etappmål återstår, det vill säga 63 procent lägre utsläpp 2030 och 74 procent lägre utsläpp 2040. Det finns också ett etappmål för inrikestransporter (ej flyg) där utsläppen ska vara minst 70 procent lägre 2030 jämfört med 2010. Det finns en politisk prioritering sedan tidigare om att fordonsflottan ska vara fossiloberoende 2030.

sedan dess minskat med 16 procent, vilket är en långsammare takt än den för minskningen av de territoriella utsläppen.

Sverige, som använder mycket fossilfri energi i produktionen, har jämfört med andra länder en stor andel fossilfri export. Samtidigt är importen inte lika koldioxidsnål. Därför blir de konsumtionsbaserade utsläppen större än de territoriella i Sverige, och jämfört andra länder är det en ovanligt stor skillnad mellan de två typerna av utsläpp. Av de konsumtionsbaserade utsläppen uppstår knappt två tredjedelar utomlands, se figur 5.2. En stor del av importen kommer från EU-länder där det finns ambitiösa klimatmål, men importen från Kina, och flera andra länder, använder en större andel kol.

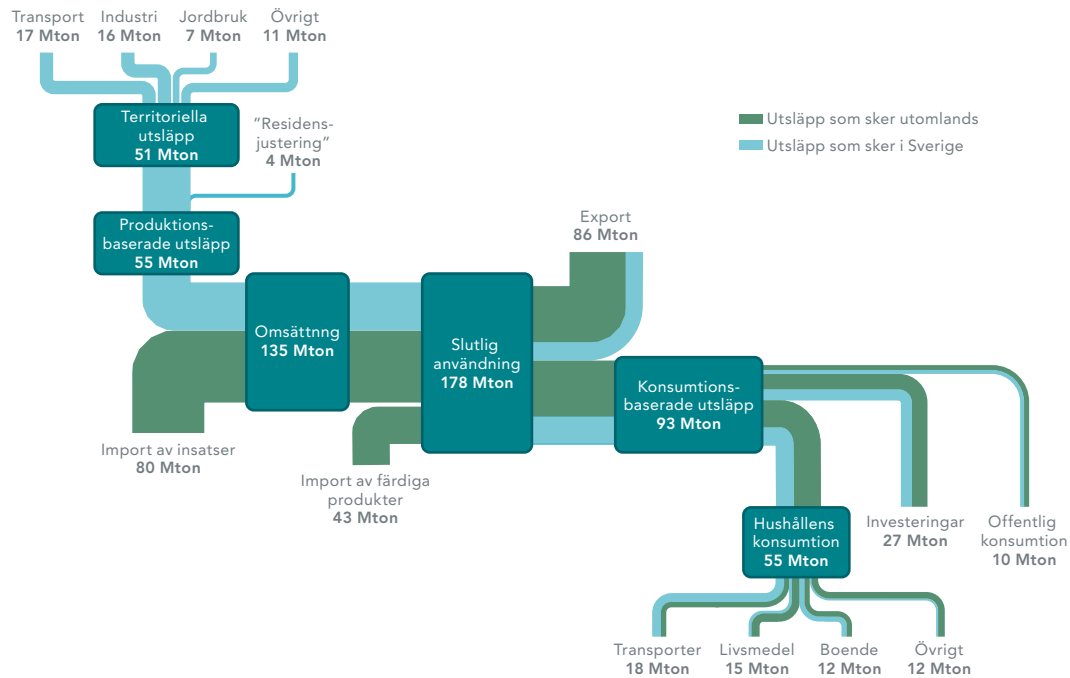
► Figur 5.1. Svenska territoriella och konsumtionsbaserade utsläpp.



Källa: Naturvårdsverket.

Hösten 2020 fick Miljömålsberedningen i ett tilläggsdirektiv i uppdrag att se över hur klimatpåverkan från konsumtion kan minska. Beredningens förslag presenterades den 7 april 2022 och kan sammanfattas med att det nuvarande territoriella klimatmålet bör kompletteras med mål om klimatpåverkan från konsumtion och klimatnyttan från export. Förslaget innebär att utsläppen från konsumtion behöver minska med mellan 66 och 73 procent till 2045, jämfört med 2010.

► Figur 5.2. Relationen mellan territoriella, produktions- och konsumtionsbaserade utsläpp.



Källa: Naturvårdsverket, SCB och SOU 2022:15. Not. Utsläppen hänförs till året 2019.

Förslag om konsumtionsbaserade utsläpp

Förslaget är att det territoriella målet ska vara kvar, men att det ska kompletteras med det konsumtionsbaserade målet. Alla riksdagspartier står bakom förslaget. Vidare föreslås ett netto-noll mål för konsumtionen, det vill säga att man kan kvitta en viss återstående del mot negativa utsläpp i form av att man fångar upp och lagrar koldioxid från till exempel industriproduktion (vilket inte har med konsumtionen att göra). Man kan även kvitta mot klimatvinster som kommer från svensk export eftersom denna är mer koldioxidsnål. I takt med att andra länder får mer ambitiösa klimatmål och får ned koldioxidutsläppen kommer klimatvinsterna från exporten att minska, liksom koldioxidinnehållet i importen. Förutom att det är svårt att mäta klimatvinsterna man kan kvitta mot är det svårt att sätta mål som styr dem eller ökar dem. Förslaget om de konsumtionsbaserade utsläppen är därför inte så strikt som väntat, och de konsumtionsbaserade utsläppen är inte lätta att styra med den samlade svenska politiken eftersom de i stor utsträckning beror på förhållanden i länder som exporterar till Sverige (se till exempel Azar, 2022).

Likväl ökar fokus på Sveriges konsumtionsbaserade utsläpp, i samhället i stort, i politiken, i näringslivet och bland konsumenter. Även i EU förutses dessa utsläpp prioriteras mer, samtidigt som det finns insikt om svårigheter att definiera och mäta dessa utsläpp. Det är oklart om förslaget från SOU 2022:15 kommer att gå igenom. Även om alla riksdagspartier står bakom kan den kommande remissrundan och utvecklingen efter valet påverka utfallet.

Livscykelanalyser används allt mer

Ett komplement till att sätta konsumtionsbaserade utsläppsmål på samhällsnivå är att arbeta med varje produkts utsläpp över hela livscykeln, och att göra en så kallad livscykelanalys (LCA). Livscykeln börjar med materialutvinning, fortsätter med produktion, sedan användning och slutligen avfallshantering. Genom denna analys förstås bättre vilken miljöpåverkan produkten har och om det är möjligt att minska den, genom att välja andra material, annan produktionsteknik, annat produktionsland, och så vidare. Se till exempel en färsk rapport från Svenska Miljöinstitutet (IVL) som tillsammans med Apoteket Hjärtat, Perrigo och IDUN materials arbetat med tre ansiktskrämers klimatpåverkan i en LCA (Nyblom med flera, 2022).

Handelns roll i livscykelperspektivet är således ofta att vara en förmedlare av varor som har producerats av annan aktör. En stor andel av klimatpåverkan sker i utvinnings- och producentled, medan andelen utsläpp som kommer från transporter och varuförmedling ofta är mindre (HUI, 2014). Likaså har kundens beteende betydelse för hur varan används och hur avfallshanteringen sköts. Men genom att fokus på konsumtionsbaserade utsläpp nu ökar – samtidigt som EU reglerar och ökar ansvaret även för varuförmedlaren vilket belyses i avsnitt 7 – finns också ett större intresse för att se en varas hela klimatpåverkan, det vill säga att den är hållbar hela vägen. Även om handeln inte är ansvarig för utsläppen i alla led – och heller inte svarar för de största utsläppen – förutses handeln som länken mellan produktion och konsumtion bli en bransch som i allt större utsträckning tar ett ansvar för analysen av en varas hela klimatpåverkan.

Företagens arbete med mål och standarder

FN:s medlemsländer antog 2015 Agenda 2030, en universell agenda som innehåller 17 globala mål för en ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbar utveckling. Dessa mål kallas också ”Sustainable Development Goals”, SDG. Många företag arbetar med att uppfylla alla eller några av dessa mål. Även om alla mål är relevanta, är särskilt mål 12 och

mål 13 av stor betydelse i denna rapport. Mål 12 är ”Hållbar konsumtion och produktion” och Mål 13 är ”Bekämpa klimatförändringarna”. Statistiska centralbyrån (SCB) följer löpande hur Sverige klarar att nå dessa mål.

Flera standarder för vad som kan räknas som hållbart

Det finns en samsyn om att investeringar i miljömässigt hållbara lösningar måste öka för att målen ska nås. Det är dock ofta svårt att identifiera och mäta vad som är miljömässigt hållbart. Under åren har olika standarder utvecklats för att hjälpa investerare och finansmarknaden i stort att avgöra om investeringar bidrar till hållbarhet, eller om det handlar om så kallad greenwashing där företag ger en bild i sin marknadsföring att vara hållbara, men har verksamhet som marginellt förbättrar eller till och med försvårar att nå klimatmålen. För mer information om olika standarder, se till exempel Sustainable Finance Lab, 2022.

▶ INVESTERINGAR I MILJÖMÄSSIGT HÅLLBARA LÖSNINGAR

Det finns företag som har valt att utgå från Science Based Target (SBT), ett samarbete mellan CDP (tidigare Carbon Disclosure Project), FN Global Compact, World Resources Institute (WRI) och Världsnaturfonden (WWF). Enligt SBT släpper företagen som ingår i samarbetet ut 1,2 miljarder ton CO₂, och har minskat utsläppen med 25 procent 2015–2019. Företagen måste arbeta med scope 1 och 2 i Greenhouse Gas Protocol, men om scope 3 överstiger 40 procent av företagets utsläpp, ingår även scope 3. För många företag i handeln är det scope 3 som är i fokus, med kring 70–80 procent av utsläppen i denna kategori.

Scope 1: Direkta växthusgasutsläpp som kontrolleras av företaget.

Scope 2: Indirekta växthusgasutsläpp från konsumtion av elektricitet och uppvärmning.

Scope 3: Andra indirekta växthusgasutsläpp, uppströms och nedströms.

TCFD står för Taskforce on Climate-related Financial Disclosure och är ett ramverk för att kunna identifiera bolagens klimatrelaterade finansiella risker och möjligheter. Initiativet lanserades 2017 och svenska banker och institutionella investerare har anslutit sig till initiativet. Syftet är att arbeta för att höja kvaliteten på rapporterad data från företag man investerar i, samt på sikt också bredda den till att omfatta alla tre scope och på så sätt få ett helhetsperspektiv och rättvisande klimatavtryck för ett företags hela verksamhet – inklusive produkternas hela livscykel.

EU:s taxonomi

Det finns flera liknande standarder som beskrivits ovan att utgå ifrån världen över. Inom EU insågs också behovet av ett gemensamt klassificeringssystem så att klimatmålen kan uppnås och att ”Gröna given” kan skyndas på. I juni 2020 antogs EU:s gröna taxonomiförordning. För att en verksamhet ska kunna klassificeras som hållbar ska den bidra till ett eller flera av sex miljömål (se nedan), och inte orsaka betydande skada för de övriga målen, och även uppfylla vissa minimikrav inom hållbarhet.

Taxonomin omfattar följande miljömål:

1. Begränsning av klimatförändringar
2. Anpassning till klimatförändringar
3. Hållbar användning och skydd av vatten och marina resurser
4. Övergång till en cirkulär ekonomi
5. Förebyggande och kontroll av föroreningar
6. Skydd och återställande av biologisk mångfald och ekosystem

Allt fler företag kommer att omfattas av taxonomin

Taxonomin omfattar till en början dels finansmarknadsaktörer och bolag som erbjuder finansiella produkter inom EU (till exempel pensionsfonder, banker, kapitalförvaltare), dels börsnoterade företag med fler än 500 anställda. Den kommer även indirekt påverka företag som inte omfattas av lagkravet. Dessutom kommer taxonomin över tid att utökas till att omfatta många fler företag.

Under 2022 behöver större företag rapportera hur stor andel av verksamheten som berörs av taxonomin, det vill säga hur stor andel av verksamheten som inkluderas i de ekonomiska aktiviteter som är listade inom taxonomin. Från 2023 behöver stora företag även rapportera hur väl de uppfyller taxonomins tekniska kriterier, om de klarar kraven för att inte orsaka betydande skada för övriga miljöområden samt om de uppfyller minimikrav kring sociala frågor som mänskliga rättigheter. Sverige har givit stöd till införandet av taxonomin, men har ifrågasatt regelverk som inkluderar skogsbruk, bioenergi och vattenkraft. Regeringen klassificerar kärnkraft som hållbar, men inte naturgas.

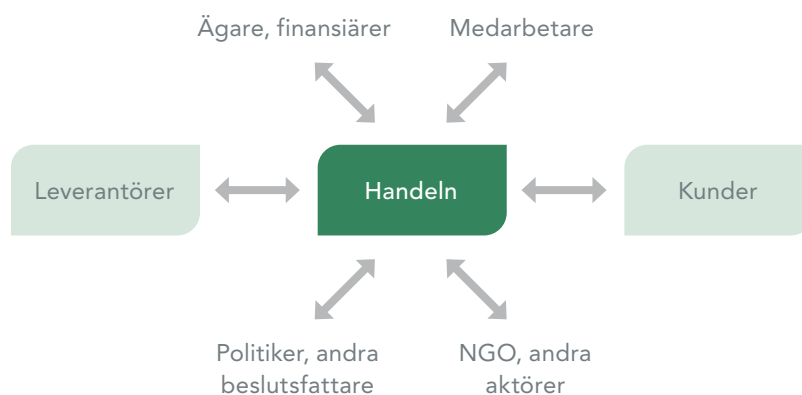
Slutsatser

- Fokus på konsumtionsbaserade utsläpp har ökat från bland andra EU, regeringar och konsumenter. Fokus har även ökat på företagens utsläpp i ett livscykelperspektiv, det vill säga från materialutvinning, produktion, användning och avfallshantering. Handelsföretag behöver följa hela värdekedjan och så långt det är möjligt kunna redogöra för sina produkters klimatpåverkan. Det finns alltså svårigheter med att definiera och mäta utsläpp, och handeln behöver vara med i processen att arbeta med dessa hinder.
- Handelsföretag kommer att behöva förhålla sig till ett ökat fokus på konsumtionsbaserade utsläpp genom att avsätta större resurser för att bedöma sortimentets klimatpåverkan. Små och medelstora företag kommer att behöva lägga en större andel av sin omsättning jämfört större företag, och utmanas därmed konkurrensmässigt.

