

NORGE 2023

Bærekraftig livsforsikring

En analyse av bærekraftsarbeidet i
norske livsforsikringselskaper

Analytikere: Dennis Schmuck og Mathilda Herlin

Innhold

Innledning	3
Tema	4
Netto null	5
Science Based Targets initiative	6
Veien til null utslipp	7
Metode	8
Beskrivelse av kategorier	9
Trafikklyssystem	11
Resultater	12
Sammendrag	15
Definisjoner	16
Om Söderberg & Partners	18

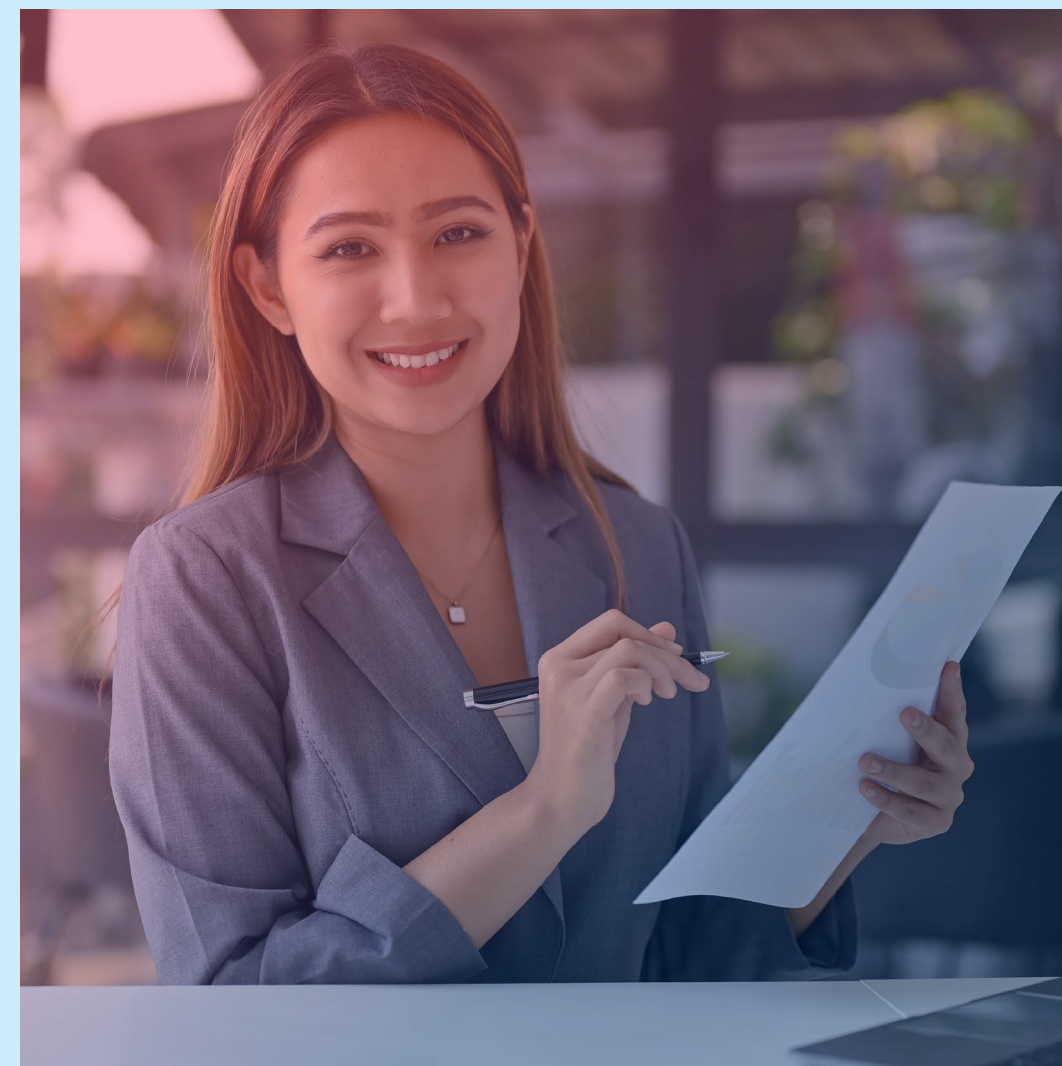


Foto: 123rf.com og johner

Innledning

Denne rapporten er den andre utgaven av Söderberg & Partners' bærekraftsanalyse av norske livsforsikringsselskaper. I analysen vurderes de ulike forsikringsselskapene ut fra hva de gjør når det gjelder bærekraftsspørsmål. Resultatet er en rangering av selskapenes bærekraftsarbeid i henhold til Söderberg & Partners' trafikklyssystem.

Hensikt

Formålet med rapporten er å vurdere og sammenligne livsforsikringsselskapenes resultater når det gjelder bærekraftige investeringer. Rapporten består av to deler.

- Første del presenterer resultatene fra årets tematiske undersøkelse
- Andre del presenterer vår analyse av selskapenes bærekraftsarbeid og vurderinger i henhold til vårt trafikklyssystem.

Denne analysen utfyller Söderberg & Partners produktanalyse av livsforsikring og premiegaranti, som primært tar sikte på å vurdere selskapenes finansielle stabilitet og simulere fremtidig avkastning.

Metode

Fem norske livsforsikringsselskaper er inkludert i denne analysen, der hvert selskap har fått en samlet vurdering basert på svar på undersøkelser om bærekraftsarbeid og offentlig tilgjengelig materiale. Ved behov har vi stilt oppfølgingsspørsmål og hatt møter for å diskutere svarene nærmere. De viktigste forskjellene mellom selskapene finner vi i deres påvirkningsarbeid, ambisjoner og verdiskaping på området, samt deres prosesser for bærekraftige investeringer. Endelige karakterer er en vektning av karakterene i respektive område.

Rangeringene er relative, noe som betyr at bærekraftsarbeidet til de undersøkte selskapene har blitt sammenlignet med hverandre for å identifisere selskapene med de beste strategiene og forutsetningene for å bruke kapital på en måte som gjør verden litt bedre. Mer informasjon om vår metode finner du på side 8.

