

P+

SPECIAL

Jaargang 17
Week 20 | 2019

Vorbereid op CO₂-heffing

MVO Nederland
start innovatieproject

Beeld uit SDG Dome van PwC

Wanneer de CO₂-heffing komt

De dag komt dat bedrijven in Nederland belasting gaan betalen voor hun CO₂-uitstoot. MVO Nederland is daarom met een groep partners een innovatieproject gestart om zich op dit politieke besluit voor te bereiden. Ook al is de hoogte van de heffing nog niet bekend, je kunt maar beter je interne CO₂-boekhouding alvast op orde hebben. En begonnen zijn aan de belangrijkste besparingen, om zo straks minder belasting te hoeven betalen. MVO Nederland-partner PwC is op dit gebied een koploper. Hoe heeft deze accountants- en belastingadviseur het aangepakt?

leens had PwC een bedrag van bijna 2 miljoen euro beschikbaar om te investeren in duurzame maatregelen. De reden? Het invoeren van een interne CO₂-heffing. Het bedrag komt overeen met een fictieve belasting op CO₂-uitstoot van 100 euro per ton. Dat is een hoge, bijna pijnlijke inzet. De schattingen over de hoogte van een toekomstige CO₂-heffing lopen uiteen van 10 euro per ton tot 160 euro, met 50 euro per ton CO₂ als richtgetal van De Nederlandsche Bank.

Het Klimaatakkoord van Parijs was voor PwC een reden om de al eerder geformuleerde duurzame ambities aan te scherpen. Dit in combinatie met de nieuwe Sustainable Development Goals (SDG's) van de VN, die in hetzelfde jaar bekend werden gemaakt. Verantwoordelijk voor de uitvoering is director Corporate Responsibility Wineke Haagsma (1983): "We hebben onder andere SDG 12 gekozen. Wij willen in 2030 100 procent circulair zijn. Vertaald naar een kantoororganisatie betekent dit in ieder geval: geen emissies meer uitstoten. Dus: wij zijn straks CO₂-loos. En we produceren ook geen afval meer. We maken dan optimaal gebruik en hergebruik van grondstoffen." Met een innemen van deze positie komen ook vragen op. "Maar wat betekent dit voor onze eigen mensen? En voor onze klanten? Een kantoor is wel iets anders dan een grootindustriële bedrijf. Dat begrijpen wij ook. Laten we zelf beginnen en de lessen die wij daaruit halen

als meest relevant beschouwen. Wat betekent reductie, innovatie en compensatie van CO₂-uitstoot voor een organisatie als de onze?" Nu is PwC als een van de 'Big Four' ook geen kleine organisatie, met 5.500 medewerkers in Nederland. En het is ook geen organisatie die niet weet uit welke hoek de wind gaat waaien. Haagsma: "Een paar jaar geleden zag je de discussie al verschuiven richting een CO₂-heffing. Dat maakte dat we een stap naar achteren hebben gezet om van een wat grotere afstand naar onze organisatie te kijken. Wat is onze verantwoordelijkheid in dit proces? Wat is onze bijdrage aan klimaatverandering? We willen daarvoor de volle verantwoordelijkheid nemen."

Haagsma kreeg de kans de organisatie op de snijtafel te leggen. "Wij zagen verschillende impactgebieden. De eerste is mobiliteit: we reizen veel met auto's. Maar ook met het vliegtuig en dat levert een flinke CO₂-uitstoot op. We meten ook ons energieverbruik: het verwarmen, koelen en verlichten van kantoren, ons computergebruik. Ten slotte nemen we ook onze inkoop mee, waarvan de CO₂-uitstoot van ingekochte producten door onszelf gemeten wordt." Was dat niet een enorme klus, om tot deze berekening te komen? Haagsma vindt van niet. "We meten al tien jaar onze uitstoot, om deze in het geïntegreerd jaarverslag te verwerken. Er zijn ook allerlei systemen om de