6. Handelns roll för klimatet

Som konstaterats i avsnitt 5 är Sveriges konsumtionsbaserade utsläpp av växthusgaser större än de territoriella utsläppen. Handeln har i detta sammanhang en central position där den knyter samman produktion och konsumtion. I detta avsnitt presenteras en övergripande bild av handelns roll för klimatet baserat på dess roll i värdekedjan (se figur 6.1). Diskussionen i avsnittet fokuserar på handelns roll som länk mellan leverantörer (produktion) och kunder (konsumtion). Avsnittet följs upp med ett avsnitt om regleringar (avsnitt 7) och ett annat om finansierings, ägares och anställdas påverkan (avsnitt 8).

► Figur 6.1. Handelns roll i värdekedjan.



Hållbar konsumtion – finns den?

Även om det finns anledning att ifrågasätta huruvida det går att kombinera hållbarhet och konsumtion slår Agenda 2030 fast att målsättningen är att skapa förutsättningar för hållbar(are) produktion och konsumtion, snarare än att bromsa konsumtionen i sig. Det handlar om att främja en utveckling som kombinerar ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet.¹⁰

¹⁰ Uppföljning av SDG12 för Sverige finns här: <https://scb.se/hitta-statistik/temaomraden/agenda-2030/mal-12/>.

Stor variation i var klimatavtrycken sker mellan branscher

När det kommer till klimatpåverkan är spridningen stor avseende var klimatavtrycken för olika branscher faktiskt uppstår. Exempelvis är avtryck i produktion avgörande för mat och mode, medan avtryck i användningen är störst för fordonsindustrin. Detta innebär att det för företag som Ica och H&M är angeläget att arbeta mot leverantörer, medan det för fordonstillverkare som Volvo och Scania snarare handlar om att utveckla möjligheterna att använda produkten i en mer klimatvänlig riktning (se Öhman, 2021). Det innebär också att den första gruppen av företag inte kommer att vara lika synliga i de territoriella avtrycken som de sista.

Ofta utgår beräkningar av konsumtionsavtryck från aggregerad påverkan och totalt värde för olika produkter på branschnivå, men även livscykelanalyser används. Skillnaderna är stora avseende produkter som förmedlas i handeln. Exempelvis visar forskningsprojektet Mistra Future Fashion att de konsumtionsbaserade utsläppen för kläder som konsumeras i Sverige till 80 procent uppstår i produktionen, till tre procent i handeln och till 17 procent i användningen (Sandin med flera, 2019). Avtrycken sker alltså inte i det som kallas scope 1 och 2, utan i scope 3, det vill säga delar av verksamheten som handels företag inte själva kontrollerar. På ett övergripande plan uppskattar Handelsanställdas förbund handels egna utsläpp till knappt tio procent (Handelsanställdas förbund, 2020). För e-handelsaktörer är andelen direkt avtryck ofta lägre (STICA, 2022).

Stor variation i klimatavtryck mellan produktgrupper

I Sverige kommer den största andelen konsumtionsbaserade utsläpp från konsumtion av livsmedel, transporter och energi. Men, variationen i avtryck är stor mellan olika produktgrupper i en och samma bransch. Exempelvis utgör mejeri och animaliska produkter den största delen av livsmedelsbranschens avtryck och nästan alla växtbaserade produkter har lägre miljöpåverkan än kött och mjölk¹¹ (Kamb med flera, 2019). Även klimatavtryck per krona för vanliga konsumtionsvaror varierar stort inom men också mellan olika produktslag (Carlsson Kanyama med flera, 2019).

¹¹ Detta gäller så länge de inte odlas i växthus eller transporteras med flyg.

I föregående avsnitt lyfte vi fram komplexiteten i att beräkna klimatpåverkan av konsumtion. På en samhällsnivå handlar det om att väga klimatpåverkan av importerade varor mot exporterade varor, medan det på företagsnivå snarare rör sig om att förstå vilken påverkan verksamheten haft ”från vaggan till graven” genom livscykelanalyser (LCA). För att ta fram pålitliga LCA-analyser krävs detaljerade klimatdata i flera led. Då LCA är komplexa och tidskrävande är det vanligt att utgå från olika typer av schablonberäkningar, ofta på bransch- eller materialnivå. I likhet med uppskattningarna om konsumtionsutsläpp baseras således LCA på många antaganden. I sammanhanget kan också noteras att den svenska tillgången på förnybar energi gör att beräkningar om användandet tenderar att bli lägre i Sverige än internationellt (Sandin med flera, 2019).

Viktigt att förlänga livslängden på produkter

Även när påverkan på konsumtionsavtrycken ligger i produktionen är konsumtionen viktig. Om en produkt håller längre kan produktionsavtrycket fördelas över fler användningstillfällen och en längre tidsperiod. Det finns därtill möjligheter att uppmuntra andra typer av användning och efterliv, vilket kan minska klimatavtrycket av de produkter som redan finns. Beräkningar från forskningsprojektet Mistra Sustainable Consumption visar att konsumenter idag skulle kunna minska sina utsläpp från mat, semester och inredning med nästan 40 procent genom att byta från ur klimathänsyn sämre till bättre redan existerande alternativ (Svenfelt med flera, 2022). Men detta är långt ifrån tillräckligt för att nå de globala målen. Det kommer att krävas tekniska innovationer och konsumtionsförändringar för att nå de uppsatta målen.

► ANDRA TYPER AV ANVÄNDNING OCH EFTERLIV

Vilken betydelse har handeln för klimatet?

Den ledande akademiska forskningstidskriften Journal of Retailing publicerade 2021 en översikt över handelns hållbarhetsarbete. I artikeln argumenterar Vadakkepatt med flera (2021) för att handelns roll som länk mellan produktion och konsumtion gör den till en viktig aktör i arbetet mot ett mer hållbart samhälle. Forskarna menar att det finns stort utrymme för handeln att utveckla sin verksamhet inom området samt att hållbarhet kommer att vara en avgörande konkurrensfråga för branschen framöver. Investeringar i hållbarhet kan användas av handelns aktörer för att differentiera sig från konkurrenter, men också vara en förutsättning för att leva upp till de regleringar och krav som kommer

att ställas (se avsnitt 7). Samtidigt kan investeringar i mer hållbara värdekedjor vara ett sätt att hantera risker i verksamheten och bli alltmer avgörande för att attrahera kapital (se avsnitt 8). Hållbarhetsarbetet kan också öka lönsamheten i verksamheten på sikt, då det i mångt och mycket handlar om att skapa en mer resurseffektiv verksamhet, exempelvis med mindre svinn, lägre energianvändning och smartare transporter och förpackningar, något som tenderar att minska verksamhetens kostnader.

Handelns företag prioriterar hållbarhetsarbetet

Enligt Svensk Handels hållbarhetsundersökning 2020/21 jobbar 78 procent av handelsföretagen aktivt med frågor som rör hållbarhet. För stora företag (>50 anställda) är andelen 98 procent, men ju mindre företag desto mindre är andelen (10–49 anställda: 86 procent, 0–9 anställda: 69 procent). I samtliga grupper ökar andelen företag som aktivt jobbar med frågan och snabbast är ökningen bland de mindre företagen. När företagen i samma undersökning själva bedömer vad som är den högst prioriterade hållbarhetsfrågan¹² är förbättrad resurshantering det vanligaste svaret (39 procent av företagen). På andra plats kommer åtgärder som underlättar för kunderna att göra mer hållbara val (35 procent). Därefter följer minskat lager/osålda varor (30 procent). Klimatfrågor hamnar på 6:e plats (22 procent).

Hållbarhets- och klimatommärkningar en viktig del av arbetet

Ett synligt resultat av hållbarhetsarbetet i handeln är satsningen på olika typer av hållbarhetsmärkningar av sortimentet. Även om märkningar länge använts för att hjälpa kunder att hitta mer hållbara produkter i sortimentet (exempelvis introducerades KRAV-märkningen 1985, se Tamm Hallström och Yngmark (2018) för en översiktlig beskrivning av handelns certifieringsarbete) är märkning av klimatomtryck en nyare företeelse. Tabell 6.1 listar några exempel på initiativområdet.

¹² Frågan är ställd som: Vilka hållbarhetsfrågor kommer ert företag att prioritera externt mot leverantörer, kunder och andra intressenter under det närmaste året? Max tre svarsalternativ. Bas: Arbetar aktivt med frågor som rör hållbarhet.

► Tabell 6.1. Exempel på verktyg för klimatavtryck av konsumtion.

Initiativ	Bransch	Geografiskt fokus	Exempel på användning	Beskrivning
HIGG Index/ Sustainable Apparel Coalition (SAC) (www.apparelcoalition.org)	Mode	Global	H&M, STICA	Klimatavtryck är en del av indexet som även innehåller fyra andra hållbarhetsdimensioner. Totalt cirka 17 000 varor. Påverkan på företag, material, produkt, enhet och medarbetarnivå.
RISE klimatdatabas för livsmedel (www.ri.se)	Livsmedel	Sverige	Mat.se, Coop	Innehåller data om klimatavtryck baserat på livscykelanalyser av mer än 750 livsmedel, representativa för svensk livsmedelskonsumtion. Generell påverkan på produkt (ej specifika tillverkare).
Svalna (www.svalna.se)	Alla	Sverige	Konsument-app och forskning	Innehåller data om klimatavtryck baserad på Statistiska Centralbyråns miljöräkenskaper och använder ett genomsnittligt koldioxidavtryck per bransch baserat på var inköp sker. Generell påverkan på branschnivå (ej specifika produkter eller tillverkare), baserad på Anderson (2020).
Ålands Index/ Doconomy (www.doconomy.se)	Alla	Global	Mastercard, Klarna	Indexet baserat på S&P Truecost och använder ett genomsnittligt koldioxidavtryck per bransch baserat på var inköp sker. Generell påverkan på branschnivå (ej specifika produkter eller tillverkare).

Den typ av initiativ som tabellen ger exempel på är viktiga om handeln ska kunna ställa om till en mer klimatmässigt hållbar verksamhet. För att minska påverkan behövs kunskap om vilket klimatavtrycket är och var det uppstår. Dessutom måste beräkningar göras på olika nivåer i verksamheten, från produkt, till sortiment, till övergripande företagsnivå. Ett antal företag såsom exempelvis Ica och Coop har också börjat sätta upp mål för konsumtionsavtryck från sina kunder.

Bristande tillgång på klimatdata

Det är ofta svårt för enskilda företag att ta fram de uppgifter som behövs för denna typ av beräkningar på egen hand. Många initiativ till klimatmätningar av konsumtion görs i samarbete med branschkollegor (till exempel HIGG index), forskare och forskningsinstitut (till exempel RISE klimatdatabas och Svalna) och/eller i form av start-ups fokuserade just på sådana tjänster (till exempel Ålands Index/Doconomy). Ett undantag är Coops

hållbarhetsdeklaration (ej inkluderad i tabellen) som är utvecklat av en enskild aktör. Hållbarhetsdeklarationen innehåller tio hållbarhetsdimensioner, varav klimat (baserad på RISE:s klimatdatabas) är en. Även här är dock utgångspunkten en väsentlighetanalys från det branschgemensamma initiativet ”Hållbar livsmedelskedja” och ambitionen tycks vara att få fler aktörer att använda deklARATIONEN.

Bristande kvalitet på klimatdata

Datansamling och kvalitetssäkring är en stor utmaning för företag som vill jobba mer aktivt med dessa frågor. STICA (The Swedish Textile Initiative for Climate Action) är ett branschgemensamt initiativ som samlar ett 50-tal aktörer inom mode. I sin senaste rapport listar de följande utmaningar när det kommer till datakvalitet (STICA 2022): precision (värdena förändras och varierar mellan olika alternativ och marknader, varför den tillgängliga data inte alltid är tillförlitlig), representation (de antaganden som görs i analyserna speglar inte alltid faktiska förhållanden), systemberoenden (en till synes liten förändring i material kan leda till stor påverkan på klimatet om den exempelvis leder till nya fabriker) samt datatillgång (tillgängliga data är ibland låsta i kommersiella databaser eller ägs av enskilda företag).

► DATAINSAMLING OCH
KVALITETSSÄKRING ÄR
EN STOR UTMANING

Att integrera klimatdata i beslutsfattandet

En annan utmaning handlar om hur klimatavtrycket ska hanteras för att säkerställa att utvecklingen av klimatarbetet går ihop med utvecklingen av den egna verksamheten. När detta ska göras uppstår ofta olika målkonflikter (se exempelvis Nyblom med flera, 2022 och STICA, 2022). Även om många handelsföretag satt tydliga hållbarhetsmål är det ofta svårt att värdera klimatpåverkan i de ekonomiska kalkylerna. Handelns verksamhet är fokuserad på försäljning och företag har ofta väletablerade styrsystem för volym och marginaler. Om erbjudandet ska utvecklas till att bli mer hållbart måste dessa styrsystem också belöna (mer) hållbar försäljning över annan (mindre hållbar) försäljning. Ibland kan denna skiftning vara självförstärkande, exempelvis om högre priser på eko-produkter möjliggör högre marginaler, men ibland gäller det motsatta.

Att balansera klimatpåverkan och tillväxt

En annan utmaning ligger i motsättningen mellan tillväxt i försäljning och ett minskat klimatavtryck. För att förstå den påverkan företaget har och hur denna kan minskas räcker det ofta inte med att studera det absoluta värdet. Detta gäller särskilt företag som växer. Här blir en utmaning hur man ska skala sina utsläpp: Per produkt? Per krona? Per användning? Beslut som fattas kring detta kan få stor påverkan för resultatet. Exempelvis får en lågprisaktör ofta ett lågt avtryck per produkt, men sannolikt ett högre avtryck per krona, jämfört med en aktör med ett mer konventionellt erbjudande.