Resultater 2023

I år får ett selskap grønn vurdering, tre selskap gul vurdering, og ett selskap får rød vurdering. Totalt har det vært to endringer i total karakterene sammenlignet med fjoråret. Mer om analysen og underkarakterene finner du på side 12.

Generelt er selskapene flinke til å inkludere bærekraftsaspekter i sin ledelse. De mest merkbare forskjellene finner vi innenfor kategorien ambisjon og verdiskaping. Her er selskaper med grønn rating mer aktive og transparente, og har større ressurser dedikert til bærekraftsintegrasjon enn selskaper med rød rating.



Tema

Denne delen fokuserer på de norske livsforsikringsselskaperes strategi og mål for netto null klimagassutslipp, og viser hvordan selskaper jobber mot netto nullutslipp innen 2050.

Oppsummering

Her er noen av konklusjonene i temadelen:

- Alle de fem selskapene har satt seg mål om netto nullutslipp av klimagasser innen 2050.
- Definisjonen av netto null varierer, og strategier for å nå målene utformes forskjellig.
- Manglende tilgang til utslippsdata blir sett på som et stort hinder på veien mot netto null.



Netto null

Etter hvert som det stilles høyere krav om å fase ut bruken av fossile brensler og redusere klimagassutslipp, etablerer stadig flere selskaper såkalte netto null-mål. For å oppnå disse, er det vanligvis nødvendig med en kombinasjon av drastisk reduksjon av utslipp, samtidig som karbondioksid fjernes fra atmosfæren.

I det videre kan du lese om hvordan de norske livsforsikringsselskapene har implementert netto null-mål i sine strategier.

Høye ambisjoner

Alle de fem selskapene som inngår i denne analysen har etablert mål om netto nullutslipp. Felles for dem alle er at de har som mål å komme dit innen 2050, altså i tråd med det Parisavtalen krever. Det er imidlertid forskjeller mellom selskapene i hvordan målene er utformet. En forskjell er hvilke utslipp som er inkludert.

Utslippene er delt inn i tre kategorier:

- Scope 1 (direkte utslipp fra egen virksomhet)
- Scope 2 (indirekte utslipp fra innkjøpt energi)
- Scope 3 (indirekte utslipp oppstrøms eller nedstrøms i verdikjeden, for eksempel fra investeringer).

To av selskapene har mål om netto null som omfatter alle tre kategoriene, mens ett av selskapene har mål som kun dekker scope 1 og 2.

De to siste selskapenes mål omfatter alle tre, men med noen begrensninger for scope 3. Årsaken til at scope 3 ikke alltid omfattes av denne typen mål, er at det er problemer med hvordan denne utslippskategorien måles. Hoveddelen av selskapenes utslipp stammer fra investeringer, det vil si scope 3-utslipp, men det kan være vanskelig å tallfeste disse med sikkerhet.

For å oppmuntre til mål som er konsistente med dagens klimaforskning, har Science Based Targets initiative (SBTi) blitt opprettet, der selskaper kan koble seg på og få sine mål verifisert. To av selskapene har vitenskapsbaserte mål verifisert av SBTi. Ett selskap opplyser at de sannsynligvis vil søke om dette i løpet av året.

Netto nulluslipp

Netto nulluslipp betyr at mengden klimagasser som slippes ut i atmosfæren er balansert med mengden absorbert. I praksis betyr dette at det ikke lenger er noen økning i klimagasser i atmosfæren, som er nødvendig for å begrense den globale oppvarmingen til godt under 2 °C over førindustrielt nivå, under Parisavtalen.



Science Based Targets initiative

Science Based Targets initiative (SBTi) er et globalt anerkjent rammeverk, som skal støtte selskaper i å sette mål for klimagassutslipp i tråd med dagens vitenskap. Disse målene bør være i tråd med Parisavtalens konsensus om å begrense global oppvarming til 1,5 °C sammenlignet med førindustrielt nivå.

SBTi tilbyr verktøy og ressurser som kan hjelpe bedrifter med å utvikle og implementere sine egne mål, som deretter verifiseres eksternt for å sikre at de er i tråd med Parisavtalen.

SBTi ble grunnlagt i 2015 som et samarbeid mellom en rekke organisasjoner, inkludert FNs Global Compact, WWF og CDP (Carbon Disclosure Project). Bedrifter som deltar, må sette en tidsramme for å redusere sine klimagassutslipp, basert på vitenskapelige data og modeller for å nå målene i Parisavtalen. Deretter skal de utvikle strategier for å oppnå dette, inkludert tiltak som å redusere materialforbruket og legge om til en større andel fornybar energi.

SBTi kontrollerer deretter at selskapenes mål er i samsvar med målene i Parisavtalen, og gir tilbakemelding på deres strategier. Når målene er godkjent, kan selskaper bruke SBTi-logoen for å indikere at deres mål er vitenskapsbaserte og i tråd med internasjonale standarder.

Det har blitt stadig vanligere å knytte til seg SBTi blant selskaper som ønsker å synliggjøre sitt engasjement for å redusere utslipp og redusere klimaendringene.



Veien til null utslipp

Veien til netto nullutslipp kan være vanskelig, og selskapene har etablert sine respektive strategier for å komme dit. Et felles tiltak er å sikre at forvalterne i fondene de investerer i, har forpliktet seg til netto null senest innen 2050.

Et viktig verktøy, er data og tilgang til informasjon om karbonintensiteten i de underliggende selskapene. Ett selskap har implementert en strategi for å integrere klimarelatert risiko i sine investeringsbeslutninger. For å følge den etablerte utslippskontrollbanen og redusere klimarisiko, har selskapet etablert et trafikklyssystem for å overvåke utslippintensiteten i porteføljen, og rapporterer kvartalsvis om dette.

Det er to ulike tilnærminger til bærekraftige investeringer: positiv seleksjon og aktivt eierskap. Mens noen kapitalforvaltere prioriterer førstnevnte, og fokuserer på å investere i lavutslippsselskaper, prioriterer noen det andre, og fokuserer i stedet på å investere i selskaper for å påvirke dem til å minimere utslippene sine. Hvilken strategi som faktisk bidrar til en reell reduksjon i utslipp, er omdiskutert, og de fleste bedrifter bruker en kombinasjon av metodene i sine strategier.

