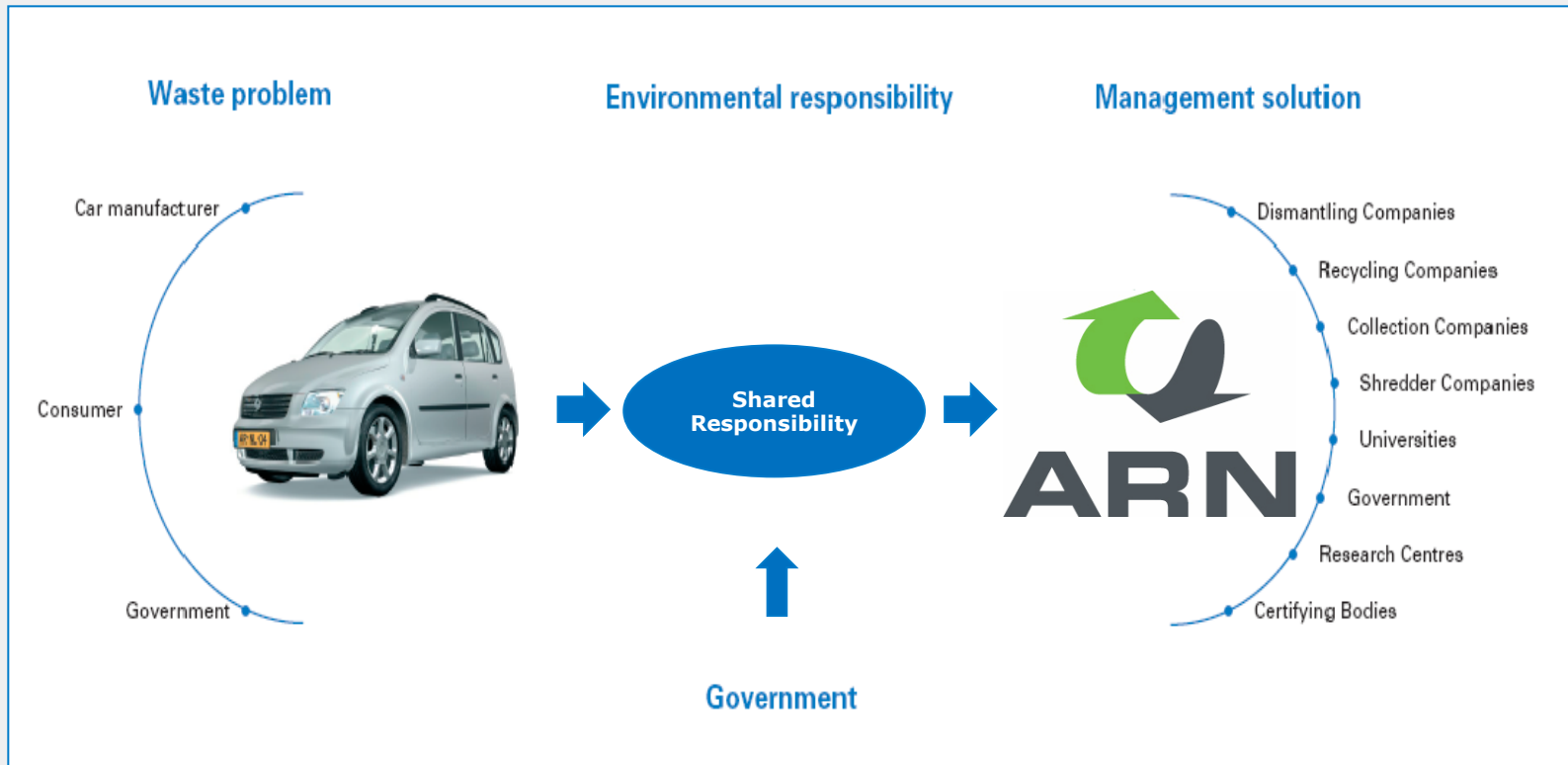


The Green Bubble

Mobilé Moment “Nieuwe Wegen”

Kasper Zom MSc
Senior Consultant
ARN Advisory

Geschiedenis van ARN



Ambitie: wat willen we en met welke middelen?