► BESLUT OM HUR
MAN MÄTER SINA
UTSLÄPP KAN FÅ
STOR PÅVERKAN

Leverantörer som aktör i handelns hållbarhetsarbete

Med tanke hur viktig produktionen är för handelns klimatavtryck är sortiment och inköp av avgörande betydelse i handelns hållbarhetsarbete. Handeln kan verka för att tillverkande företag anpassar sin verksamhet på klimatområdet genom att ställa krav på sina leverantörer. Här finns också ett ökat tryck från konsumenter att handeln faktiskt ska ta ansvar för klimatpåverkan av de produkter som erbjuds. Enligt Svensk Handels hållbarhetsrapport anser 79 procent av konsumenterna att det är viktigt att produkterna har liten klimatpåverkan, att jämföra med 61 procent för fem år sedan. Samtidigt pekar rapporten på att företag ser arbetet med leverantörer¹³ som mindre prioriterade än arbetet mot kund ur ett hållbarhetsperspektiv.

Vadakkepat med flera (2021) listar tre sätt som handeln kan verka för ett minskat klimatavtryck i leverantörsledet:

1. Handel kan ge incitament för producerande företag att förbättra klimatarbetet genom standarder, normer och riktlinjer.

¹³ Undersökningen innehåller två alternativ som rör arbetet med leverantörer: 14 procent av de svarande företagen rankar omprövning av leverantörer som inte lever upp till krav som en av de tre viktigaste hållbarhetsfrågorna. För alternativet flytta mer produktion/söka fler leverantörer inom EU är andelen åtta procent. Se föregående not för information om hur frågan är formulerad.

2. Handeln kan verka för kunskapsspridning och informationsdelning avseende marknadens förväntningar när det kommer till hållbarhet.
3. Handeln kan jobba med investeringar och möjliggörande av hållbarhetsåtgärder bland aktörer i produktionsledet.

Samarbete med leverantörer

Ett exempel på ett initiativ som syftar till att ge incitament (1) och verka för kunskapsspridning (2) är Walmarts ”Project Gigaton” där handelsjätten tillsammans med ledande NGOs, som Världsnaturfonden (WWF) och amerikanska Environmental Defense Fund (EDF), skapat ett initiativ för att minska eller utesluta en miljard ton (det vill säga ett gigaton) koldioxidekvivalenter från sin globala värdekedja till 2030. Projektet erbjuder leverantörer stöd för att prioritera inom olika områden de ska börja sitt hållbarhetsarbete, men också rörande arbetssätt och möjlighet att synliggöra det arbete som görs. Projektet inleddes 2017 och den senaste delrapporten från 2020 pekar på att man under de tre första åren nått 42 procent av detta mål.¹⁴

Samarbete med konkurrenter

Eftersom Walmart är ett av världens största företag kan det uppnå en kraftfull påverkan genom att ställa krav och erbjuda incitament och kunskap för sina leverantörer. I handeln finns emellertid också många små företag som inte har de resurser som krävs för att på egen hand göra det. Samarbeten kan då bli en viktig väg framåt. Ett intressant exempel i detta avseende är H&M:s initiativ Treadler som erbjuder små företag access till H&M:s leverantörer samt kompetens kring hållbarhetsarbete i tillverkningsledet. Denna satsning kan ses som ett sätt att möjliggöra ytterligare investeringar i produktionsledet (3), då dessa i sin tur kan leda till intäkter och fördelas på fler aktörer.

Vi ser idag flera exempel på handelsföretag som jobbar med alla dessa tre åtgärder. Svenska företag tenderar att ligga långt fram i internationella jämförelser och det finns ett flertal branschinitiativ där konkurrenter och leverantörer går samman för att hantera vissa av dessa utmaningar. Ett exempel är Svensk dagligvaruhandels arbete med en färdplan inom

¹⁴ <https://www.walmartsustainabilityhub.com/climate/project-gigaton>.

ramen för Fossilfritt Sverige där Svensk dagligvaruhandel, Svensk plaståtervinning och DLF (Dagligvaruleverantörernas förbund) genom strategin Plastsprånget 2025 samarbetar för att redan år 2025 uppnå EU:s återvinningsmål för 2030 om 55 procent återvinning av plastförpackningar.

Kunder som aktör i handelns hållbarhetsarbete

För att klimatavtrycken av konsumtion ska sänkas krävs att konsumenterna förändrar sitt beteende. Här kan handeln spela en stor roll. Svensk handels hållbarhetsrapport 20/21 visar att många företag ser kundrelationen som en viktig del i hållbarhetsarbetet: 65 procent anger att den viktigaste anledningen till att jobba med hållbarhet är ett stärkt varumärke, vilket är något högre än de 61 procent som menar att det handlar om att bidra till en hållbar utveckling.

Samtidigt varnar många forskare för en övertro på kundernas roll i klimatomställningen (se exempelvis Svenfelt med flera, 2022; Blom och Rosengren, 2020). Baserat på den akademiska litteraturen inom hållbarhet och kundbeteenden har vi identifierat tre områden där handelns aktörer kan agera för att skapa mer hållbara konsumtionsmönster:

1. Hjälpa kunder att agera på sina hållbarhetsambitioner
2. Erbjud kunder ett hållbart sortiment
3. Utveckla cirkulära affärsmodeller

Att kunder inte agerar på sin hållbarhetsambition betyder inte att de ljugar

En återkommande utmaning i forskningen om hållbar konsumtion är det så kallade attityd-beteende gapet, vilket uppstår då konsumenter visat sig ha svårt att agera på sina hållbarhetsambitioner. Kunder som i enkäter och intervjuer anger att de vill konsumera mer hållbart gör inte alltid det. Ofta lyfts interna och externa barriärer fram som förklaringar till varför detta gap uppstår. Interna barriärer är konsumentspecifika aspekter såsom kunskap, intresse och tilltro till hur den egna konsumtionen påverkar (eng. self-efficacy). Externa barriärer är sammanhanget i vilken konsumtionen sker, det vill säga sortiment, pris och kvalitetsuppfattningar.

Att påverka kunden till ett mer hållbart beteende kräver förändringar vad gäller olika barriärer i köpresans alla steg (se exempelvis Blom och Rosengren, 2020). Inför ett köp handlar det om att hjälpa kunden att förstå vilka hållbara alternativ som finns, vid köpet att göra det lätt att välja dem och efter köpet att se till att användningen sker på ett hållbart sätt för att säkerställa långsiktig användning. Även återvinning och återbruk blir viktiga aspekter att ha i åtanke.

Att jobba med kunderna för hållbarhet

Ett mer komplett ramverk för att hantera gapet presenteras av Carrington med flera (2014) som hävdar att gapet kan förstås i termer av konsumenters a) prioriteringar, b) vanor, c) vilja att göra uppoffringar och d) shoppingmiljön. I varje givet köpbeslut har kunden flera olika prioriteringsgrunder, där klimatpåverkan kan vara en. Eftersom köp ofta styrs av invanda mönster, kräver hållbar konsumtion att kunden integrerar sina hållbarhetsambitioner i dessa vanor. De kunder som lyckas med det har ofta bestämt sig för att det önskade beteendet får resultera i vissa uppoffringar och de gör aktiva beslut för att säkerställa att shoppingmiljön inte lockar dem att göra på annat sätt. För en majoritet av kunderna är det emellertid inte så. De ser hållbarhet som en bland flera viktiga prioriteringsgrunder, har ännu inte ändrat sina vanor och är inte beredda att göra uppoffringar eller stå emot den påverkan som de möter i shoppingmiljön. Här finns stor potential för handelns företag att hitta vägar där kundens hållbarhetsambition används som utgångspunkt för att forma erbjudanden¹⁵.

Från nudges till långsiktiga förändringar

Idag läggs stort fokus på olika former av ”nudges” som kan påverka kunden att välja mer hållbara alternativ vid varje givet köptillfälle. Nudges är i det här sammanhanget initiativ för att utforma köpsituationen på ett sätt som gör det enklare för kunder att välja ett mer hållbart alternativ, snarare än att tvinga dem att göra det. Termen populariserades av Richard Thaler (professor och nobelpristagare i ekonomi) och hans kollega Cass Sunstein (professor i juridik) i boken ”Nudge” som gavs ut 2008, men forskningsfältet har en betydligt längre historia.

¹⁵ Den intresserade läsaren hänvisas även till White med flera (2019) som på ett föredömligt sätt sammanfattar en stor litteratur och skapar ett ramverk samt workshopförslag på hur man kan jobba mer forskningsbaserat för att främja hållbara köpbeteenden.

Även om nudges kan vara användbara är hållbarhetsutmaningen något som kräver långsiktiga beteendeförändringar. Att kortsiktigt påverka kunden i en viss riktning i köpögonblicket är inte detsamma som att främja en långsiktig förändring mot hållbar konsumtion. Den viktigaste lösningen här är tillgänglighet, det vill säga vilka produkter och val som erbjuds (ibland kallat ”choice editing”, se exempelvis Gunn och Mont, 2014). Den enskilt största påverkan ligger i att erbjuda ett hållbart sortiment (2). Dessutom finns det stora möjligheter att integrera hållbarhetsinitiativ i lojalitetsprogram och andra kundaktiviteter. För partihandeln kommer ökade krav på spårbarhet och klimatavtrycksdata inom olika branscher potentiellt innebära en möjlighet att utveckla erbjudanden inom hållbarhetsstyrning som komplement till de varor man säljer, exempelvis genom att erbjuda hållbarhetsinformation som kunderna kan använda i sitt eget hållbarhetsarbete.

Utveckling mot en cirkulär handel

De första två alternativen i listan ovan fokuserar mycket på att förändra nuvarande verksamhet till att bli mer klimatsmart. Det tredje är mer transformativt och handlar om att förändra hela affären till att bli cirkulär. Cirkularitet handlar om att gå från en linjär till en cirkulär konsumtion, där det skapas möjligheter att återanvända, återförsälja och återvinna produkter, så att resurser inte slösas. I sin senaste rapport argumenterar Delegationen för cirkulär ekonomi (2022) för att företag bör grunda sina strategiska beslut i en helhetssyn rörande marknaden, sina erbjudanden och affärsmodeller, vilka funktioner de erbjuder, hur de skapas och hur företagen tar betalt för dem. På så sätt kan företag identifiera lösningar som hjälper kunderna att bli mer resurseffektiva, cirkulära och hållbara över tid. De menar också att ett skifte behövs vad gäller synen på kunder, från konsument till användare. Här finns sannolikt stor potential för handelns företag att utveckla sina erbjudanden. Exempelvis har Ikea numera second hand-försäljning som komplement till nyförsäljningen vid ett flertal av sina varuhus och erbjudanden från second hand-plattformen Sellpy integreras i e-handelsplattformen hos H&M och Åhléns.

► ÅTERANVÄNDA,
ÅTERFÖRSÄLJA OCH
ÅTERVINNA PRODUKTER

Transporternas roll i handelns hållbarhetsarbete

Klimat effektiva transporter utanför Sverige

En viktig sektor vad gäller klimatavtryck är transporter, särskilt när produktionen inte sker i Sverige. Även här kan handeln bidra genom att ställa krav, inte minst genom att välja klimat effektiva transportvägar för sina produkter i leverantörsledet. En större andel inhemskt producerade produkter minskar också potentiellt behovet av transport och därmed klimatavtrycket (Nyblom med flera, 2022). Transporternas avtryck måste också ställas i förhållande till övriga delar av kedjan. Här blir andelen ofta förvånansvärt låg. Inom mode står transporter exempelvis för 7–14 procent av det totala avtrycket, men andelen kan vara så hög som 25–30 procent om man använder flyg. Förpackningar relaterade till transporter står normalt för 1–2 procent, men kan stå för upp till 6–8 procent (STICA 2022).

Klimat effektiva transporter inom Sverige

Vad gäller inhemska transporter är konsumenttransporterna av betydelse. E-handelns last-mile leveranser lyfts exempelvis ofta fram som problematiska ur ett hållbarhetsperspektiv (se exempelvis Briland Rosengren med flera, 2021; Trafikanalys, 2020; Handelns ekonomiska råd, 2019). Det finns en pågående diskussion om huruvida e-handelstransporter är mer klimat effektiva än konsumenttransporter, men här finns inga enkla svar. För det första utgör konsumenttransporter till och från butik en tämligen stor andel av konsumenternas klimatavtryck. Exempelvis uppskattas 11 procent av påverkan i konsumtionen av mode härröra från kunders transporter till och från butik (Sandin med flera, 2019). Denna påverkan beror i mångt och mycket på vilken typ av transport som används och hur många och långa resor som görs.

E-handelns betydelse fortfarande oklar

E-handeln har potential att leda till mindre privattrafik och därmed minskad energianvändning för transporter, om konsumentens inköpsresor med bil ersätts av mer effektiva godstransporter (se exempelvis Trafikanalys, 2020). Dessutom kan e-handel på sikt bidra till att möjliggöra en bilfri livsstil för fler konsumenter. I praktiken är det dock en mängd faktorer som påverkar om denna potential realiserar eller inte. Detta lyfts också fram i akademiska studier (exempelvis Halldorsson och Wehner, 2020; Pålsson med flera, 2017). Flera aktörer lyfter också fram problematik vad gäller tillförlitliga data. Då denna fråga fortfarande utreds och det råder bristande tillgång till data väljer vi att inte fokusera vidare på frågan här utan hänvisar till de diskussioner som just nu sker inom transport- och handels-branscherna samt på regeringsnivå.