Hinder på veien

Når det gjelder utfordringer som selskapene står overfor, er det mulig å se noen klare mønstre. Tilgang til data av høy kvalitet er den viktigste faktoren. Dette gjelder først og fremst utslipp fra investeringer, det vil si i scope 3. For å kunne ta informerte beslutninger i investeringsprosessen og måle oppnåelse, kreves det at selskapene har oppdaterte data om ESG-relaterte faktorer, som for eksempel utslipp fra de underliggende selskapene. Selv om mange selskaper i investeringsuniverset har store planer og ambisjoner, mangler de fortsatt nødvendige verktøy for å måle fremdriften i egen virksomhet. Livsforsikringsselskapene opplyser at dataene som er tilgjengelige ofte er utdaterte, og dermed ikke relevante nok.



Konklusjon

Alle selskapene har etablert mål om netto null klimagassutslipp innen 2050. De skiller seg litt fra hverandre når det gjelder definisjonen av netto null og deres strategier for å komme dit. Felles for alle, er at de opplever mangelen på data som et stort hinder. Siden de aller fleste selskapers utslipp kommer fra investeringer, er tilgang til relevante data nødvendig for å kunne gjøre gode vurderinger og ta informerte beslutninger i investeringsprosessen.

Metode

Helhetlig tilnærming gir et unikt analysegrunnlag

Formålet med analysen er å evaluere og sammenligne livsforsikringsselskapenes arbeid med bærekraftige investeringer. Ved å stille spørsmål direkte til forsikringsselskapene, lese offentlige utredninger, og i noen tilfeller snakke med forvaltere, har vi et unikt analysegrunnlag som ikke er like tilgjengelig for den enkelte sparer.

Relativ analyse

Det er viktig å påpeke i metoden at evalueringen er relativ. Hovedformålet med analysen er at kunder skal kunne velge det mest bærekraftige alternativet blant utvalgte forsikringsselskaper.

Tre evalueringsparametere

For å sammenligne og rangere livsforsikringsselskapene etter Söderberg & Partners' trafikklysmoell, fokuserer vi på de områdene hvor vi har identifisert de tydeligste og viktigste forskjellene når det gjelder bærekraftsarbeid:

- Prosess for bærekraftige investeringer
- Påvirknings- og bærekraftambisjoner
- Verdiskaping.

Karakteren innenfor hver kategori er basert på en underliggende skåring. De ulike elementene i hver kategori vektet sammen til en endelig karakter. Derfor kan det være slik at to selskaper med samme trafikklysvurdering innenfor hvert perspektiv fortsatt får to forskjellige endelige vurderinger.



Analysen omfatter følgende fem selskaper:

- DNB
- Gjensidige
- Nordea
- Sparebank 1
- Storebrand

Beskrivelse av kategorier

De utvalgte karakterkategoriene er definert og begrunnet nedenfor. Vi gir også en indikasjon på karaktergrensene for rødt, gult og grønt lys innenfor hver kategori.

Prosess for bærekraftige investeringer

Beskrivelse

Kategorien «Prosess for bærekraftige investeringer» reflekterer hvordan selskapene arbeider med å ta hensyn til bærekraft i forvaltningen, det vil si hvilke verktøy, metoder og insentiver forvalterne har for at eierandelene i livselskapenes porteføljer skal være mer bærekraftige enn markedet.

Viktige parametere i denne kategorien, er tilgang til bærekraftsanalyser og informasjon og hvordan den brukes. Tilbakemeldinger til forvalterne, samt insentiver og metoder for å integrere bærekraftsfaktorer i investeringsbeslutninger, er også

viktige aspekter. Kategorien fokuserer på positiv seleksjon fremfor ekskludering. Denne beslutningen er basert på Söderberg & Partners` syn på bærekraft, som er basert på hva forskningen sier om hvilken bærekraftige investeringsstrategier som har potensial til å skape reelle forbedringer for miljø og samfunn.

Vi tar også hensyn til i hvilken grad livselskapene følger opp bærekraft i porteføljen, og om det foreligger mål for porteføljens bærekraft eller eventuelt morselskapsnivå.



Viktige parametere i kategorien:

- Analyse av bærekraft
- Integrasjon
- Oppfølging av bærekraftsnivå

Påvirkningsarbeid

Beskrivelse

"Advocacy Work"-kategorien vurderer hvordan livsforsikringsselskaper identifiserer og bruker muligheter til å engasjere seg i påvirkningsarbeid. Påvirkningsarbeid kan være både reaktivt og proaktivt.

Er man **reaktiv** i sitt påvirkningsarbeid, handler man bare når det er klare tegn på at et selskap i porteføljen i noen henseender ikke er bærekraftig, for eksempel en skandale i media, eller at selskapet svikter en normbasert screening/evaluering.

Proaktivt bærekraftsarbeid innebærer at investor ikke er passiv i påvente av tydelige signaler, men jobber forebyggende med selskapenes bærekraftsarbeid. Det betyr at fondsforvalteren på forhånd forsøker å identifisere selskaper med svakheter fra et bærekraftssynspunkt, og jobber med å påvirke og forbedre disse. Resultatene fra påvirkningsarbeid er vanskelige å måle fordi det som regel er flere ulike krefter som påvirker et selskap eller et fondsselskap til å endre seg, for eksempel andre aktørers påvirkningsarbeid, kundekrav, og lover og regler.

Vi har derfor valgt å evaluere struktur og prosesser som selskapene har på plass for å skape gode rammebetingelser for påvirkningsarbeid. Vi vurderer også dialog, for eksempel som e-post, som har gitt resultater.