Expertise



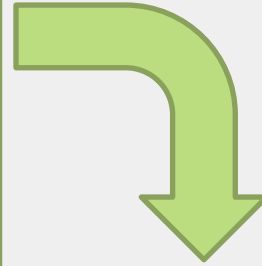
Recycling



Ketenregie



Kennis-
uitwisseling



Realisatie

Zo hoog mogelijk
recyclingpercentage



...en positieve
milieu-impact

...tegen reële kosten

Waarom “The Green Bubble” ?

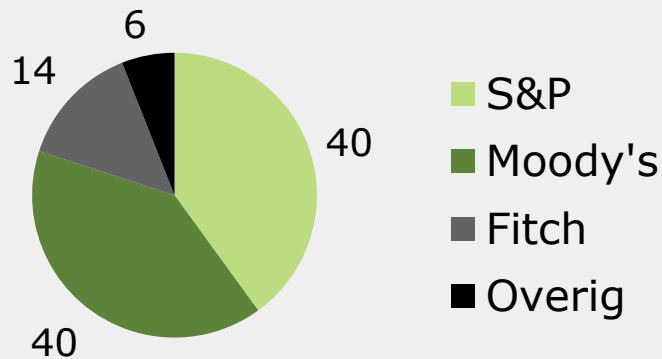


1. Ontransparante ratings en scores
2. “Groene” voordelen belasting, subsidies
3. Aanbod vs. Vraag

'Credit Rating Agencies' in de financiële markt

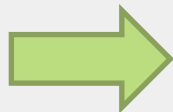


Marktaandeel (%)



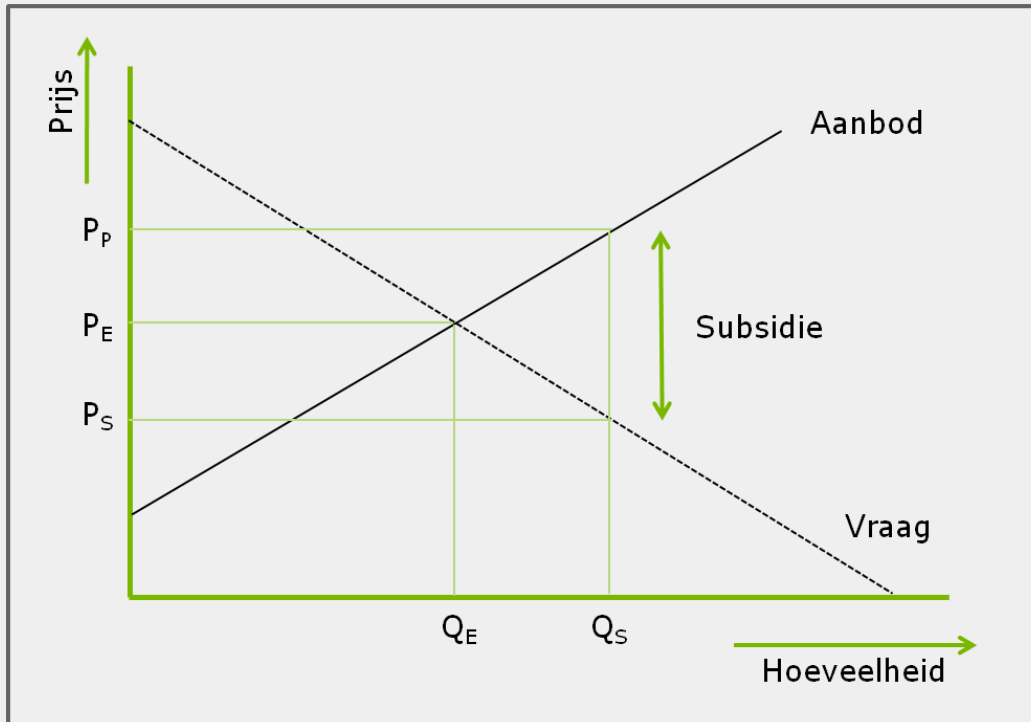
- Private for-profit spelers 'beslissen' over kredietwaardigheid van bedrijven en soevereine staten
- Omzet en winststructuur van die ondernemingen vaak onduidelijk
- Methode van rating onvoldoende transparant
- Top van bedrijfsleven onderhoudt intieme contacten met top credit rating agencies
- Fouten hebben vaak catastrofale gevolgen (AAA-rating for sub-primes)