Slutsatser

- **Mot bakgrund av den (sannolikt) växande betoningen av konsumtionsbaserade klimatmål blir det viktigare för handelns aktörer att arbeta med klimatfrågan.** Då handelns egna klimatavtryck är begränsat kommer den största påverkan ligga i hur företagen jobbar med kravställande mot leverantörer och utvecklingen av erbjudandet mot kund.
- **Handeln kan bidra till mer hållbar produktion genom att ge incitament till sina leverantörer att förbättra sitt klimatarbete.** Den kan också verka för kunskapsspridning och informationsdelning och investeringar bakåt i värdekedjan inom området. Handeln kan också bidra till en mer hållbar konsumtion genom att hjälpa kunder att agera på sina hållbarhetsambitioner och att erbjuda ett hållbart sortiment. För detaljhandeln finns tecken på att konsumenterna efterfrågar ett mer hållbart erbjudande, men också att handeln måste göra det enklare för kunden att agera på sin ambition att handla mer hållbart. Partihandeln kan sannolikt kapitalisera på möjligheter att erbjuda sina kunder insikter och lösningar för hållbarhetsarbete avseende de produkter som förmedlas. På sikt krävs också mer cirkulära affärsmodeller inom handeln.
- **Handelns företag kan förvänta sig ett ökat investeringbehov vad gäller hållbarhet.** Dels kommer kravställningen från finansiärer och regleringar att öka (mer om detta i följande avsnitt), dels kan investeringar i mer hållbara värdekedjor vara nödvändiga för att hantera risker i verksamheten. Hållbarhetsarbetet kan också öka lönsamheten i verksamheten på sikt, både genom att öka resurseffektiviteten och genom att skapa möjligheter för nya affärer. För att arbeta systematiskt med hållbarhet kommer handeln behöva utveckla kompetens inom livscykelanalys och hållbarhetsberäkningar. Särskilt för små och medelstora företag kommer det vara viktigt med olika branschgemensamma initiativ som säkerställer tillgång till data för dessa beräkningar, då de kan vara resurskrävande att ta fram på egen hand.

7. Lagstiftning för hållbarhet

Enligt avsnitt 5 har mål för klimat och hållbarhet fastställs på global nivå, på EU-nivå samt på nationell nivå. I föregående avsnitt beskrev vi handelns plats i värdekedjan och handelns betydelse för klimat och miljö. I detta avsnitt riktar vi uppmärksamheten på sådan lagstiftning som specifikt gäller för, eller kan komma att gälla för, handeln, alternativt där handeln har en särskild roll eller där viktigt lagstiftningsarbete pågår som kan förväntas ha betydelse för handeln. Däremot behandlar vi inte den generella miljölagstiftning och de generella styrmedel som även handeln omfattas av, såsom energiskatter och regler för energieffektivitet i byggnader.

EU höjer klimatambitionen med Gröna given

Inom EU pågår en ambitionshöjning vad gäller miljö- och klimatlagstiftning inom ramen för The New Green Deal, eller Gröna given, som presenterades 2019 och som vi nämner ovan i samband med diskussionen av EU:s taxonomiförordning. En viktig del av Gröna given är en skärpning och utvidgning av utsläppshandelssystemet, vilket förväntas leda till en generell ökning av kostnaderna för fossila bränslen och därmed av bränsle- och elpriserna, vilket kan få makroekonomiska konsekvenser (se avsnitt 2 och 3). Ambitionshöjningen sker dock på bred front, genom ett omfattande lagstiftningsarbete med i många fall mer direkta konsekvenser för handeln, enligt vad som kan beskrivas som två huvudlinjer som båda är relaterade till scope 3 (se avsnitt 5), det vill säga klimateffekter som uppstår hos leverantörer eller hos kunder snarare än i det egna företagens verksamhet.

För det första ökade krav på transparens, spårbarhet, rapportering. Här är udden riktad bakåt i värdekedjan. Tanken är att handeln genom kravställande kan påverka tillverkarna i riktning mot mer hållbar produktion – eller att mindre hållbara leverantörer väljs bort till förmån för de som är mer hållbara. En intressant aspekt är att lagstiftningen, om den fungerar, får extraterritoriella effekter, det vill säga effekter utanför EU. En delvis annan aspekt är att de hårdare reglerna syftar till att balansera spelplanen för företag som tar hållbarhet på allvar, så att de inte konkurreras ut av mindre seriösa företag, samt till att förhindra koldioxidläckage ut ur EU genom att ”smutsig” produktion bara flyttas geografiskt. I detta syfte utarbetas nu ett regelverk för en så kallad gränsjusteringsmekanism, som höjer kostnaden för att importera produkter som orsakat stora utsläpp av koldioxid.

För det andra ställer de kommande reglerna ökade krav på cirkulär ekonomi. Fokus ligger här på design, reparerbarhet, avfallshantering och återvinningsbarhet. Bättre utformade produkter förväntas leda till mindre miljö- och klimatbelastning vid konsumtionen. Påverkan sker här framåt i värdekedjan – men förstås med konsekvenser bakåt, eftersom produkterna i många fall måste förändras. Även när syftet är att minska klimatbelastningen vid användning kan lagstiftningen som sådan ta sikte på produkten, snarare än på användaren och användningen. Ett exempel på detta är krav på god energistandard.

De reformer som är på gång beskrivs bara helt kort i detta avsnitt. En kompletterande och mer omfattande sammanställning finns i den utredning som Miljömålsberedningen nyligen presenterade om hur klimatpåverkan från konsumtionen i Sverige ska kunna minska.¹⁶

Stärkt konsumentskydd för ökad hållbarhet

Som en följd av EU-direktiven gäller en ny konsumentköplag sedan den 1 maj i år och den 1 juli kommer avtalsvillkorslagen, distansavtalslagen och marknadsföringslagen att uppdateras. De nya reglerna stärker konsumenternas ställning i olika avseenden. Av särskilt intresse ur hållbarhetssynpunkt är att ansvaret för en produkt som ett företag säljer till en konsument förlängs från sex månader till två år, vilket tvingar företagen att ta ett större ansvar för produkternas livslängd.¹⁷

Producentansvar och Digital Services Act

I 2018 års rapport skrev vi om kemikalieskatten som tas ut på elektronik och vitvaror och om producentansvar och uppmärksammade att reglernas utformning drabbade olika. E-handlare utanför Sverige som säljer direkt till konsument behöver inte betala kemikalieskatt medan plattformsföretag baserade utanför EU kan undkomma producentansvar. Problematiken behandlades även i Handelsrådet (2019). När detta skrivs pågår lagstiftningsarbete inom EU som syftar till att uppdatera 2000 års E-handelsdirektiv genom Digital Services Act. Troligen kommer detta att innebära i varje fall en viss utjämning av villkoren mellan traditionell handel och plattformsföretag.

¹⁶ SOU 2022:15.

¹⁷ Se <https://www.svenskhandel.se/nyhetscenter/nyheter/2022/nya-konsumentrattsliga-regler/> för mer information om hur lagstiftningen ändras.

Ett exempel på producentansvar som gäller olika för fysisk handel och e-handel är skyldighet att ta emot elavfall. Butiker som säljer elutrustning är skyldiga att ta emot elavfall. Mindre butiker, under 400 kvadratmeter, måste ta emot elavfall "ett för ett", det vill säga de måste ta emot en motsvarande kasserad produkt som den de säljer, om kunden så önskar. För större butiker gäller därtill att elavfall som inte i någon riktning är större än 25 centimeter måste tas emot, oavsett om kunden köper eller inte. För e-handel gäller i huvudsak ingen skyldighet att ta emot elavfall.

Från 1 januari 2022 gäller ny lagstiftning om utökat producentansvar för kläder och textilier. Den aktör som först släpper produkten på den svenska marknaden blir producentansvarig. Det innebär att ett handelsföretag som importerar från en tillverkare eller en distributör utanför Sverige har producentansvar, medan producentansvaret ligger hos distributören eller tillverkaren om denna levererar från ett lager i Sverige. Ett utländskt e-handelsföretag som säljer till svenska konsumenter blir producentansvarig.¹⁸

Återvinningen av kläder ska som huvudregel inte göras av den producentansvariga själv utan genom att denna ansluter sig till ett återvinningssystem. Ambitionen är att konsumenter inte ska slänga kläder i avfallet utan dessa ska lämnas till textilåtervinning, eller exempelvis till second hand-försäljning eller insamling av ideella aktörer.

Due Diligence-direktivet

Den 23 februari 2022 presenterade EU ett förslag till ett så kallat due diligence-direktiv. Innebörden är att företag inom EU åläggs ett ökat ansvar för vad som sker i värdekedjan fram till företaget, även för produktion utanför EU. Enligt förslaget kommer stora aktiebolag, med minst 500 anställda och en omsättning på minst 150 miljoner euro, att vara skyldiga att genomföra en due diligence av sina leverantörer avseende mänskliga rättigheter och miljö- och climateffekter. Lägre gränser föreslås gälla för omsättning och antal anställda i vissa särskilt resursintensiva branscher, vilka inkluderar textilier och kläder samt jordbruksprodukter och livsmedel.¹⁹

Liknande lagstiftning har redan införts exempelvis i Frankrike, Nederländerna och Tyskland. Den tyska lagstiftningen, *Lieferkettengesetz*, kallas också Supply Chain Due

¹⁸ SOU 2020:72, s. 210.

¹⁹ EU, 2022.

Diligence Act.²⁰ Lagen börjar gälla från 2023, inledningsvis för företag med minst 3 000 anställda och från 2024 för företag med minst 1 000 anställda. Dessa måste göra en due diligence av sin leverantörskedja. Företagen har ett krav på sig att upprätta en riskanalys för sin leverantörskedja, inklusive egna utlandsbaserade verksamheter och direkta leverantörer. Indirekta leverantörer omfattas bara på ad hoc-basis, om företaget får kännedom om betydande problem.

Kravet på due diligence enligt den tyska lagstiftningen riktar framförallt in sig på utsläpp av persistenta organiska föreningar och kvicksilver, på transporter av riskavfall över gränser samt på risker för mänskliga rättigheter som har att göra med användning av jordmån, vatten och luft. Företag som inte uppfyller kravet kan drabbas av böter på upp till 175 000 euro och potentiell utestängning från offentliga upphandlingar, men blir inte skadeståndsskyldiga mot de drabbade. Tredje part, till exempel NGOs, kan dock föra de drabbades talan gentemot tillsynsmyndigheten, som har en skyldighet att agera om det görs troligt att reglerna inte har efterlevts.

► FÖR- OCH NACKDELAR MED KRAVET PÅ DUE DILIGENCE

Det tyska förslaget framstår som försiktigt och kommer kanske inte att ge särskilt stor effekt, men det är ett intressant första steg som kan utvecklas. EU:s förslag går längre i kraven på att due diligence ska utsträckas till indirekta leverantörer och mottagare av produkten, alltså både bakåt och framåt i värdekedjan. Samtidigt är förslaget noga med att balansera krav på analys och ansvar mot företagets möjlighet att påverka företag utanför EU och begränsar kravet till att bara gälla långsiktiga relationer av viss betydelse. Förslaget framhåller att en avbruten relation kan leda till ett sämre utfall för alla parter och därför ska ses som en sista åtgärd. Till skillnad från den tyska lagen öppnar förslaget för att de skadedrabbade ska kunna kräva skadestånd.

Det är tydligt att EU-förslaget försöker balansera för- och nackdelar med kravet på due diligence, inklusive kravet att analysera hela värdekedjan. På kort sikt är den stora risken kanske den juridiska osäkerheten med så öppna och ”resonerande” skrivningar i regelverket. Innan en tydlig rättspraxis etableras kan företag känna sig tvingade att göra omfattande due diligence och ta höga kostnader för juridisk rådgivning.

²⁰ Se <https://lieferkettengesetz.de>.

Avskogningsförordningen

Den 17 november 2021 föreslog EU en förordning som syftar till att minska avskogning, mot bakgrund av att avskogning dels starkt bidrar till minskad biodiversitet, dels är en av de viktigaste källorna till ökad koncentration av växthusgaser. Den föreslagna förordningen omfattar handel med kakao, kaffe, trä- och pappersvaror, sojabönor och palmolja samt kött, läder och andra produkter från nötboskap. Produkter inom dessa kategorier som på något sätt dragit nytta av mark som avskogats senare än 31 december 2020 får, enligt förslaget, inte säljas i EU.

Omvänt gäller för produkter inom kategorierna, som inte bidragit till avskogning, att det måste finnas dokumentation som styrker detta. Exempelvis måste det för nötkött kunna visas att det inte kommer från kor som fötts eller betat på, eller ätit foder som odlats på, avskogad mark. Kravet föreslås även gälla exempelvis inblandad soja i fodret. Den föreslagna förordningen kräver mycket dokumentation, vilket kan vara särskilt betungande för små odlare. Varje parti måste hållas isär och förses med geokodade koordinater. Reglerna gäller oavsett om primärproducenterna finns inom eller utom EU, men beroende på om länder klassificeras i kategorierna låg/mellan/hög risk ska 5/10/15 procent av alla partier kontrolleras. Regelbrott föreslås kunna straffas med böter upp till motsvarande fyra procent av omsättningen.

Ansvarat gäller för den som ”släpper” produkten inom EU (importerar eller köper från primärproducent och säljer vidare), men också för den som ”handlar” (är ”trader”). Hur långt ner i värdekedjan ansvaret ska sträcka sig blir en nyckelfråga som ännu inte är avgjord. Det kan potentiellt komma att omfatta även tillverkare, såsom kafferosteri, och kanske även handelsföretag som köper från EU-baserade tillverkare, såsom parti- och detaljhandelsföretag.

En uppenbar svårighet är att låta geokodningen följa med in i en tillverkningsprocess där det inte går att hålla isär mindre partier. Den föreslagna förordningen skulle i så fall bli mer långtgående än de principer som gäller certifieringssystemet Fair Trade. Inom Fair Trade tillämpas för vissa produkter *massbalansprincipen*, enligt vilken exempelvis en köpare som förädlar livsmedelsråvara kan köpa ett ton Fair Trade och sedan sälja motsvarande kvantitet i förädlad form utan att kvantiteterna nödvändigtvis hålls isär i hela produktionskedjan.²¹ Principen motsvarar den som används för grön el.