uitstoot van reizen te bepalen. Je kunt gewoon zien wat de CO₂-uitstoot is van een vlucht van Amsterdam naar New York. Maar we hadden nog geen methodologie om circulariteit te meten. Die hebben we daarom ontwikkeld. Vervolgens ga je praktisch aan de slag. Je kunt bij het verbouwen van een kantoor circulaire principes kiezen, waardoor je zoveel mogelijk bestaand materiaal hergebruikt. De ontwerper stelde een nieuwe trap voor. Bleken we zelf nog materiaal beschikbaar te hebben waar je die van kon maken. Op basis daarvan heeft hij toen een nieuw ontwerp gemaakt." Daar bleef het niet bij. Hoe een bedrag van bijna 2 miljoen euro in te zetten? Het is een stevige som geld, vindt ook Haagsma zelf: "Natuurlijk compenseren we. Er gaat van de interne CO₂-heffing per ton een deel naar vier compensatieprojecten, die in lijn liggen met onze SDG-focus. Zo gaat er onder andere geld naar een project van zuinige kookovens waar

Heeft belonen van managers-met-een-reductiedoel effect?

Het Franse voedingsconcern Danone heeft koers gezet op het volledig uitbannen van CO₂-uitstoot rond 2050. Het waterbedrijf Evian moet dit doel zelfs al in 2020 bereiken. Nu stijgt de uitstoot van het totale concern nog eventjes, om tussen 2020 en 2025 richting de nul te gaan, uitgaande van de uitstoot van 24,7 MT CO₂ nu. Danone claimt het eerste concern ter wereld te zijn met een calculatiemodule dat onderdeel is van de Enterprise Resource Planning. In 2020 wordt hier de uitstoot van alle dochterondernemingen in

geïntegreerd. Om het doel te halen zal Danone veel 'carbon positive' programma's uitrollen waardoor meer CO₂ wordt opgeslagen in bossen, in natuurlijke ecosystemen en in een duurzamer landbouw. Heel bijzonder is dat de bonus van elke manager van een fabriek in de periode 2008 en 2012 voor 30 procent afhankelijk werd gemaakt van het halen van een reductiedoel van 30 procent. Het eindresultaat? Een reductie van 42 procent. Door dit succes wordt dit bonusbeleid voor managers tot op de dag van vandaag voortgezet.



"De Dome is vanaf de start steeds volgeboekt. We hebben in de eerste twee maanden al 2500 deelnemers geteld: 64 per dag"

Director Corporate Responsibility Wineke Haagsma van PwC: "Je moet een interne CO₂-heffing zien als investering, net als het aanbrengen van zonnepanelen en ledlampen."

Waarom is de SDG Dome altijd volgeboekt?

Van buiten lijkt het op een reusachtige igloo van blauw sloop hout. Binnen blijkt de koepel een theater te herbergen waar acht mensen met een Virtual Reality-bril op een spectaculaire kijk op de vervuilde wereld te zien krijgen. Kunnen de Social Development Goals (SDG's) van de VN die problemen oplossen? "De Dome is vanaf de start steeds volgeboekt. We hebben in de eerste twee maanden al 2500 deelnemers geteld: 64 per dag", zegt initiatiefnemer Wineke Haagsma van PwC. Ze financierde de SDG Dome uit de som geld die PwC reserveert bij wijze van interne CO₂-heffing.

In de SDG Dome start een virtuele reis die langs alle gevolgen van ons menselijk handelen raast, van de vernietiging van het regenwoud, de vervuiling van drinkwater tot de productie van goedkope goederen in sweatshops. Na deze ervaring kunnen de bezoekers als team een game spelen waarmee ze zo snel mogelijk de werelddoelen van de VN moeten oplossen.

De Dome, die in het PwC-kantoor in Amsterdam staat, is ook vrij toegankelijk voor publiek. Aanmelden en info bij: cr.office@nl.pwc.com



In de Dome van PwC ondergaan de deelnemers een virtuele reis langs de belangrijkste wereldproblemen van vandaag, gekoppeld aan de Sustainable Development Goals (SDG's).

Waarom bestaat gratis niet?