Viktige parametere i kategorien:

- Påvirkningsarbeid
- Proaktivitet vs. reaktivitet
- Aktivitetsnivå

Bærekraftsambisjoner og verdiskaping

Beskrivelse

Kategorien «Bærekraftsambisjoner og verdiskaping» fanger opp i hvilken grad selskapet investerer i bærekraft og bidrar til utvikling på området. Det er viktig å belønne selskapene gjennom denne kategorien fordi bærekraftige investeringsstrategier er et relativt nytt område. Det er ikke opplagt hvilken måte å jobbe på som er best, og det trengs mye mer kunnskap og åpenhet. Derfor er det bra at selskapene prioriterer bærekraft, og tar egne initiativ, og samarbeider med andre aktører, for å utvikle området videre. Vi ser også på om ledere og analytikere får opplæring i området.

Innenfor denne kategorien verdsettes selskaper som er engasjert i en rekke samarbeid og initiativer, og bruker mye tid og ressurser på å drive bærekraftsspørsmål i bransjen fremover. Om selskapene er transparente i sin kommunikasjon og rapporterer bærekraftsarbeidet på en tydelig og lett tilgjengelig måte, er også med i vurderingen.

Viktige parametere i kategorien:

- Kommunikasjon og åpenhet
- Resurser og organisering
- Samarbeid og initiativ



Trafikklyssystem

Prosess for bærekraftige investeringer

- Grønn rating gis til selskaper som har en omstendelig prosess for å ta hensyn til bærekraft, og en modell eller metode som tillater positivt utvalg. De har også mye informasjon om porteføljebeholdningenes bærekraftsarbeid, og supplerer bærekraftsanalyser fra eksterne leverandører med interne analyser. Grønn rating tildeles også de selskapene som har jevnlig oppfølging med forvalterne knyttet til fastsatte bærekraftsmål.
- Gul rating gis til livsforsikringsselskaper som har jevnlig oppfølging med forvalterne, samt insentiver til å integrere bærekraft i ledelsen, men mangler en klar strategi eller betingelser for positiv seleksjon.
- Selskaper som har tilgang til omfattende bærekraftsinformasjon, men mangler en formalisert prosess og klare insentiver for å ta hensyn til bærekraft i ledelsen, får rød vurdering.

Påvirkningsarbeid

- Det gis grønn rating til selskaper som vurderes å ha gode forutsetninger for å få til endringer i praksis. Dette kan ta utgangspunkt i at de har en effektiv strategi for dialog med selskapene de eier, eller andre med mandat til å forvalte for livsforsikringsselskapet. De driver også proaktiv påvirkningsvirksomhet basert på identifisert bærekraftsrisiko i den tradisjonelt forvaltede porteføljen, og følger opp utviklingen av dialogene etter en veldefinert metode.
- Gul rating gis til selskaper som har strukturert påvirkningsarbeid, men av en eller annen grunn har dårligere forutsetninger for å drive påvirkningsvirksomhet som gjør en forskjell.
- Selskaper som har mindre strukturert påvirkningsarbeid, eller vurderes å ha lavere sannsynlighet for å drive påvirkningsarbeid, får rød vurdering.

Bærekraftsambisjoner og verdiskaping

- Grønn vurdering i denne kategorien gis til de selskapene som bruker mye ressurser på å drive utviklingen fremover, og som er aktivt engasjert i ulike samarbeid og initiativer. De er flinke til å kommunisere bærekraftsarbeidet sitt på en lett tilgjengelig og transparent måte.
- Det gis gul rating til de som investerer i bærekraft, men som ikke kommuniserer eller er like transparente med bærekraftsarbeidet som utføres.
- Selskapene som bruker relativt lite ressurser på bærekraftsarbeid, eller som ikke er involvert i samarbeid i samme utstrekning som andre får en rød rating.



Resultater

Bærekraftsvurderingene innenfor hver kategori rapporteres for hvert livsforsikringselskap.

Prosess for bærekraftige investeringer

Selskap	Resultat
DNB	●
Gjensidige	●
Nordea	●
Sparebank1	●
Storebrand	●

Vurderingsprosessen for bærekraftige investeringer fokuserer hovedsakelig på hvordan forvalterne av pensjonsselskapene tar hensyn til bærekraftsdata når de tar investeringsbeslutninger, og hvordan selskapene overvåker bærekraftsnivået i porteføljen. Tabellen oppsummerer selskapenes vurderinger i denne kategorien. I løpet av året har det vært to karakterendringer.

Selskapene som har fått grønn rating har en systematisk prosess for positiv seleksjon og/eller et klart og langsiktig

mål om porteføljens bærekraftstandard. Forvalterne har tilgang til omfattende bærekraftsinformasjon og analyser som brukes til regelmessige tilbakemeldinger til eksterne forvaltere, og for å opprettholde porteføljens bærekraftsnivå.

Storebrand har fått grønn karakter i vurderingen. For å integrere ESG i den tradisjonelt forvaltede livsporteføljen, bruker Storebrand Asset Management, omfattende intern og ekstern bærekraftsinformasjon og analyse. Ledergruppen har utviklet en intern modell for bærekraftsanalyse for å vurdere selskapers bærekraftsrisiko og bidrag til de globale målene. Prosessen for positiv seleksjon er god, og Storebrand gir forvaltere insentiver til å ta hensyn til bærekraftsrisiko og bidra til klimaomstillingen i sine mandater.

Nordea er det andre selskapet med grønn rating i kategorien. Selskapet har en kvalitativ analysemodell med full dekning som benyttes for å vurdere eksterne forvalteres prosesser. Vurderingene av ledergruppene oppdateres årlig (minimum). Når ledere ikke lever opp til kravene, igangsettes påvirkningsarbeid mot dem.

Gjensidige er det eneste selskapet som får gul rating på dette området. Selskapet har jevnlig oppfølging med sine ledere, som får insentiver til å integrere bærekraft i sitt virke. Selskapet mangler imidlertid en klar strategi eller forutsetninger for positiv seleksjon, sammenlignet med selskaper med grønn rating.