²¹ <https://info.fairtrade.net/what/traceability-in-fairtrade-supply-chains>, besökt den 25 april 2022. Principen gäller för kakao, te, socker och fruktjuicer.

Höga krav på spårbarhet finns redan i vissa branscher, exempelvis läkemedelsindustrin. Det är sannolikt att motsvarande kan byggas upp för dagligvaror som nötkött, kaffe och kakao och för produkter som framför allt används som foder eller insatsvaror, som soja och palmolja. Dock kommer detta antagligen att missgynna småskaligt jordbruk, samtidigt som det finns risk att länder där avskogning är ett betydande problem, som Brasilien och Indonesien, kan styra om produkter från nyligen avskogad mark till länder med mindre stränga krav ("reshuffling").

En särskild problematik gäller trä- och pappersvaror, inklusive biobränsle. Förslaget till förordning kan läsas så att det finns risk att avverkning med konventionella metoder i Norden (liksom i Nordamerika, Baltikum och Ryssland) kommer att betraktas som avskogning, oavsett om det finns krav på återplantering eller ej. En övergång till alternativa avverkningsmetoder är i princip möjlig men leder till högre kostnader och till att EU i viss mån avskämmas från omvärlden. Europeiska företag kommer att förlora konkurrenskraft utanför EU medan utomeuropeiska företag i många fall kommer att få svårt att konkurrera inom EU.

Att priser eventuellt blir högre och att konkurrensförhållande mellan tillverkare inom och utom EU förändras är antagligen inte så problematiskt för handeln, eftersom det drabbar företagen lika. Dock kan konsumenter drabbas genom att vissa nischprodukter försvinner eller blir svårare att köpa. Även ökade krav på dokumentation av materialflöden torde i första hand drabba tillverkare och deras underleverantörer. Dock är direktivet otydligt på hur långt ned i värdekedjan dokumentationskravet kommer att följa med – det finns en risk att reglerna utformas så att de följer med genom tillverkningsprocesser ända till handeln, vilket i så fall skulle medföra ökade kostnader för dokumenthantering.

Gränsjusteringsmekanism

Ett annat förslag med koppling till växthuseffekter är gränsjusteringsmekanismer (Carbon Border Adjustment Mechanisms, CBAM) som syftar till att korrigera för att tillverkare utanför EU i många fall inte behöver betala skatt för eller köpa utsläppsrätter för utsläpp av koldioxid. Genom att en avgift läggs på energiintensiva produkter vid införsel till (exempelvis) EU kan en sådan mekanism jämna ut konkurrensförutsättningarna mellan företag inom EU, som betalar skatt eller köper utsläppsrätter, och företag utanför EU, som inte gör det. Ur klimatperspektiv är gränsjusteringsmekanismer ett sätt att påverka de konsumtionsbaserade utsläppen, eftersom de minskar "läckage" genom att CO₂-intensiv produktion omlokaliseras från länder och regioner där CO₂-utsläpp kostar mycket för producenterna och eftersom de gör det dyrare att konsumera produkter med stor klimatpåverkan.

Enligt ett förslag till EU-förordning²² ska sådana införas från 1 januari 2023. Tanken är alltså att CO₂-läckage ska motverkas. När en CO₂-intensiv vara passerar EU:s yttre gräns ska den beläggas med en avgift (i form av en skatt, tull eller intern reglering; se Kommerskollegium 2019) som i princip ska motsvara den kostnad som skulle uppstå för CO₂-utsläppet om produktionen skedde inom EU.

I praktiken visar det sig att det inte är helt enkelt att åstadkomma en CBAM som ger likvärdiga effekter och incitament som skatter eller handel med utsläppsrätter. En CBAM som baseras på ett medelvärde för motsvarande tillverkning i exportlandet är en möjlig och administrativt förhållandevis enkel lösning, som dock inte ger det individuella företaget incitament att minska sina utsläpp och som dessutom kan strida mot GATT:s regler om importhinder. En CBAM som baseras på det enskilda företags utsläpp lider inte av dessa problem men är administrativt mer krävande och kan leda till *reshuffling*. Med detta menas alltså att produktionen inom exportlandet styrs om så att den som är förenad med minst utsläpp går till importländer med CBAM medan den med mer utsläpp går till inhemsk förbrukning eller andra länder. Detta kan göra CBAM i praktiken närmast verkningslös ur ett globalt perspektiv men skyddar EU-baserade tillverkare från konkurrens baserad på obeskattade utsläpp.

Ytterligare en svårighet är att mäta utsläpp i tidigare led. De flesta bedömare förefaller luta åt att det av praktiska skäl bara går att mäta utsläpp vid tillverkning, för köpt el samt för vissa särskilt betydande och energikrävande insatsvaror. En sådan policy skulle dock kunna leda till att produktionen separeras vertikalt för att minska spårbarheten och därigenom göra det svårare att fastställa rätt nivå för en CBAM.

Mot bakgrund av dessa svårigheter föreslår EU att CBAM initialt ska införas för aluminium, cement, elektricitet, gödsel och stål. Ambitionen är dock att systemet gradvis ska utvidgas till en "bred" omfattning av produkter.²³

Den här typen av kompenserande mekanismer är inte bara en stor diskussionsfråga inom EU utan även i USA och i den akademiska litteraturen (Cosbey med flera, 2019). Sakai och Barrett (2016) försöker uppskatta vilken effekt CBAM kan ha på de globala utsläppen av växthusgaser. De uppskattar att 2007 års globala produktion och handel innebar att Annex B-länder (huvudsakligen EU, Storbritannien, Ryssland, USA, Kanada, Japan och Australien) stod för 45 procent av de globala utsläppen av växthusgaser men

22 EU, 2021.

23 Punkt 28 i förslaget.

att de nettoimporterade ytterligare sex procentenheter.²⁴ Författarna gör en förhållandevis pessimistisk uppskattning av vilka effekter CBAM kan få i praktiken och skriver ”After taking into account all these issues, countries like China and India could end facing tariffs of around 1.2 percent and 2.2 percent. Tariffs as low as these ones would do little to protect domestic industries from foreign competition and stop the increase in carbon leakage.”

Kommerskollegium (2019) analyserar möjligheterna att införa en gränsjusteringsmekanism i förhållande till regelverket för internationell handel och handel inom EU. Slutsatsen är att det är möjligt. Rapporten finner också att gränsjusteringsmekanismer ur ett teoretiskt perspektiv är ett bra instrument för att motverka koldioxidläckage, men är försiktig med att dra slutsatser om hur det skulle fungera i praktiken, eftersom det beror på exakt hur mekanismerna skulle utformas.

Slutsatsen är att en gränsjusteringsmekanism, som vid första anblicken verkar vara ett smart sätt att åstadkomma klimatnytta och en mer balanserad konkurrenssituation, i praktiken är ganska komplicerad och kanske inte heller ger så stor klimatnytta som vore önskvärt. Att EU väljer att börja med fem tunga och särskilt energikrävande produkter förefaller därför rimligt.

Avfallslagstiftning

EU:s reglering av avfallshantering är tydligt kopplad till producentansvaret. Principen är att den ”som sätter på marknaden” har ansvar; en tillverkare eller importör till EU. Det som krävs är att en producentansvarsorganisation skapas, på liknande sätt som sedan länge gäller för förpackningar.

Det finns många fördelar med en sådan modell för återvinningsansvar. Inte minst ger ansvar incitament att utforma produkter så att återvinning underlättas och även för längre hållbarhet.

I vissa fall kan regelverken för avfall dock tvärtom utgöra ett hinder för cirkulära affärsmodeller. Ett exempel på detta är det kommunala monopolet på hushållsavfall, som i varje fall i princip förhindrar att företagen själva återvinner sådant som matavfall (för biorötning med mera), fityrolja (för biobränslen) och kläder (fiberåtervinning). Produkter

²⁴ Det vill säga, Annex B-ländernas konsumtionsbaserade utsläpp är större än deras territoriella utsläpp. Andelen av de territoriella utsläppen hade år 2020 minskat till cirka en tredjedel av de globala utsläppen och i ton räknat med cirka 22 procent enligt <http://www.globalcarbonatlas.org/en/CO2-emissions> (besökt 25 april 2022), samtidigt som övriga länder ökat sina utsläpp med cirka 42 procent.

avsedda för konsument som inte längre kan säljas räknas som hushållsavfall och då ska kommunen ta hand om det.

Även om gemensam återvinning på många sätt är rationell kan vissa företag vilja bygga upp en egen och mer effektiv och värdeskapande återvinning. Relaterat till detta har det börjat uppstå situationer där avfallet har ett värde, samtidigt som kommunen tar betalt. När prissignaler inte tillåts slå igenom kan detta hämma innovationskraften. Frityrolja är ett exempel, oljan har ett värde för produktion av biobränsle, men problematiken gäller generellt för egna initiativ för cirkulär ekonomi. Därutöver är det också en kommunikationsfråga, företagen vill kunna berätta hur de hanterar avfallet.

Mot detta ska risken för fusk ställas. Med rätt att själv hantera avfall ökar risken att oseriösa aktörer gör sig av med avfallet på felaktigt sätt. Media har rapporterat om skandaler med exempelvis byggavfall och restprodukter från insamlade batterier.

Ekodesigndirektivet

Sedan 2005 sätter EU:s Ekodesigndirektiv minimigränser för vissa produkters energieffektivitet. (Och även funktion och egenskaper i vissa andra avseenden, såsom buller eller att tvättmaskiner tvättar tillräckligt rent.) Direktivet har senare utvidgats till fler produkter; sedan 2009 exempelvis ljuskällor ("glödlampor").²⁵

Den 30 mars publicerades det så kallade *Sustainable Product Initiative*, ett förslag inom ramen för EU:s Ekodesigndirektiv. Förslaget gäller bland annat för elprodukter, men ska utvidgas till att gälla "allt" utom livsmedel, foder och läkemedel. I EU:s plan för cirkulär ekonomi ingår också att skärpa direktivet genom att ställa högre krav, inte bara på energieffektivitet, utan även exempelvis på konsumentinformation om livslängd, konsumentskydd och utökade garantier samt strängare krav på att produkter ska kunna repareras. Vidare föreslås Ekodesigndirektivet bli en förordning och därmed direkt gällande för enskilda rättssubjekt, det vill säga företag eller fysiska personer, beroende på sammanhanget. Ett direktiv, däremot, gäller för medlemsländerna, som måste implementera direktivet genom att stifta lagar som i sin tur gäller för enskilda rättssubjekt.

Direktivets (eller i framtiden förordningens) reglering av produkter bygger på livscykelanalyser och på en ambition att gynna cirkulär ekonomi. Direktivet ger konsumenterna

²⁵ Se SOU 2022:15.

bättre möjligheter att göra hållbara val, men det verkar också genom att helt enkelt förhindra att de sämsta produkterna sätts på marknaden. Därmed påminner det om handelns arbete med att förhindra att de dåliga produkterna erbjuds konsumenterna, men det sker koordinerat för hela EU. En fördel med en sådan koordination är att detta ger en större påverkan mot leverantörer, som måste anpassa sitt utbud, vilket är särskilt viktigt när det finns nätverkseffekter. Ett exempel är den tvärsidiga nätverkseffekten mellan ljuskällor och lampor. Om kunderna tvingas köpa mer energisnåla ljuskällor måste lamptillverkare tillhandahålla lampor som passar för dessa.²⁶

Ytterligare en fördel är att det ger en utjämnad spelplan, genom att affärsmodeller som bygger på att konsumenter lockas köpa dåliga produkter till lägre priser motverkas. Det finns alltså fördelar med lagstiftning, jämfört med frivilliga initiativ, men det finns också nackdelar med att produkters utformning delvis bestäms i en byråkratisk process, istället för på marknaden.

²⁶ Frivilliga industristandarder kan i princip uppnå liknande effekter.

Slutsatser

- **EU fortsätter arbetet med att etablera eller skärpa produktstandarder**, vilket förutom att gynna miljö och klimat även motverkar att oseriösa aktörer får konkurrensfördelar gentemot seriösa och ansvarstagande tillverkare och handelsföretag. Det är angeläget med likvärdiga förutsättningar mellan exempelvis handelsföretag baserade i Sverige och i andra länder.
- **Ökade hållbarhetskrav kan leda till högre priser.** Högre inköpskostnader bör i sig inte vara ett stort problem för handeln, så länge konkurrensförutsättningarna är balanserade. Rådets bedömning är därför att generell och strikt lagstiftning i många fall är rätt väg att gå mot en hållbarare konsumtion.
- **Flera lagstiftningsinitiativ som är på gång inom EU tar sikte på en hållbarare konsumtion**, med mindre klimatbelastning vid tillverkning och användning, det som kallas scope 3. Reglerna (exempelvis Due Diligence-direktivet) kommer att innebära ökade krav på handeln att i sin tur fungera som kravställare gentemot leverantörer. Handeln förväntas vidare hjälpa konsumenterna att göra hållbara val.
- **Beroende på hur reglerna utformas riskerar de i vissa fall medföra betydligt högre dokumentationskrav.** Detta skulle kunna drabba handeln med ökade kostnader som följd, men också leda till att små leverantörer och små handelsföretag drabbas oproportionerligt av dessa. Det är viktigt att handelns branschorganisationer bevakar dessa frågor, vilket i sin tur ställer höga kompetenskrav.

8. Handelns klimatomställning – finansiärers, ägares och medarbetares påverkan

Nedan beskrivs hur handelsföretagen investerar i ekologisk hållbarhet och vilka som, förutom företagen själva, driver hållbarhetsarbetet framåt – såsom kreditgivare, ägare och styrelser samt medarbetare. Vidare beskrivs hur förändringsarbetet ser ut i den finansiella sektorn, och hur det kan påverka handelsföretag.

Den finansiella sektorns drivkrafter för omställning är dels internationella och svenska regleringar, dels finansföretagens egna ambitioner att nå Parisavtalets mål²⁷ och samtidigt värna om lönsamhet och konkurrenskraft. Finansiella företag som satsar på klimatomställning kan exempelvis sänka sina kreditrisker och även minska risken för att tillgångar blir ”strandade”, det vill säga att tillgångar blir värdelösa när kunder och andra finansiärer inte längre vill investera i tillgångar som genererar stora växtgasutsläpp.