'Gratis bestaat niet. Reken echte prijzen voor producten en diensten.' Dat is een van de zeven doorbraken die MVO Nederland in 2025 gerealiseerd wil hebben. Ze werden gepresenteerd op het Nieuwjaarsevent. De toelichting: 'Voor wie ook maar een greintje vertrouwen heeft in het marktmechanisme is de logica zo klaar als een klontje: als vervuilen duurder wordt, loont het om schoon te produceren. Als het uitstoten van CO₂ geld kost, zijn bedrijven eerder geneigd klimaatvriendelijk te werken. In de nieuwe economie werkt het zo. De vervuiler betaalt.'

De andere thema's van de Nieuwe Business Agenda 2019 luiden:

+ Nieuwe Rijkdom

Van alleen financiële winst naar maatschappelijke impact

+ Fabriek zoekt fans

Transparanter model om de keten te monitoren

+ Verschillen moet je willen

Een team dat de samenleving spiegelt

+ Nederland wereldkampioen groene energie

Maak de energietransitie een bron van nationale trots

+ Een kwetterende lente

Herstel van biodiversiteit voordat insecten en vogels verdwijnen

+ Geef de grondstof door

De circulaire economie vergt goed logistiek systeem voor gebruikte grondstoffen

MVO Nederland startte ter ondersteuning van deze agenda rondom de verkiezingen van de Provinciale Staten een unieke social media-campagne, waarbij ondernemers konden aangeven dat zij van het kabinet een ambitieus Klimaatakkoord verwachten, dan wel een CO₂-heffing. Ruim 600 ondernemers en CEO's, waaronder die van TenneT, Enexis, a.s.r. verzekeringen, Essent, Rabobank, Alliander en Albron leenden hun portret aan de boodschap. Directeur-bestuurder Maria van der Heijden constateerde na afloop van de campagne: "We wilden zo laten zien dat er wel degelijk een breed draagvlak is onder ondernemers en bestuurders voor een ambitieus Klimaatakkoord. En dat dat helemaal niet duur of ingewikkeld hoeft te zijn. Laat staan dat het banen gaat kosten." MVO Nederland lobbyt in Den Haag voor het invoeren van een generieke CO₂-heffing van 10 euro per ton.

Nu al investeren op basis van CO₂-heffing?

Grote concerns nemen nu al investeringsbeslissingen op basis van een interne CO₂-heffing. Een voorbeeld hiervan is DSM. Het *life cycle* concern doet net alsof de overheid al 50 euro per ton CO₂-uitstoot heft. En rekent dan bij investeringsbeslissingen uit welke investering het meest gunstig uitpakt. Het kan daardoor gebeuren dat de aankoop die gunstiger leek zonder *carbon-tax* ineens toch duurder uitpakt wanneer een overheid wél een heffing invoert.

Een rekenvoorbeeldje. De kosten voor project 1 bedragen 1 miljoen euro, maar de CO₂-voetafdruk is wel 10 kiloton. Met een geschatte CO₂-heffing stijgen de investeringskosten naar een bedrag van 1,5 miljoen euro. Project 2 lijkt op het eerste gezicht financieel minder aantrekkelijk, want de investeringskosten lopen hier op tot 1,2 miljoen euro. Echter: de CO₂-voetafdruk is lager.

Geen 10 kiloton, maar slechts de helft: 5 kiloton. Dat maakt dat met een fictieve CO₂-heffing van 50 euro per ton project 2 alsnog voordeliger uitpakt met 1,45 miljoen. Dat scheelt toch 50.000 euro.

DSM is zeker niet het enige concern ter wereld dat uit risico-overwegingen al met interne CO₂-prijzen rekent: het zijn er wereldwijd al rond de 1.400 bij elkaar. Het Japanse bedrijf NGK Spark Plug Co, dat bougies maakt, rekent zelfs een recordbedrag van 357 dollar per kiloton. Walt Disney denkt aan 10 tot 20 dollar, BMW aan 6,73 dollar, Nestlé aan 15,47 dollar. Bij energiebedrijven is een bandbreedte te zien van 150,66 dollar bij het Canadese Enbridge Inc. tot 40 dollar door Koninklijke Shell en 28 euro door Total. Directeur politiek en economie Michel Schuurman van MVO Nederland typeerde deze opzet als 'een zonneboekhouding', in tegenstelling tot een 'schaduwboekhouding'.

vrouwen geld aan verdienen. En ook naar bosbouw waar circulaire producten uit voort komen. Ook gaat er minimaal 10 euro per ton naar innovatieprojecten. Er wordt geld gedoneerd aan de NLR zodat zij een elektrische vliegtuigje kunnen aanschaffen voor onderzoek. We lieten de SDG Dome bouwen om medewerkers en hun klanten met een Virtuele Reality-film op een spannende manier te vertellen over de duurzame doelen (zie kader, red.). Het overgrote deel van het budget wordt echter aangewend om tot een stevige reductie te komen."