Gjensidige har lavere dekning av bærekraftsdata enn de grønne selskapene, mens det er noe uklart

hvor avgjørende ESG-kriterier er i porteføljekonstruksjonen. Selskapet benytter imidlertid både en intern og ekstern analyse. For tiden er fokuset på klimaaspekter når man vurderer en porteføljens bærekraftsnivå, men det er verdt å merke seg at ikke alle ESG-spørsmål dekkes i denne vurderingen. Selskapet har etablert mål i henhold til Science Based Targets, og anser dette som en viktig faktor i vurderingen av eksterne leverandører. Derfor har selskapet fått økt rating i år. Sammenlignet med selskapene med grønn rating i denne kategorien, vurderes ikke Gjensidiges prosess for positiv seleksjon som like tydelig.

DNB og Sparebank 1 får rød rating. DNBs porteføljevaltere har tilgang til bærekraftsdata og analyser, men mangler en godt formulert strategi for å ta hensyn til denne informasjonen i



forvaltningen gjennom positiv seleksjon. Selskapet har jevnlig rapporter for å følge opp bærekraftsnivået til eksterne forvaltere.

Sparebank 1 fikk rød rating i kategorien også i fjor, og selv om vi har kunnet se forbedringer, blant annet når det gjelder hvilke prioriterte bærekraftsrelaterte forhold som gis og hvordan

det følges opp, ligger de fortsatt noe bak de andre selskapene. Selskapet har eksterne og interne analyser av ESG-faktorer, og stiller krav til eksterne forvaltere og deres interne analyser. Sparebank 1 benytter et relativt stort antall datakilder i sine interne screening og vurderinger.

Resultater forts.

Påvirkningsarbeid

Selskap	Resultat
DNB	●
Gjensidige	●
Nordea	●
Sparebank1	●
Storebrand	●

Livsforsikringsselskapene har mulighet til å påvirke selskaper de eier på flere måter. Dette kan gjøres gjennom dialog med selskapsledelsen om driften av virksomheten, eller ved å oppnevne kompetente styremedlemmer i valgkomiteer som kan håndtere bærekraftsspørsmål. En oppsummering av selskaperes vurderinger er gitt i tabellen.

Grønn rating gis til selskaper som vurderes å ha gode forutsetninger for å gjennomføre endringer i praksis. Dette kan være basert på å ha en effektiv strategi for dialog med selskapene de eier, eller andre med mandat til å forvalte for livsforsikringsselskapet.

De driver også proaktiv påvirkningsvirksomhet basert på identifisert bærekraftsrisiko i selskapene i den tradisjonelt forvaltede porteføljen, og følger opp utviklingen av dialogene etter en veldefinert metode.

Storebrand og Sparebank 1 får grønn rating i denne kategorien. Storebrand driver utstrakt påvirkningsarbeid der både reaktive og proaktive dialoger prioriteres ut fra forhåndsbestemte kriterier. Eierstørrelse, posisjon som nordisk investor, og potensial for langsiktig endring i beholdninger, er noen eksempler. Påvirkningsarbeidet følger en tydelig prosess, og dokumenteres og følges opp på en god måte.

Sparebank 1 følger også en tydelig prosess med tydelig prioritering av påvirkningsdialoger. Temaene bestemmes blant annet med utgangspunkt i bærekraftsmålene, og klimagassutslipp og avskoging er prioritert. Selskapet har i løpet av året hatt et

relativt stort antall dialoger, og fokuserer på påvirkningsarbeid der det er maksimal mulighet til å bidra til positiv endring. Nedsalg blir sett på som en siste utvei, da påvirkningsarbeidet ikke har ønsket effekt.

Felles for selskapene med gul rating, er et omfattende påvirkningsarbeid, men at det ikke følger en like tydelig og strukturert prosess som de grønne selskapene, eller at omfanget i forhold til selskapets størrelse eller definisjon av dialog, ikke er tilstrekkelig for en grønn rating.

Nordea og DNB får begge gul vurdering. Nordea har et relativt stort antall dialoger, men sammenlignet med selskaper med grønn rating er beslutningsprosessen noe uklar. Dialogene på klimaområdet er proaktive, men på andre områder vurderes påvirkningsarbeidet å være fokusert på risiko, og tendensen er mer reaktiv enn proaktiv. Nordea sier at de kan selge ut sel-



selskaper som ikke viser endringsvilje, men det finnes ingen standardiserte beslutningskriterier for når og hvordan dette skal skje.

DNB har veldefinerte temaområder som er prioritert innenfor påvirkningsoppdraget. Det er imidlertid ikke klart hvordan resultatene måles, følges opp

og evalueres. Antall dialoger i forhold til selskapets størrelse er lavere enn for selskapene med grønn rating.

Gjensidige blir rød i denne kategorien. Antall dialoger gjennom året er betydelig lavere enn for de øvrige selskapene. I dialoger benytter selskapet anerkjente rammeverk som FNs

prinsipper for ansvarlige investeringer (UN PRI) for å velge prioriterte temaer. Det er imidlertid ingen standardisert prosess for påvirkningsarbeid, og dokumentasjonen og rapporteringen av arbeidet er utilstrekkelig.

Resultater forts.

Bærekraftsambisjoner og verdiskaping

Selskap	Resultat
DNB	●
Gjensidige	●
Nordea	●
Sparebank1	●
Storebrand	●

I denne sammenheng undersøker vi graden av åpenhet hos selskapene i deres arbeid med bærekraftige investeringer, samt hvor mye ressurser de setter av til å drive frem bærekraftsspørsmål i bransjen. Tabellen viser en oppsummering av selskapenes vurderinger i denne kategorien.

Grønn score er gitt til Storebrand og Nordea. Storebrand har et omfattende team med fokus på bærekraft i fondsselskapet som håndterer dataene. På konsernnivå er det en leder for bærekraft, og en liten gruppe som støttes av eksterne eksperter. Storebrand har sluttet seg til flere viktige

bransjeinitiativer, og spiller ofte en aktiv rolle i disse. Sammenlignet med Nordea, mener vi at Storebrand har høyere transparens. Informasjonen er lett å finne på deres hjemmeside, som er brukervennlig. De rapporterer karbonavtrykket til porteføljene og beholdningene, og det er enkelt å finne policydokumenter og generalforsamlingsrapporter.