Hur finansierar handeln klimatinvesteringar?

Enligt den senaste investeringsenkäten uppgav den svenska handeln att investeringar till ett värde om 17 miljarder kronor planerades under 2021 (SCB). Nära tre fjärdedelar handlade om investeringar i maskiner och inventarier, medan resterande del gällde byggnader och anläggningar. Partihandelns investeringar uppgavs bli något större än detaljhandelns.

I intervjuer med handelsföretag framkommer svårigheter att avgöra vilka investeringar som syftar till att bidra till klimatet, vilka som är klimatneutrala och vilka som skadar förutsättningarna att nå våra klimatmål. Dels saknas sådan statistik, dels framhåller företagen att de har klimatet i tankarna inför alla typer av investeringar. Klimatfrågan har blivit integrerad i företagets ekonomi som helhet.

²⁷ Se till exempel UN Net zero Asset Owner Alliance som initierades 2019 av Allianz, Casse de Depot, CDPO, Folksam, PensionDanmark och Swiss Re. Idag är 71 institutioner medlemmar med förvaltade tillgångar på 10,4 biljoner dollar. Målet är att portföljerna ska vara i linje med Parisavtalet, och att utsläppen ska nå ned till netto-noll senast 2050.

Denna insikt hindrar naturligtvis inte att företagen har kommit olika långt och att en del av investeringarna är betydligt mer klimatorienterade än andra. Stora handelsföretag rapporterar om flera större investeringar i hållbarhet. Ifjol investerade IKEA 40 miljarder kronor i förnyelsebar energi så att varuhusen blir självförsörjande på grön el. H&M uppger att de satsade 352 miljoner på hållbart mode (hållbara textilfibrer) ifjol.

Ett annat exempel på investering som har en tydlig påverkan på klimatet och som uppgick till 260 miljoner kronor är den plaståtervinningsanläggning som Svensk dagligvaruhandel, DLF och Plastbranschens informationsråd, PIR, investerade i och som öppnades 2019 i Motala i syfte att höja återvinningsgraden i Sverige och öka kvaliteten på den återvunna plasten. Handeln som äger Svensk Plaståtervinning investerar vidare en miljard kronor 2019–2023 för att kunna återvinna alla typer av plast från hushåll. Det finns även planer inom handeln på att utveckla detta koncept till att investera i anläggningar som återvinner andra typer av material (Fossilfritt Sverige – färdplan för detaljhandeln).

Några andra typer av investeringar i handeln som tydligt är kopplade till klimatet är:

- Reducering av emballage bland annat genom att minska mängden luft i paketen samt byte till fossilfria och återvinningsbara material.
- Byte av fossila till fossilfria bränslen i transporter.
- Byte av fossilproducerad el till fossilfri el, till exempel genom användning av solenergi i lager- och kontorsbyggnader.
- Förändring av materialval samt användning av återvunnet material i produkterna som säljs.
- Satsningar gentemot leverantörer vid råvaruutvinning, produktion och frakt samt gentemot transportörer mot slutkund (last mile).

En del företag har redovisat sitt hållbarhetsarbete i årsredovisningar i särskilda hållbarhetsrapporter under en längre tid, medan andra är på väg eller precis har satt igång det arbetet. Stora företag måste enligt lag rapportera sitt hållbarhetsarbete i samband med årsredovisningen (där ett av följande villkor är uppfyllda under de senaste två räkenskapsåren: mer än 250 anställda, mer än 175 miljoner kronor i balansomslutning, mer än 350 miljoner kronor i nettoomsättning). Det innebär samtidigt att det är styrelsen som ytterst tar ansvar för hållbarhetsarbetet i företaget.²⁸

²⁸ Det finns särskilda krav för dotterbolag. Se lagen om hållbarhetsrapportering. Inom EU finns också särskilda direktiv. I Sverige är något fler företag omfattade av lagen än i EU-direktivet.

Det märks att det inte är ett krav att rapportera hur stora summor som används till hållbarhetsarbete och hur det finansieras. Den typen av information skulle kunna ge indikationer på hur ambitiöst arbete företaget bedriver. Vidare behöver revisorer endast granska om hållbarhetsrapport finns och om den har det innehåll som lagen kräver. Det är således i dagsläget en högst marginell granskning av företagens hållbarhetsarbete från revisorernas sida.

Handeln behöver ökad finansiering om omställningen ska kunna accelerera

I våra intervjuer framkommer att det vanligen inte är finansiering som saknas, men det är möjligt att ambitioner skulle kunna ställas högre om det fanns bättre tillgång till kapital. Enligt våra uppgifter bedrivs hållbarhetsarbetet framför allt gradvis med hjälp av intjäning eller intern finansiering. Större investeringar kräver endera bank- eller marknadsfinansiering som ökar skuldsättningen, eller kapital från aktieägare som kan påverka det egna kapitalet och kontrollen i företaget. Större företag har möjlighet att emittera gröna eller hållbara obligationer, något som handeln endast gjort i en begränsad omfattning (se exempel från H&M nedan).

► AMBITIONER SKULLE
KUNNA STÄLLAS HÖGRE
OM DET FANNS BÄTTRE
TILLGÅNG TILL KAPITAL

Många handelsföretag har inte haft resurser eller inte prioriterat insatser för att studera utsläppen längs hela värdekedjan, något som konsulter erbjuder som tjänst. Beroende på hur regelkraven kommer att se ut kan förutses att ökade resurser kommer att behöva läggas på detta för att motsvara krav från finansörer och ägare.

Flera drivkrafter för hållbarhetsarbete inom handeln

Enligt Naidoo och Gasparatos (2018) är ökad lönsamhet, regleringar och intressegruppers påtryckningar de tre stora drivkrafterna för att företagen försöker minska sin miljö- och klimatpåverkan. Nedan kommer vi att diskutera den sistnämnda drivkraften och fokusera på ägare, finansörer och medarbetare.

Vilken påverkan har investerare, ägare och styrelser?

Hur företag arbetar med hållbarhetsarbete bestäms vanligen av företagets operativa omgivning, se till exempel Ioannou och Serafeim (2012), Liang och Renneboog (2017). Som vi sett i tidigare avsnitt är möjligheterna att påverka värdekedjor (främst leverantörer) olika beroende på företagets storlek, hemmamarknad och produkter. Ett stort företag med en produkt som handlas av många i länder där miljö- och klimatarbetet kommit långt har större möjligheter att påverka leverantörer än ett litet företag med relativt okända produkter för samhället. Dessa förhållanden påverkar även hur investerare, ägare och styrelser kan och vill bedriva sitt hållbarhetsarbete.

Styrelser kan påverka

Forskning visar att styrelser har stark påverkan på företags hållbarhetsarbete i allmänhet (Iliev och Roth, 2021). Styrelser får större inverkan för hållbarhetsarbetet i företag om det institutionella ägarskapet (till exempel AP-fonder, försäkringsbolag, fondbolag) är mindre koncentrerat. Företag uppvisar större förbättringar om de redan arbetar inom förhållandevis hållbara verksamheter, såsom Clean-tech, och om företagen har relativt låg finansiell risk.

Frågan är då om och hur institutionella ägare driver hållbarhetsarbete. Dyck, Lins, Roth och Wagner (2019) finner ett kausalt samband mellan institutionellt ägarskap och miljö- och socialt hållbarhetsarbete. Men det är bara om institutionerna kommer från länder med starkt fokus på hållbarhetsarbetet – det är då de också transplanterar sina normer och för dem vidare världen över. Cao, Liang och Zhan (2019) konstaterar att företag som arbetar med hållbarhetsarbetet påverkar andra företag i ekosystemet, till exempel konkurrenter som tar efter. De menar att dessa spridningseffekter är synliga, till skillnad från påverkan från finansiella intermediärer och analytiker.

Företagen behöver även förhålla sig till och kunna attrahera investerares finansiering. Chkanivkova och Mont (2015) visar i sin studie över livsmedelskedjor i Sverige att institutioner och investerare just därför utgör en drivkraft för företagets hållbarhetsarbete.

Investerarens perspektiv

I våra intervjuer med investerare och ägare av handelsföretag framkommer att det av naturliga skäl är lättare att påverka om investeraren äger en stor andel i företaget, har styrelseplatser och därigenom får ett inflytande som är närmare den operativa omgivningen. I styrelserna ser ägaren till att det finns hållbarhetspolicy i företaget, att det finns en hållbarhetschef, att hållbarhetsrapporter skrivs – för internt bruk eller för externt bruk om detta är ett myndighetskrav. De mål som tas fram gemensamt med verksamheten följs upp.

Styrelseledamöter och ägare vittnar om att fokus på dessa frågor nu är större än tidigare. Ett investmentbolag redovisar sitt hållbarhetsarbete i den egna årsredovisningen för de bolag de investerat i, men de har vanligen inte rapporterat koldioxidutsläpp på samma sätt som exempelvis banker gör. Handelsföretag – med stort fokus på scope 3 – är inte lika prioriterade som de varuproducerande bolagen där scope 1 och 2 är mer avgörande. Det upplevs även finnas svårigheter med att arbeta gentemot leverantörer om det egna bolaget är en av väldigt många kunder och leverantören verkar på stort avstånd. Tydligt är istället att det har varit lättare att ställa krav på att handelsföretagen har vidtagit åtgärder i transporter, förpackningar och energianvändning.

Investerare konstaterar att nu när konsumtionsbaserade utsläppsmål föreslås sättas borde det bli ett större fokus på det miljö- och klimatorienterade hållbarhetsarbetet i handelsföretag. Samtidigt inses svårigheterna med att mäta utsläppen i till exempel scope 3. Robur, ett fondbolag, som idag mäter scope 1 och 2 konstaterar att detta inte ger en heltäckande bild, utan att fokus på scope 3 behöver öka och att det krävs en livscykelanalys. Solceller ger utsläpp vid produktion, men bidrar sedan vid användningen till att nettonollutsläpp kan nås. Detta är ett exempel på när livscykelanalysen kan öka förståelsen för produktens utsläpp i de olika faserna av produktens liv.

Robur, liksom andra fondbolag, arbetar med principen välja in, välja bort och påverka (Klimatstrategi, Robur). De flesta handelsföretag hamnar i gruppen ”välja in”, men i och med att fondbolagens kapitalstock ska vara kompatibel med Parisavtalet och flertalet bolag ska kraftigt minska utsläppen redan till 2030 kan det även handla om att arbeta med handelsföretag som ställer om och påverka dem som inte påbörjat hållbarhetsarbetet i tillräcklig omfattning.

Vilken påverkan har kreditgivare?

Handelns finansiering utgår inte endast från den egna intjäningen samt risk- och ägarkapital, utan en betydande andel kommer även från lånefinansiering, dels från banker, dels från obligationsmarknaden.

Kreditrisken minskar för företag med lägre klimatrisker (Capasso med flera, 2020)

Även kreditratingföretag inkluderar klimatrisker i sina utvärderingar (Mathiesen, 2018). Tydliga klimatrisker handlar om till exempel översvämningar som påverkar fastighetsbolags återbetalningsförmåga. Handelsföretag som inte har stora egna utsläpp, utan uppvisar en stor andel scope 3, har hittills inte inkluderats i gruppen av företag med höga klimatrisker.

På motsvarande sätt upplever handelsföretagen att de inte får bättre kreditvillkor om de satsar på klimatarbete. Enligt Hagainiativet (2017) var det en låg andel (lägst bland branscherna tillsammans med IT) hos handelsföretagen som såg att de fick fördelaktiga finansieringsmöjligheter genom ett större klimatarbete.

Bankerna sätter upp mål för sina kreditportföljers exponering mot fossila bränslen. SEB har en energiportfölj där exponeringen ska minska 40–60 procent fram till 2030, jämfört 2019, beroende på om det gäller elproduktion (mindre minskning) eller oljeutvinning (större minskning). Andra banker har liknande mål och dessa ska uppfylla eller överträffa de mål som Network of Central Banks and Supervisors for Greening the Financial System (NGFS) har. Förutom att aktivt minska det bruna arbetar bankerna med att påverka kundernas andel av grönt genom exempelvis rådgivning, så att företagens växthusgasutsläpp ständigt är föremål för omställning.

Bankerna går nu igenom sina kredit- och tillgångsportföljer för att se hur de omfattas av EU:s taxonomi eller andra regelsystem inom EU (till exempel Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD)²⁹. SEB har kategoriserat sin företags- och fastighetskreditportfölj i industrisektorer med olika koldioxidavtryck. I sektorer med väsentligt koldioxidavtryck finns till exempel elproduktion, transport, fordonsindustri, byggnadsindustri och jordbruk. I sektorer med visst koldioxidavtryck finns fastigheter, kapitalvaror, massa- och pappersindustri samt parti- och detaljhandel. Det finns även sektorer med begränsat eller positivt koldioxidavtryck, till exempel vindturbiner, och med oväsentligt koldioxidavtryck, till exempel tjänstesektorer.

► UTLÅNINGEN BLIR
ALLT GRÖNARE

Bankerna har vanligtvis långsiktiga relationer med företagskunderna. Även om större företag kan få marknadsfinansiering är det fortfarande betydelsefullt att ha bankrelationen som en livlina. Därmed kan bankerna påverka klimatarbetet i företagen genom att ha dialog där omställningen är i fokus. Banker som utvecklar hållbarhetsklassificeringsmodeller kan utvärdera varje låns påverkan på möjligheterna att nå klimatmålen. Att utlåningen blir allt grönare är avgörande för om bankerna är i linje med Parisavtalet.

²⁹ CSRD ersatte i april 2021 NFRD, Non-Financial Reporting Directive. I samband med den gröna given har EU arbetat med att utveckla NFRD så att fler företag omfattas och måste avlämna hållbarhetsrapport, att den granskas av tredje part och att gemensamma standarder används. Förslaget träder i kraft 2023 och rapportering sker från 2024. Det är inte klart hur detta regelverk kommer att implementeras i svensk lagstiftning.

