



Smogen och diset hängde tungt över Paris i går morse. Men för den globala ekonomin skingrades dimmorna om vad som gäller koldioxidutsläppen framöver. FOTO: GONZALO FUENTES/REUTERS

Företagen måste inse allvaret nu

ÖKAT TEMPO Signalen från politikerna vid klimatmötet i Paris är tydlig: det är dags att öka tempot i klimatarbetet. Nu blir det allt mer riskabelt för företag att inte ställa om sin verksamhet. Men frågan är om alla verkligen insett allvaret.



PETER
ALESTIG
ANALYS

Klockan hade hunnit bli halv åtta på lördagskvällen när den franska utrikesministern tillika ordföranden för klimatmötet, Laurent Fabius, slutligen höjde den lilla gröna klubban i sin högra hand.

–Det är en liten klubba. Men den uträttar stordåd, sade han och slog den i bordet – ackompanjerad av delegaternas jubel och applåder.

”Stordåd” är rätt ord i sammanhanget. Bara att lyckas få alla världens länder (nåja, utom Nicaragua) att enas om ett globalt klimatavtal är historiskt. Att därutöver lyckas skärpa det globala klimatmålet till ”väl under 2 grader” och rent av enas om att sträva mot maximalt 1,5 graders uppvärmning är en närmast makalös politisk bedrift.

Men som FN:s generalsekretare Ban Ki-moon poängterade strax efter att Fabius gröna klubba slagit in världen på en mer ambitiös klimatväg: det är nu som klimat-

arbetet verkligen börjar. Och det är, att döma av orden från de politiska ledarna i Paris, till stor del på världens företag det ska ske. Med USA:s utrikesminister John Kerrys ord:

–Vårt mål kan inte vara något annat än en stadig transformation av den globala ekonomin.

Omedelbart efter Paris-mötet verkar också de allra flesta näringslivsaktörer välkomna de nya, mer ambitiösa klimatmålen. Orsaken är framför allt att det äntligen ger den tydliga signal som många inom den privata sektorn länge har efterlyst.

Tre områden i klimatavtalet lyfts fram som avgörande för att skicka den signalen. För det första, det skärpta klimatmålet. Även om vetenskapen i princip unisont dömer ut möjligheterna att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5 grader (vi har helt enkelt redan för mycket koldioxid i atmosfären) är det ett politiskt budskap som heter duga.

För det andra, att världens länder lovar att uppdatera sina kli-

matplaner och utsläppsmål vart femte år. Det är avgörande för att kunna accelerera omställningen bort från en fossil ekonomi – och ökar därmed trovärdigheten i de högre klimatambitionererna.

För det tredje, att världens rika länder lovar att bidra med minst 100 miljarder dollar årligen till fattiga länders klimatarbete. Översatt till företagsspråk: världens regeringar har inte bara höga ambitioner. De backar upp ambitionerna med sina plånböcker.

Vissa företag kräver redan större lokala krafttag för att möta de högre globala ambitionerna. I Tyskland kräver 30 storföretag – bland andra Adidas, Puma och Commerzbank – att EU ökar ambitionerna i sitt eget klimatarbete som en konsekvens av de skärpta globala målen.

I Sverige verkar reaktionerna initialt vara något svalare. Svenskt Näringslivs klimatexpert Maria Sunér Fleming välkomnar visserligen avtalet, men menar att det inte får någon större effekt för svenska företag. De storföre-

tag som SvD Näringsliv pratat med ger liknande budskap.

Samtidigt lyfter många fram att de gärna sett ännu tydligare signaler i avtalet. Ett konkret utsläppsmål, exempelvis det skrotade löftet om utsläppsminskningar med 70–95 procent till 2050, hade stakat ut riktningen än tydligare. Inom den för näringslivet avgörande frågan om ett globalt pris på koldioxid gjordes få framsteg i Paris.

Men även om världens politiker inte mäktade med att fatta den typen av beslut i Paris – delvis på grund av motsträviga oljeländer – är budskapet tydligt i det nya klimatavtalet: Nu är det dags. Nu ökar vi takten. Nu ställer vi om.

De företag som inte tar budskapet på allvar, riskerar inte bara att bli en bromskloss i klimatomställningen. I längden riskerar de sin egen överlevnad.

Peter Alestig är reporter på SvD Näringsliv.
peter.alestig@svd.se