Nordea har betydelige ressurser på bærekraft. Selskapet har tilgang til betydelig støtte fra andre deler av konsernet, spesielt innen forvaltningsselskapet som har en stor del av livsporteføljen.

Selskapet har et team med ansvar for å:

- Utvikle og oppdatere felles ESG-relaterte retningslinjer og undersøkelser
- Gjennomføre ESG-vurdering og rating av kapitalforvaltere
- Gjennomføre vurdering av investeringsprodukter
- Ta eierskap til og støtte invester-

ingsorganisasjonen i å integrere ESG-hensyn i investeringsprosessen.

Nordea samarbeider aktivt på flere hold for å fremme bærekraftig utvikling. Nordea deler bare delvis dialog- og eksklusjonslistene sine, og det er vanskelig å få tilgang til beholdningslister. Informasjon om bærekraftsarbeid rapporteres i hovedsak på konsernnivå og ikke spesifikt for livsforsikringsselskapet.

Felles for selskapene med grønn rating, er at de deltar aktivt i en rekke samarbeid for å støtte finansnæringens arbeid for å fremme bærekraftig utvikling. De har mye ressurser og kompetanse på området, tilbyr sine ansatte god opplæring, og er transparente i sin kommunikasjon til den generelle pensjonsspareren. Selskapene med gul rating er mindre transparente om bærekraftsarbeidet som gjennomføres.

DNB er det eneste selskapet med

gul rating innenfor kategorien. De har ikke like mye ressurser dedikert til bærekraft, og engasjementet for å påvirke finansnæringens arbeid med bærekraft er følgelig mindre enn de grønne selskapene. Til tross for dette viser DNB en relativt høy grad av åpenhet, gjennom tydelig kommunikasjon om sitt bærekraftsarbeid på en forståelig måte for privatpersoner. Eksklusjonslister, karbonregnskap og beholdningslister er tilgjengelig på selskapets nettsider.

Gjensidige og Sparebank 1 har fått rød rating i perspektiv. Felles for disse, er at de har færre ressurser dedikert til bærekraft sammenlignet med andre, og har få samarbeid for å bidra til bærekraftig finans. Gjensidiges har lavere grad av åpenhet og kvalitet i sin kommunikasjon om bærekraftsarbeid sammenlignet med andre selskaper. Selskapet rapporterer ikke åpent om dialoger som har funnet sted, og det er ingen rapportering om karbonavtrykk

Kommunikasjon og åpenhet

I tillegg til at livsforsikringsselskapene jobber med bærekraft i investeringsbeslutninger, er det også viktig at dette kommer tydelig frem for de som har penger de faktisk investerer - pensjonssparere. Derfor inngår kommunikasjon og åpenhet i vurderingen, der pensjonsselskaper som har lett tilgjengelig og tydelig offentlig informasjon belønnes.

Utgangspunktet for vurderingen er at informasjon som gjør det mulig for kunden å gjennomføre en helhetlig bærekraftsanalyse av pensjonsselskapet på egen hånd, bør kommuniseres tydelig på deres nettsider. Eksempler på dette er rapporter om eierstyring og selskapsledelse, oppdaterte beholdningslister, klimafotavtrykk eller rapporter som redegjør for selskapenes påvirkningsarbeid.

Noen pensjonsselskaper som er en del av en større virksomhet driver bærekraftsarbeid som også kommuniseres, men dette kan føre til misforståelser da en del av kommunikasjonen for selskapets bærekraftsarbeid som helhet ikke gjelder pensjonsselskapet spesielt. Denne forvrengningen tar vi hensyn til i analysen.

eller eksklusjonslister tilgjengelig for offentligheten. På samme måte jobber Sparebank 1 lite med kommunikasjon og åpenhet. Nettsiden deres er relativt vanskelig å navigere i, og mangler detaljert informasjon om for eksempel dialoger, beholdninger og karbonavtrykket til porteføljene. Dette er viktig for å gi interessenter som

kunder muligheten til å ta informerte beslutninger basert på tilstrekkelig informasjon.