Bankerna delar in sina kunder utifrån hållbarhet

Företagskunderna delas in i grupper som utgår från om 1) de redan är hållbara, 2) omställningsplanerna redan är i linje med Parisavtalet (1,5 grader), 3) omställningsplanerna är i linje med att begränsa uppvärmningen till två grader, 4) omställningsplaner finns men är inte i linje med två graders uppvärmning, och 5) omställningsplaner saknas eller är högst begränsade. Dialogen som hålls beror således på hur stor möjlighet banken upplever sig ha att påverka arbetet i företaget ifråga. Denna omställningstakt styr utlåningen, och företag som inte uppvisar omställning när så krävs fasas ut. Lån som ger betydande klimatrisker, men där företagen ändå har omställningsplaner, kostar mer eftersom marginaler kopplas till KPI (Key Performance Indicators) och klimatmål.

Än så länge ligger portföljer med väsentligt koldioxidavtryck högt upp på dagordningen. Inom elproduktion och fordonsindustri finns även tillgång till data över utsläpp, vilka är svårare att mäta inom parti- och detaljhandel.

När det gäller parti- och detaljhandeln har kreditgivare dialoger som handlar om risker kopplade till energianvändning, transporter, marknadsrisker till följd av policyförändringar (koldioxidskatt), förändring av konsumenters preferenser för koldioxidsnåla alternativ såsom färre flygresor, kött- och mejerikonsumtion, eventuella ”strandade tillgångar”, ryktes- och rättstvister.

Allt större fokus på handeln i bankerna

Handeln må vara en mindre prioriterad bransch just nu jämfört med varuproducerande industrier, men det finns förväntningar om att den kommer att ges större vikt, inte minst som konsumtionsbaserade utsläpp ges större fokus. Handelsföretag måste se till att de har omställningsplaner och att de är medvetna om sin exponering längs hela värdekedjan och produktlivscykeln.

Obligationsmarknaden kan delas upp i ”vanliga” obligationer och ”gröna” obligationer. Men det finns även ”hållbara” obligationer (eng. sustainable bonds), som skiljer sig från de gröna genom att vara kopplade till företagets hållbarhetsmål snarare än ett visst grönt projekt. H&M emitterade en sådan obligation ifjol på 500 miljoner Euro (löptid 8,5 år) där målen satts till 2025 (att andelen återvinningsbara material skulle nå 30 procent, att växthusgaser från egen verksamhet skulle minska med 20 procent och att scope 3 utsläpp, genererade från till exempel transporter och energi, skulle minska med tio procent). H&M ser dels ett tryck från kunderna, men anser också att kopplingen mellan finansieringen och dess investerare sätter en större press på företaget att nå målen.

► "VANLIGA",
"GRÖNA" SAMT
"HÅLLBARA"
OBLIGATIONER

Revisorerna vill ta en större roll

Internationella investerare med globala investeringsportföljer efterlyser hållbarhetsredovisning från företag och att denna redovisning innehåller transparens, hög kvalitet på data samt att den är både pålitlig och jämförbar. Hittills har revisorer utvärderat företagen utifrån att redovisning finns och följer regelverket, men inte i detalj hur hållbara företagen är.

Hösten 2021, i samband med COP26 i Glasgow, meddelade revisorerna (IFRS) att de tog taktpinnen för att skapa en sådan hållbarhetsredovisning i detalj och att en organisation byggs upp – International Sustainability Standards Boards (ISSB). Att revisorerna nu väljer att vara delaktiga i utvärderingen av företagens hållbarhetsarbete är centralt för att det inte bara skapas standarder och taxonomi, utan att det också finns förutsättningar att lita på att det som redovisas också speglas i verkliga utfall och aktiviteter. För mer information om revisorernas större roll se Sustainable Finance Lab (2022).

Vilken påverkan har medarbetare?

Flera av företagen vi har intervjuat har mycket engagerade medarbetare. Dels har företagen utsett hållbarhetschefer som rapporterar till eller själva tillhör företagsledningen. Dels finns också medarbetare på många olika positioner i företagen som driver hållbarhetsarbetet framåt. Inte sällan är hållbarhet numera integrerat i nystartade företags DNA genom att grundaren själv brinner för hållbarhetsfrågor.

► MYCKET
ENGAGERADE
MEDARBETARE

Flera forskningsstudier visar att företagets ledningar och medarbetare är centrala för att åstadkomma omställning i företagen. En studie om Konsum Värmland, till exempel, visar att den största drivkraften för att införa hållbarhetsarbete i företagets operativa verksamhet var ledarskap och medarbetarnas åtaganden samt att få organisationens kärnvärderingar i samklang med kundernas medvetenhet om hållbarhet (Bekele med flera, 2012).

Företagens interna och externa kommunikation har betydelse

Mattila (2009) visar hur centralt det är att hållbarhetsarbete inte endast kommuniceras externt, utan att det genomsyrar det interna arbetet fullt ut. Dal Mas med flera (2022) har undersökt en klädkedja i Storbritannien, och ser betydelsen av att företaget kommunicerar hållbarhetsfrågor till anställda. Att medarbetarna får insyn i hur företaget når eller inte når sina mål ger dem en större förståelse, och en känsla av delaktighet. Medarbetarnas engagemang och delaktighet har stor betydelse för hur företaget når ut externt till sina kunder om klimat- och hållbarhetsarbetet.

Hagainitiativet undersökte 2017 hur företagen (300 stycken) såg på hur lönsamheten påverkades av att satsa på klimatarbete. Omkring 80 procent av företagen framhöll att klimatarbetet bidrog till positiva effekter på attraktiviteten som arbetsgivare. Andelen var särskild hög bland handelsföretagen. Genom att antalet klimatengagerade medarbetare successivt växer i samhället gynnas de företag som satsar aktivt genom en bättre förmåga att attrahera personal. Attraktiviteten på arbetsmarknaden driver företagens klimatarbete framåt.

Medarbetarna i handeln vill att klimatpåverkan minskar

Handelsanställdas förbund gav 2019 Novus i uppdrag att göra en undersökning där syftet var att undersöka de anställdas syn på branschens miljö- och klimatpåverkan, det egna företagets miljö- och klimatpåverkan samt det personliga intresset för miljö- och klimatfrågor³⁰. Undersökningen summerades i handelns miljö- och klimatpolitiska program (Briland Rosenström och Olsson, 2020) och visar att över 90 procent av de svarande helt och hållet eller i viss mån anser att branschens miljö- och klimatpåverkan behöver minska. Ungefär lika hög andel anser helt och hållet eller i viss mån att handelsföretagen behöver ta ett ökat ansvar för att minska påverkan. En del menar att företagen bara minskar sin påverkan om de tjänar på det, vilket delvis kan förklara att 85 procent ser ett behov av nya lagar och regleringar.

► DE ANSTÄLLDAS SYN PÅ BRANSCHENS MILJÖ- OCH KLIMATPÅVERKAN

Ungefär tre fjärdedelar av de svarande skulle vilja att företagen erbjuder produkter i mer miljövänliga material/förpackningar. Denna grupp fokuserar också på att företagen ska skapa ett bättre leverans- och retursystem, sälja närproducerat och varor som håller längre. De vill också att företagen ställer krav på leverantörerna att ha en mer miljö- och klimatvänlig tillverkningsprocess. Det kan noteras att många av åtgärderna inte kan kontrolleras helt av handelsföretagen, vilket också kan förklara att de anställda ser ett behov av nya lagar och regleringar.

När det gäller de anställdas syn på det egna företaget där de har sin arbetsplats finns en syn om att det redan görs mycket. Att företaget tar tillräckligt stort ansvar gällande miljö- och klimatfrågor anser 73 procent stämmer helt och håller eller i viss mån, medan 27 procent anser att det inte stämmer eller att det bara stämmer lite. Synen på den egna arbetsplatsen är sålunda mer positiv än synen på branschen i stort.

30 En webbundersökning gjordes hösten/vinter 2019 där 1118 svarade (51,8 procent svarsfrekvens).

Det finns en efterfrågan på mer kompetensutveckling i miljö- och klimatfrågor

Bland de anställda anser 55 procent att det stämmer lite eller inte alls att miljö- och klimatfrågor ingår i utbildning och kompetensutveckling på arbetsplatsen. De anställda anser också att arbetsgivaren kan bli mer lyhörd för de anställda och önskar sig bli mer lyssnade på. När det gäller informationen till kunderna om varornas miljö- och klimatpåverkan anser fyra av tio att den är klart bristfällig. De anställda menar vidare att kundernas stora intresse för dessa frågor är goda argument för varför kompetensutvecklingen behöver utökas. Avseende det egna personliga intresset uppvisar 59 procent ett stort intresse, 29 procent ett relativt stort intresse och 12 procent ett litet eller obefintligt intresse. Kvinnor och butiksanställda uppvisar ett något större intresse än män och lageranställda, men skillnaderna är små vilket också gäller för olika åldersgrupper och hur länge man arbetat i handeln. Även om 80 procent av de anställda oroar sig för branschens miljö- och klimatpåverkan är det endast 40 procent som tydligt vill engagera sig mer, och ytterligare 26 procent som i någon mån kan tänka sig engagera sig.

En ny undersökning genomfördes av Handelsanställdas förbund hösten 2021 med drygt 1 000 svarande. Här svarar 30 procent att miljö- och klimathotet är så allvarligt att alla åtgärder som är effektiva bör övervägas, medan 64 procent svarar att handeln behöver minska sin miljöpåverkan och omställningen behöver vara förenlig med goda arbetsvillkor och bra arbetsmiljöer. Studien tolkar det som att de anställda inte vill ha omställning till vilket pris som helst. De svarande upplever en risk för försämringar av villkor till följd av miljö- och klimatarbetet. Studien beskriver att miljö- och klimatfrågor uppges ha blivit så viktiga att mycket kan göras i dess namn utan att det ifrågasätts. Studien visar också att de anställda vill öka sitt inflytande i handelsföretagens miljö- och klimatarbete och de ser också behovet av kompetensutveckling.

Det är inte tydligt från Handelsanställdas förbunds undersökningar huruvida medarbetare driver företagen i klimatarbetet, men däremot är det tydligt från forskningen (se ovan) att företagen skulle kunna utveckla och använda sin personal i större utsträckning. Det handlar om att bättre nå ut till kunderna i klimatarbetet, ta tillvara idéer som kan minska företagets klimatpåverkan och i förlängningen eventuellt även bidra till företagets innovationer och lönsamhet.

Forskning och undersökningar visar att medarbetaren har möjlighet att påverka innovationskraften i handelsföretag så att klimatpåverkan minskar. Vidare kan medarbetaren fungera som en kunskapsspridare till kunderna, så att dessa i sin tur kan påverka handelsföretagen. Handelsföretag kan också påverka sina möjligheter att attrahera arbetskraft genom att ha ett utvecklat klimat- och miljöarbete eftersom allt fler i arbetskraften tycker att detta är en viktig fråga vid anställning.

Slutsatser

- **Handelsföretag som söker riskkapital och relationer med investerare behöver öka sin transparens gällande klimatpåverkan i bland annat hållbarhetsrapporter**, men de behöver också visa handling, och tillsammans med investerare sätta, följa upp och uppfylla klimatmål. Fokus ökar nu på konsumtionsbaserade utsläpp och att företag och investerare genomlyser hela värdekedjan samt lägger resurser på att göra exempelvis livscykelanalyser.
- **Kreditgivare har höga krav från regelverk att redovisa och klara uppsatta klimatmål, men även egna ambitioner.** Hittills har handelsföretag prioriterats ned jämfört med industriföretag där det är lättare att mäta utsläpp, sätta och följa upp mål, men fokus ökar nu på att inkludera hela kedjan där även varuförmedlaren får en större roll. För handelsföretag som söker lånefinansiering måste klimatpåverkan och omställningsarbete arbetas med och kunna redovisas.
- **Medarbetare anser att handelns klimatpåverkan behöver minska.** Medarbetarna skulle kunna få en mer framträdande roll i handelsföretagens omställningsarbete genom kompetensutveckling och ökad idésamverkan. Fördelen är att de bättre kan nå ut till kunderna med företagets klimatarbete, kan bidra till att öka företagets innovationskraft och att en utökad roll för medarbetarna gör det lättare för handelsföretagen att kunna attrahera och behålla personal.

9. Avslutande reflektioner

Handeln kommer att behöva växla upp de gemensamma aktiviteterna på klimatområdet. Många företag investerar redan internt, men större systemförändringar kräver också samordnade aktiviteter. Det kan gälla distribution till hushåll vid e-handel ("last mile") eller förpackningsåtervinning och avfallshantering. Men det kan också gälla gemensamma satsningar för att möjliggöra kalkyler av klimatavtryck på olika nivåer och utveckling av modeller som hanterar målkonflikterna i detta arbete.

Ett förslag är att handelns aktörer gemensamt verkar för en databas för att förstå konsumtionsbaserade utsläpp. Idag tillhandahålls olika skattningar från olika aktörer, men här finns utrymme för en gemensam satsning – antingen på bransch- eller myndighetsnivå. Potentiellt skulle en sådan databas kunna användas för forskning samt leda till ökade innovationer som möjliggör hållbar konsumtion, inte bara i handeln utan också för leverantörer och kunder.

Till branschorganisationernas uppgifter hör att bevaka nya regelverk. Med tanke på den omfattande regelreformer som pågår är det viktigt att organisationerna fortsätter att bevaka att reglerna är väl anpassade för den svenska marknadens behov och för både större och mindre företag. Det finns vidare skäl att ta gemensamma initiativ för kompetenshöjning kring klimat- och hållbarhetsarbete inom handeln. Medarbetarna är en viktig resurs i hållbarhetsarbetet. När nya arbetssätt eller nya affärsmodeller utvecklas för en mer hållbar handel är det viktigt med kompetenshöjning inom detta område. Handelns aktörer bör därför också verka för forskning och utbildning inom fältet hållbar handel, genom att uppvakta statliga finansärer eller genom att avsätta medel exempelvis inom ramen för Handelsrådets arbete.