EU overheid neemt actie



Missie van ESMA:
"regulating the rating agencies"

Effecten van subsidies en belastingvoordeel



- Prijs betaald door consument daalt door subsidie (P_S)
- Hoeveelheid verkocht stijgt (Q_S)
- Prijs ontvangen door producent stijgt (P_P)
- $P_P = P_S + \text{subsidie}$
- We subsidiëren niet alleen consument maar ook producent!
- Is product ook levensvatbaar zonder subsidie?
- Wat als aanbod > vraag?

Aanbod vs. Vraag



Dot.com bubble

- Overwaardering van rendementen dot.com bedrijven
- Opgedreven prijzen dot.com aandelen door excessieve vraag en volop aanwezig venture capital
- Geen overeenkomst met reële waarde van bedrijf

Financiële/vastgoedcrisis

- Opgedreven prijzen door overschatting (credit rating!)
- Aanwezigheid van (venture) capital en makkelijk verstrekken van consumentleningen
- Geen overeenkomst met reële waarde product



In beide gevallen overreactie op internationale beurzen

Parallellen met de Green Bubble

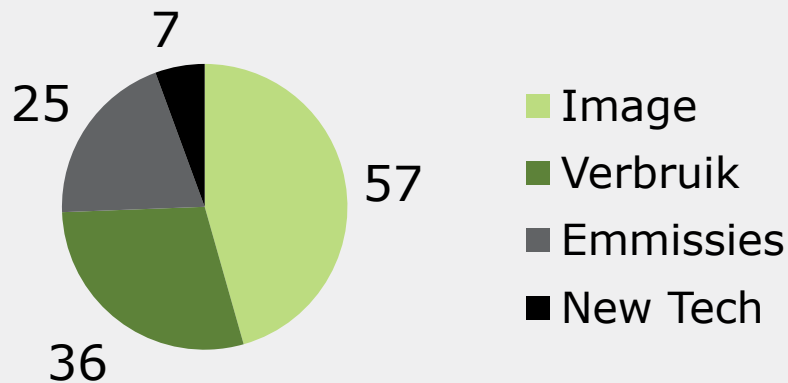
- Vele certificaten, prestatieladders, etc creëren situatie waarin vergelijk onmogelijk is
→ Wat is écht duurzaam?
- Bedrijven zetten zelf standaarden op en zetten beheer daarna kunstmatig 'op afstand' ipv échte scheiding
→ Prorail en CO₂-prestatieladder
- Bedrijven/consumenten worden ondersteund door subsidies en belastingvoordeel
→ Kunstmatige creatie van vraag
- Veel aanbod van "green washing" maar weinig écht duurzame proposities

Voorbeeld: Toyota Prius

% Hybride verkopen in 2009	
Nederland	4,35%
Duitsland	0,13%
Frankrijk	0,30%
Belgie	0,30%
Verenigd Koninkrijk	0,57%

- Voordelen voor Nederlandse consument op gebied bijtelling en BPM/MRB
- Voordelen in andere landen niet aanwezig
- Keuze voor goedkoop ipv duurzaam

VS: Redenen voor aankoop Prius in 2007 (%)



- "Greenwashing" ook bij consumenten
- Echte duurzame criteria gelden in mindere mate voor consument
- Traditionele aankoopgewoontes gehandhaafd → emotie!

De bubble voorbij?

Metten en presteren op ecologie én economie

- Inzicht in de product/serviceketen
- Lange termijn visie op duurzaamheid

Ingrijpen en veranderen in het primaire proces

- Niet alleen duurzame koffie maar ook duurzame productie
- Niet alleen groene stroom maar ook permanente verlaging van energieverbruik



Uiteindelijk “overleven” bedrijven die echt veranderingen hebben doorgevoerd op gebied duurzaamheid

The Green Bubble

Mobilé Moment “Nieuwe Wegen”

Kasper Zom MSc
Senior Consultant
ARN Advisory