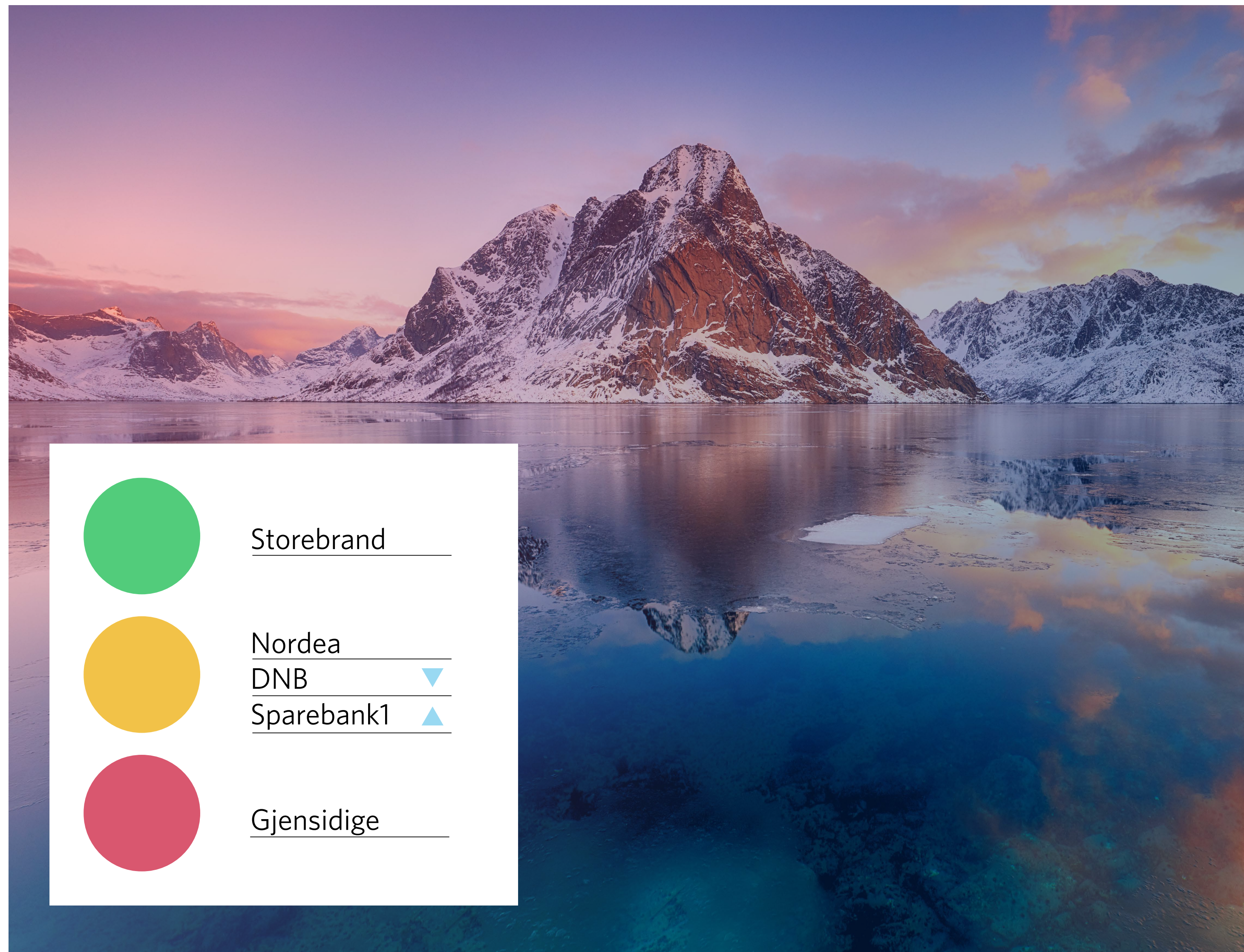
Sammen drag

Resultater 2023

Figuren viser selskaperens samlede bærekraftsvurderinger i tilfeldig rekkefølge. Den samlede vurderingen er en kombinasjon av punktene fra de tre kategoriene: Prosess for bærekraftige investeringer, påvirknings- og bærekraftambisjoner, og verdiskaping. Det er viktig å merke seg at poengene innenfor hver kategori veies sammen for å skape en endelig karakter, og ikke trafikklyset som helhet. Dette betyr at to selskaper med samme farge innenfor en enkelt kategori, kan få ulik slutt karakterer.

Storebrand kommer best ut, og får grønn totalvurdering. Selskapet har en proaktiv bærekraftstrategi der ESG-aspekter er tydelig integrert i investeringsbeslutninger, og regelmessig overvåking av porteføljens bærekraftsnivå sikrer måloppfyllelse. Selskaperens kommunikasjon er transparent, noe som skaper tillit og merverdi i deres arbeid. Påvirkningsarbeidet er strukturert på en effektiv måte, for å maksimere bærekraftig utvikling av de investerte selskapene. Selskapets strategi er muliggjort ved å dedikere tilstrekkelige ressurser til ESG-området.

Nordea, DNB og Sparebank 1 får alle gul totalvurdering. Gjensidige får en rød totalvurdering. Dermed har det vært to endringer siden i fjor; Sparebank 1 har gått opp et nivå, mens DNB har gått ned. Analysen og vurderingen er relativ. Dette for å hjelpe enkeltpersoner med å velge det mest bærekraftige alternativet. Dermed betyr selskapets røde rating at den ligger bak konkurrentene innen bærekraft. Det er imidlertid verdt å huske på at de norske livsforsikringsselskapene generelt ligger langt fremme når det gjelder bærekraft.



Definisjoner

Prosjekt for karbonavsløring

CDP er et internasjonalt samarbeidsprosjekt for å redusere selskapers påvirkning på miljøet og øke bevisstheten om klimaendringer.

Stoppe klimatiltakene 100+

Et investorledet initiativ der medlemmene gjennomfører påvirkningssamtaler med verdens største utslipere av klimagasser for å få dem til å endre seg.

ClimateWise

ClimateWise støtter forsikringsbransjen for bedre å kommunisere og svare på risikoene og mulighetene knyttet til det økende gapet mellom totale finansielle og forsikrede tap som tilskrives klimaendringer.

ESG

En vanlig forkortelse for Sustainable Investments. Står for Environmental, Social & Governance. Investor tar hensyn til selskapsstyring, miljømessige og sosiale forhold.

ESG-integrasjon

Integrasjon, eller ESG-integrasjon, innebærer at forvalter vurderer risiko og muligheter knyttet til bærekraft i sine finansielle investeringsanalyser.

Utelukkelse

En strategi som innebærer å avstå fra å investere i enkelt-selskaper eller bransjer.

Bærekraftige investeringer

Ifølge EU er en bærekraftig investering noe som bidrar til miljømessig og/eller sosial bærekraft og ikke skader den på noen måte. I tillegg må den også være i samsvar med gjeldende regler og praksis innen eierstyring og selskapsledelse, samt internasjonale standarder og normer.

IPCC

FNs klimapanel (IPCC). Organisasjonen ble dannet for å gi verden et vitenskapelig perspektiv på dagens kunnskapsstatus om klimaendringer og dens miljømessige og sosioøkonomiske konsekvenser.

Montreal Carbon Pledge

Ved å signere Montréal Carbon Pledge, forplikter investorer seg til å måle og avsløre karbonutslippene til sine investeringsporteføljer på årlig basis.

Netto null eierallianse

Den FN-sammenkalte Climate Leadership Group 'Net-Zero Asset Owner Alliance' består av globale kapitaleiere som har forpliktet seg til å redusere utslipp og begrense global oppvarming til 1,5 grader. Kapitaleierne har forpliktet seg til netto nullutslipp av klimagasser i sine investeringsporteføljer innen 2050. Initiativet ble lansert på FNs generalsekretærs klimatoppmøte i september 2019.

Parisavtalen

En klimaavtale inngått i Paris i 2015, en avtale mellom land om å begrense den globale oppvarmingen til godt under 2 grader. I artikkel 2 nr. 1 bokstav c har signaturlandene satt et mål for finansielle strømmer i tråd med samfunnsutviklingen.