Givet att många svenska handelsföretag ligger långt fram inom hållbarhet och klimat finns utrymme för Sverige att bli ett framgångsland inom hållbar konsumtion, på samma sätt som vi vill vara inom hållbar produktion. Detta kräver samordning mellan beslutsfattare och bransch, men där även investerare, ägare och styrelser – inklusive institutionella investerare såsom fondbolag – kan spela viktiga roller.

Slutsatser

- Hållbarhet skär igenom flera av Handelsrådets verksamhetsområden, men för ökad kraft i hållbarhetsarbetet bör rådet få hållbarhet som en uttalad uppgift.
- Handeln bör gemensamt utveckla modeller och faktaunderlag för livscykelanalyser, på sikt kanske genom en gemensam databas.
- Forskning om och utbildning för detalj- och partihandel behöver stärkas. Inte minst gäller detta klimatanpassning och hållbarhet.

Referenser

Alcedo, J., Cavallo, A., Dwyer, B., Mishra, P. och Spilimbergo, A. (2022). *E-commerce during COVID: Stylized facts from 47 economies* (No. w29729). National Bureau of Economic Research.

Azar, C. (2022). Klimatribban höjs, men till vilket pris? I Fokus, publicerad 2022-04-19.

Bekele, A., Bosona, T., Nordmark, I., Gebresenbet, G. och Ljungberg, D. (2012). Assessing the sustainability of food retail business: The case of Konsum Värmland, Sweden. *Journal of Service Science and Management*, 5(04), 373.

Blom, A. och Rosengren, S. (2020). CFR Teaching Note #002: Sustainable Shopping Behaviors (Shopper Marketing, NDH112), tillgänglig via: <https://www.hhs.se/contentassets/f91ba0d04fd14470bf4d9fd621122f34/cfr-teaching-note-002-blom-and-rosengren-2020-sustainable-shopper-behavior.pdf>

Briland Rosenström, M. och Palmgren, O. (2020). Handels miljö- och klimatpolitiska program. Handels rapporter 2020:3.

Briland Rosenström, M. och Sundqvist, F. (2022). Så kan anställda bidra till handels miljö- och klimatomställning – Om anställdas roll och deras förväntningar på facket. Handels rapporter 2022:2.

Blomkvist, K., Schmuck, A. och Arora-Jonsson, S. (2021). Trumpism, Brexit, Industry 4.0, and COVID-19: What is happening to globalization?: A Review of the Literature on Economic Globalization. Uppsala universitet.

BP (2021). Statistical Review of World Energy.

Cao, J., Liang, H. och Zhan, X. (2019). Peer effects of corporate social responsibility. *Management Science*, 65(12), 5487–5503.

Capasso, G., Gianfrate, G. och Spinelli, M. (2020). Climate change and credit risk. *Journal of Cleaner Production*, 266, 121634.

Carlsson Kanyama, A., Baraka, N., Benders, R., Berglund, M., Dunér, F., Kok, R., Lopez, I. och Losada, R. (2019). Analysis of the environmental impacts of 218 consumption items.

Greenhouse gas emissions, land use and water use per SEK and kg. Mistra Sustainable Consumption, Rapport 1:4. <https://www.sustainableconsumption.se/wp-content/uploads/sites/34/2020/03/EAP-rapport.pdf>

Carrington, M. J., Neville, B. A. och Whitwell, G. J. (2014). Lost in translation: Exploring the ethical consumer intention–behavior gap. *Journal of Business Research*.

Chkanikova, O. och Mont, O. (2015). Corporate supply chain responsibility: drivers and barriers for sustainable food retailing. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(2), 65–82.

Cosbey, A., Droege, S., Fischer, C. och Munnings, C. (2020). Developing guidance for implementing border carbon adjustments: lessons, cautions, and research needs from the literature. *Review of Environmental Economics and Policy*.

Dal Mas, F., Tucker, W., Massaro, M. och Bagnoli, C. (2022). Corporate social responsibility in the retail business: A case study. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 223–232.

Delegationen för cirkulär ekonomi (2022). <https://delegationcirkularekonomi.se/download/18.1c1463c417f1b32c7ab9bb3/1645524991821/Rapport%20dnr%20DCE%202022%207%20rev%202022.pdf>

Dyck, A., Lins, K. V., Roth, L. och Wagner, H. F. (2019). Do institutional investors drive corporate social responsibility? International evidence. *Journal of Financial Economics*, 131(3), 693–714.

2021/0214 (COD) Proposal for a regulation of the european parliament and of the council establishing a carbon border adjustment mechanism.

EU, 2022, Proposal for a directive of the european parliament and of the council on Corporate Sustainability Due Diligence and amending Directive (EU) 2019/1937, 23.2.2022 COM (2022) 71 final 2022/0051 (COD).

Fossilfritt Sverige, Färdplan för fossilfri konkurrenskraft, dagligvaruhandeln (2018).

Gunn, M. och Mont, O. (2014). Choice editing as a retailers' tool for sustainable consumption. *International Journal of Retail & Distribution Management*.

Halldorsson, A. och Wehner, J. (2020). Last-mile logistics fulfilment: A framework for energy efficiency. *Research in Transportation Business & Management*, 37.

Handelns ekonomiska råd (2019). Handel, stad och hållbarhet i en digital tid – en nulägesrapport.

Handelsanställdas förbund (2020).

Handelsrådet (2019). Rapport om digitala marknadsplatser och e-handelsplattformar.

HUI (2014). Varans väg – närproducerat eller fjärrtillverkat? En rapport från HUI Research på uppdrag av Svensk Handel och Transportgruppen, juni 2014.

Iliev, P. och Roth, L. (2021). Do directors drive corporate sustainability? Available at SSRN 3575501.

Ioannou, I. och Serafeim, G. (2012). What drives corporate social performance? The role of nation-level institutions. *Journal of International Business Studies*, 43(9), 834–864.

Kamb, A., Svenfelt, Å., Carlsson-Kanyama, A., Parekh, V. och Bradley, K. Att äta hållbart? En kartläggning av vad hållbar matkonsumtion kan innebära. Mistra Sustainable Consumption, Rapport 1:2. Stockholm: KTH, 2019.

Klimatpolitiska rådets rapport 2022. Klimatpolitiska rådet.

Kommerskollegium (2019). Gränsjusteringsåtgärder för koldioxidutsläpp. En analys av de handelsrelaterade aspekterna och vägen framåt.

Konjunkturinstitutet (2022). Konjunkturläget. Mars 2022.

Liang, H. och Renneboog, L. (2017). On the foundations of corporate social responsibility. *The Journal of Finance*, 72(2), 853–910.

Mathiesen, K. (2018). Rating climate risks to credit worthiness. *Nature Climate Change*, 8(6), 454–456.

Mattila, M. (2009). Corporate social responsibility and image in organizations: for the insiders or the outsiders? *Social Responsibility Journal*.

Naidoo, M. och A. Gasparatos (2018). Corporate environmental sustainability in the retail sector: Drivers, strategies and performance measurement. *Journal of Cleaner Production*, 203, 125–142.

Naturvårdsverkets hemsida.

Nyblom, Å., Lundberg, S., Fjellander, L., Johansson, K. och de Jong, A. (2022). Att göra detaljhandeln hållbarare genom användning av LCA – Vägar från data till förändring av sortiment och miljöprestanda inom handeln. IVL Rapport B2427, tillgänglig via: <https://www.ivl.se/download/18.36e8465a17f4b9fdc8919a0c/1649411211562/FULLTEXT01.pdf>

OECD (2022). Economic and Social Implications of the war in Ukraine.

PostNord (2022). E-barometern Årsrapport 2021 med flera.

Pålsson, H., Pettersson, F. och Hiselius, L. W. (2017). Energy consumption in e-commerce versus conventional trade channels-Insights into packaging, the last mile, unsold products and product returns. *Journal of Cleaner Production*, 164, 765–778.

Riksbanken (2023). Penningpolitisk rapport. April 2022.

Sakai, Marco och John Barrett (2016). Border carbon adjustments: Addressing emissions embodied in trade, *Energy Policy*, 92, 102–110.

Sandin, G., Roos, S., Spak, B., Zamani, B. och Peters, G. (2019). Environmental assessment of Swedish clothing consumption. Mistra Future Fashion report number: 2019:05. <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2019/08/G.Sandin-Environmental-assessment-of-Swedish-clothing-consumption.MistraFutureFashionReport-2019.05.pdf>

SCB, statistik över investeringar, statistikdatabas, 2022.

SEB (2022). Nordic Outlook. Maj 2022.

SOU 2020:72. Producentansvar för textil – en del av den cirkulära ekonomin. Statens offentliga utredningar. Stockholm 2022.

SOU 2022:15. Sveriges globala klimatavtryck. Delbetänkande från Miljömålsberedningen. Statens offentliga utredningar. Stockholm 2022.

STICA (2022). 2022 Progress Report. Greenhouse gas emissions reported for year 2020, tillgänglig via: https://www.sustainablefashionacademy.org/sites/default/files/stica_report_22_1.0_220426.pdf

Sustainable Finance Lab (2022). Policies for sustainable finance to fund the climate transition. A report by the Sustainable Finance Lab (Sweden) commissioned by the Swedish Climate Policy Council.

Svenfelt, Å., Engström, E., Eggestrand Vaughan, H. och Gerdin E. (2022). 62 sätt att möjliggöra hållbar konsumtion. En samling exempel från forskning inom Mistra Sustainable Consumption. Mistra Sustainable Consumption, Rapport 1.16. Stockholm: KTH.

Svensk Handel (2021). Svensk Handels Hållbarhetsundersökning 2020/21, tillgänglig via: <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/rapporter-och-foldrar/hallbar-handel/svensk-handels-hallbarhetsundersokning-2020-21.pdf>

Svensk Handel (2022). E-handelsindikatorn, olika utgåvor.

Svensk Dagligvaruhandel (2022). Årsrapport för 2021.

Tamm Hallström, K. och Yngfalk, C. (2018). Den KRAVfyllda handelsplatsen – det vardagliga arbetet i en miljöcertifierad livsmedelsbutik, Handelsrådets Forskningsrapport 2018:3, tillgänglig via: https://handelsradet.se/app/uploads/2021/06/Rapport-2018_33.pdf.

Trafikanalys (2020). Hur kan e-handels transporter bli mer hållbara? Redovisning av ett regeringsuppdrag, Rapport 2020:2, tillgänglig via: https://www.trafa.se/globalassets/rapporter/2020/rapport-2020_2-hur-kan-e-handels-transporter-bli-mer-hallbara-redovisning-av-ett-regeringsuppdrag.pdf.

Thaler, R. H. och Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, Yale University Press, New Haven, CT.

Vadakkepatt, G. G., Winterich, K. P., Mittal, V., Zinn, W., Beitelspacher, L., Aloysius, J., Ginger, J. och Reilman, J. (2021). Sustainable retailing. *Journal of Retailing*, 97(1), 62–80.

White, K., Habib, R. och Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49.

Öhman, D. (2021). Svenska företag orsakar lika mycket utsläpp som 100 miljoner människor, Sveriges Radio Ekot, tillgänglig via: <https://sverigesradio.se/artikel/svenska-foretag-orsakar-lika-mycket-utslapp-som-100-miljoner-manniskor>

Års- och hållbarhetsredovisningar

Apotea

Clas Ohlson

Creades

H&M

IKEA

Inet

Röhnish

SEB

Swedbank/Robur

Intervjuer

Emma Berglund, Skogsindustrierna

Martin Cederholm, Inet

Ann Christiansson, Svensk Handel

Anna Dahlqvist, Konjunkturinstitutet

Nicolas Dumaine, SEB Group

Anna Elofsson, Klimatpolitiska Rådet

Daniel Engström Stenson, Naturvårdsverket

Martina Engwall, Röhnisch

Fredrik Gisselman, Kommerskollegium

John Hedberg, Creades

Stefan Kvarfordt, Svensk Handel

Pelle Marklund, Konjunkturinstitutet

Magnus Nikkarinen, Svensk Handel

Erika Svensson, Apotea

Handelns ekonomiska råd

► **Handelns ekonomiska råd** är inrättat av Handelsrådet och har till uppgift att ta fram rapporter och lämna utlåtanden och rekommendationer i syfte att sprida kunskap och insikt om handelns betydelse för samhället. Handelns ekonomiska råd är oberoende och är självt ansvarigt för de uttalanden och rapporter som görs inom ramen för rådets arbete.

De fyra ledamöterna i Handelns ekonomiska råd är ordförande *Mats Bergman*, ekonomiprofessor Södertörns högskola; *Håkan Frisé*n, prognoschef SEB; *Cecilia Hermansson*, docent och forskare, KTH; och *Sara Rosengren*, professor Handels-högskolan i Stockholm.



Handelsrådet är ett samarbete mellan



Handelns ekonomiska råd

www.handelsradet.se/ekonomiska-radet

STÄMMEN SICH AN DER BASIS DER VERFASSUNG

UND SIND VERBUNDEN MIT DEN VERFASSUNGS

GEWÄHRLEISTUNGEN UND VERBUNDEN MIT DEN

VERFASSUNGSRECHTEN UND VERBUNDEN MIT

DER VERFASSUNGSGEWÄHRLEISTUNG UND

VERBUNDEN MIT DEN VERFASSUNGSRECHTEN

UND VERBUNDEN MIT DEN VERFASSUNGS

RECHTEN UND VERBUNDEN MIT DEN

VERFASSUNGSRECHTEN UND VERBUNDEN

MIT DEN VERFASSUNGSRECHTEN UND

VERBUNDEN MIT DEN VERFASSUNGS

RECHTEN UND VERBUNDEN MIT DEN

VERFASSUNGSRECHTEN UND VERBUNDEN

MIT DEN VERFASSUNGSRECHTEN UND

VERBUNDEN MIT DEN VERFASSUNGS

RECHTEN UND VERBUNDEN MIT DEN

VERFASSUNGSRECHTEN UND VERBUNDEN