Alle collega's op deze reis meenemen, dat is ook een hele kunst. Zaken die een vast gegeven lijken, komen ineens ter discussie te staan. Haagsma "Zo hebben we de ambitie om in 2025 een fossielvrij wagenpark te hebben. Dat heeft even tijd nodig, omdat we ons huidige leasecontract moeten uitzitten. Als je je auto te vroeg inlevert, krijg je nu eenmaal een boete. Om dit op te lossen hebben we geld gereserveerd voor 200 collega's die jaarlijks boetevrij naar een elektrische auto kunnen overstappen. Wij betalen die boete als organisatie, uit onze interne CO₂-beprijzing. Dat levert een besparing op van 548 CO₂ ton per jaar. Dat gaat dus wel hard. We hebben nu al bestellingen lopen om tot 30 procent van het wagenpark fossielvrij te maken."

Voor de duurzame reis helpt het ook als je samenwerkt met partners. Haagsma: "We werken samen met bijvoorbeeld Madaster, een organisatie die alle gebruikte materialen in gebouwen in een paspoort onderbrengt. We ondersteunen BREEAM, de certificerings-

organisatie voor de meest duurzame gebouwen. We maken composteerinstallaties voor onze catering mogelijk. We werken samen met Plastic Whale die van ons opgehaalde plastic afval mooie producten maakt. Ook werken we met restaurant Instock om voedselverspilling tegen te gaan." PwC geeft de ervaringen ook door binnen het partnernetwerk van MVO Nederland.

De speurtocht door de organisatie leidde tot interessante ontdekkingen. Haagsma: "Zo blijkt dat wij ook met tussenstops vlogen. Dat is een stuk goedkoper dan rechtstreeks. Toch geven we de voorkeur aan directe vluchten, omdat er juist bij het opstijgen van het vliegtuig naar verhouding veel meer brandstof nodig is, en dus uitstoot. En dat willen we niet. Op de trajecten Amsterdam - Frankfurt en Amsterdam - Parijs nemen we nu in principe de trein. Daarop was de reactie onder sommige collega's wel: 'Oh...'. Er moest even worden geslikt. Maar we rijden wel naar Schiphol met Taxi Electric, natuurlijk. Voor inkopers is er nog een extra criterium bij gekomen: welke aanschaf heeft de laagste CO₂-prijs? Het komt voor dat twee producten even goed zijn en ongeveer even duur. Als dan een van de twee een lagere CO₂-footprint heeft, maar toch iets duurder is, kan dit teveel uit de pot van twee miljoen euro worden genomen." Haagsma, de vorderingen overziend: "Je moet de maatregelen zien als investeringen, net als het aanbrengen van zonnepanelen en led-lampen. Je moet éérst een bedrag uitgeven om straks te kunnen profiteren. De organisatie beseft dat." ■

"Op de trajecten Amsterdam - Frankfurt en Amsterdam - Parijs vliegen we niet meer, maar nemen we nu in principe de trein"

Websites

- + [MVO Nederland De Nieuwe Business Agenda 2019](#)
- + [Jaarbericht PwC 2017/2018](#)
- + [Een impressie de SDG Dome van PwC op YouTube](#)
- + [Stappenplan voor een interne CO₂-beprijzing](#)

- + TEKST JAN BOM
- + FOTOGRAFIE P+ PEOPLE PLANET PROFIT
- + ART DIRECTION BUREAU BOUDEWIJN BOER EN STUDIO 10
- + UITGEVERIJ ATTICUS BV
- + WWW.P-PLUS.NL