PRI

Forkortelse for FNs investorinitiativ "Principles for Responsible Investment", som sier at selskapet skal:

1. Integrere bærekraftsfaktorer (miljø, sosiale forhold og selskapsstyring) i analyser og beslutningsstøtte vedrørende investeringer.
2. Vær en aktiv eier.
3. Oppmuntre selskaper du investerer i til å være transparente og jobbe med bærekraftsfaktorer.
4. Fremme aksept og implementering av prinsippene i finansnæringen.
5. Samarbeide med andre investorer og interessenter om ansvarlige investeringer.
6. Redegjøre for hvordan PRIs prinsipper implementeres og hvordan arbeidet med ansvarlige investeringer utvikler seg.

PSI

FNs prinsipper for bærekraftig forsikring, som sier at selskapet skal:

1. Integrere bærekraftsspørsmål som er relevante for forsikringsbransjen i våre beslutninger.
2. Arbeide sammen med kunder og forretningspartnere for å øke bevisstheten om bærekraftsspørsmål, håndtere risiko og utvikle løsninger.

3. Arbeide sammen med myndigheter, lovgivere og andre viktige interessenter for å fremme samfunnstiltak for bærekraft.

4. Demonstrere ansvarlighet og åpenhet ved å rapportere offentlig om vår innsats for å implementere prinsippene.

Påvirkningsarbeid

Påvirkningsarbeid, i noen tilfeller også kalt «responsible ownership» eller «engagement and voting», innebærer at kapitalforvalter påvirker porteføljeselskapene til å forbedre sitt bærekraftsarbeid.

Science Based Targets-initiativ

Et rammeverk for selskaper til å sette vitenskapsbaserte klimamål som er i tråd med det som trengs for å nå målene i Parisavtalen.

Swedish Insurance

Swedish Insurance er forsikringsselskapenes bransjeorganisasjon som arbeider for høy tillit til forsikringsbransjen og for økt kunnskap om betydningen av privat forsikring i samfunnet. Organisasjonen arrangerer seminarer og formidler informasjon om blant annet bærekraftsspørsmål i forsikringsbransjen.

SFDR

Forordning om bærekraftsrelatert rapportering for finansmarksaktører med sikte på å gjøre aktørene i finansmarkedene mer åpne om hvordan aktørene i finansmarkedene tar hensyn til bærekraft i investeringsbeslutninger.

1. Artikkel 8: produkter som fremmer sosiale eller miljømessige egenskaper
2. Artikkel 9: Produkter med bærekraftige investeringer som mål

TCFD

Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) har som oppgave å utvikle konsistente frivillige klimarelaterte rapporteringer som er nyttige for blant annet investorer og långivere for å forstå hvordan selskaper håndterer klimarelatert risiko og muligheter.

FNs Global Compact

Internasjonale prinsipper rettet mot selskaper, om menneskerettigheter, arbeidsrett, miljø og antikorrupsjon. Prinsippene bygger på FNs menneskerettighetserklæring, Rio-erklæringen, FNs konvensjon mot korrupsjon og ILOs konvensjoner om arbeidsrett.



Om Söderberg & Partners

Söderberg & Partners ble grunnlagt i 2004 og er en av Nordens ledende finansielle rådgivere og meglere av forsikring og finansielle produkter. Vi driver virksomhet innenfor områder som forsikringsrådgivning, pensjonsrådgivning og forsikringsformidling, samt kapitalrådgivning og kapitalforvaltning. Vi utvikler og tilbyr også digitale verktøy for blant annet økonomisk rådgivning og for lønns- og trygdeforvaltning.

Vårt mål er å levere de beste løsningene og de mest kompetente rådene ved stadig å fornye og utvikle den tradisjonelle måten å jobbe på i bransjen. Vår bedriftsfilosofi er preget av tre viktige hjørnesteiner: åpenhet, analyse og personlig. Vi setter alltid kundens interesser først, og all rådgivning hos Söderberg & Partners er basert på hver enkelt kundes unike behov. Vi vet at velbegrunnede råd gjør en forskjell.

Generell informasjon

Denne analysen er utarbeidet av Söderberg & Partners Wealth Management AB, org. 556674-7456 (heretter "Söderberg & Partners" og/eller "Selskapet"). Selskapet er en investeringsinstitusjon og har konsesjon som tilleggstjeneste for å utarbeide og formidle investerings- og finansanalyser og andre former for generelle anbefalinger vedrørende handel med finansielle instrumenter. Analysen har vært basert på kilder som har blitt vurdert til å være pålitelige i god tro. Söderberg & Partners er ikke ansvarlig for nøyaktigheten av opplysningene eller for unøyaktigheter eller mangler ved behandlingen av disse.

Formålet med analysen er å gi Söderberg & Partners` kunder generelle anbefalinger, og analysen utgjør dermed ikke ytelse av personlig investeringsrådgivning i henhold til den svenske verdipapirmarkedsloven (2007:528) eller tilsvarende av den til enhver tid nevnte lov. Analysen bør ikke alene danne grunnlag for en beslutning om å velge forsikring. Investorer bør søke økonomisk rådgivning om hensiktsmessigheten av å investere i forsikringsproduktene som er omtalt eller presentert i denne analysen, og bør forstå at fremtidsrettede uttalelser ikke nødvendigvis vil materialisere seg. Tidligere resultater er ikke en garanti for fremtidige resultater.

Söderberg & Partners' håndtering av interessekonflikter innenfor investeringsanbefalinger er sentral, og selskapet har vedtatt interne retningslinjer for å sikre analytikernes integritet og for å identifisere, eliminere, unngå, håndtere og/eller avsløre faktiske eller potensielle interessekonflikter knyttet til analytikere eller Söderberg & Partners som selskap.

Söderberg & Partners er ikke ansvarlig for direkte eller indirekte skader eller tap, inkludert, men ikke begrenset til, tapt fortjeneste, som kan oppstå som følge av bruken av denne rapporten eller dens innhold. Materialet kan ikke distribueres, siteres eller kopieres for bruk uten Söderberg & Partners forhåndsgodkjenning.

