

Enjoy Wine & Spirits

Hållbarhets- rapport

Verksamhetsår
2022





VD har ordet

2022

Få behöver påminnas om hur 2022 började. Rysslands invasion av Ukraina är en tragedi som förutom alla offer och lidande för dem som är i dess direkta närhet också påverkat Europa och övriga världen i stor utsträckning. I kölvattnet av invasionen följde sedan årets stora ekonomiska överraskning, ett skifte i den globala ekonomin. Efter tio år av positiv tillväxt och låg inflation gjorde världen en helomvändning. Samtidigt har året även visat på positiva förändringar, som ökad solidaritet och sammanhållning i väst och enorma investeringar i klimatet och grön energi. En välkommet och mycket nödvändigt resultat av västvärldens önskan att bli mer energi oberoende och därmed fasa ut fossila bränslen i en snabbare takt. Internationella Energibyran bedömer att kapaciteten från förnybara energikällor kommer fördubblas de kommande fem åren – mer än vi lyckats med under de senaste 20 åren!

En följd av omvärldsfaktorer har gett ökade energipriser och minskad tillgång på förpackningsmaterial, något som drabbat olika led i vår verksamhet och lett till kostnadsökningar. En konsekvens av inflationen ger en stadigt ökande styrränta vilket genererat ett ändrat konsumentbeteende på Systembolaget. De senaste årens premiumiseringstrend har mattats av i takt med att hushållen tvingas hålla lite hårdare i plånboken. Vi förväntar oss att trenden kommer förstärkas under 2023.

Med vår breda och heltäckande dryckesportfölj har vi kunnat möta olika typer av förändrat konsumtionsbehov. I takt med att pandemirestriktioner avskaffades har vi under året sett en förflyttning i försäljningen från Systembolaget till hotell- och restaurangbranschen. Under 2022 blev vi utsedda till årets dryckesleverantör av Sveriges ledande hotellkedja, Nordic Choice Hotels. En utmärkelse vi är oerhört stolta över och ett kvitto på det arbete vårt säljteam lagt ner för att vara den mest eftertraktade leverantören till våra kunder.

När vi summerar vinskörden 2022 i Europa kan vi konstatera att året till stora delar varit ett normalår. Samtidigt tvingas vi slå fast att vissa områden allt oftare drabbas av lägre skörd ur ett historiskt perspektiv. Från en erfarenhet att drabbas av liten skörd var tionde år tvingas nu odlare i de mest extrema fallen räkna med att skörden vartannat år riskerar att bli signifikant lägre. Ett resultat från de klimatförändringar som blivit allt tydligare och som sannolikt kan påverka tillgång på vin i framtiden.

I en tid där ekologiska produkter vuxit i popularitet kan vi nu konstatera att trenden planar ut, på en hög nivå. Hela 26% av allt vin som säljs på Systembolaget är idag ekologiskt odlat. Samtidigt ser vi att Systembolaget uppmuntrar initiativ för att minska miljöpåverkan från förpackningsslag, något vi varmt välkomnar. Redan idag hittar vi utmärkta viner på burk, PET och bag-in-box. Dessa förpackningstyper är förvisso inte lagringsdugliga över tid men duger utmärkt i många sammanhang. Det är inte glasets tjocklek som avgör hur länge ett vin kan lagras. Vår förhoppning är att allt fler konsumenter väljer alternativa förpackningar eller lättviktsglas framöver.

Under året har vi genomfört ett gediget ledarskapsprogram för samtliga chefer, samt ett arbete kring värderingar som vi uppmuntrar och eftersträvar att vi som företag lever och verkar efter. Vår företagskultur frodas och ägs av våra medarbetare och deras unika personligheter. Jag känner stor tacksamhet till alla våra kompetenta kollegor och är stolt över allt vi åstadkommer tillsammans. I ett omvälvande år har vi anpassat oss väl till förändrade förutsättningar och har stärkt vår position. Det är bara möjligt med en ansvarsfull organisation och gemenskap vilket ger mig gott hopp om en både positiv och hållbar framtid. 🍷

Hållbarhetsrapport Verksamhetsår 2022

INNEHÅLL

Inledning	4
Bottled With Care	5
Väsentlighetsanalys	6
Våra hållbarhetsmål	8
De globala målen	10
Odling och tillverkning	11
Vårt sortiment	14
Transport och lager	15
Kontor och medarbetare	16
Konsumtion	18
Återvinning	19
GRI-index	20

ENJOY
WINE & SPIRITS

Kontaktuppgifter
Enjoy Wine & Spirits, Alsnögatan 11, 116 44 Stockholm
Telefon — 08-556 947 00
Fax — 08-556 947 01
E-post — info@enjoywine.se
www.enjoywine.se
Organisationsnummer – 556457-7509

Kontaktperson för rapporten är Maria Tillander, hållbarhetsansvarig.

Om Enjoy Wine & Spirits
Vi är ett familjeföretag med rötterna i Italien och fötterna i hela världen. Portföljen består av småskaliga, hantverksmässiga vinmakare som samsas med mer etablerade och större producenter. I sortimentet finns även en växande skara flaskor sprit. Vårt fokus är hållbarhet i alla led. Om vi ska enas kring ett motto så blir det: att allt vi gör ska hålla högsta kvalitet och att våra drycker ska vara goda. Så enkelt kan och bör det vara.

 facebook.com/enjoywine.se
 instagram.com/enjoywine
 youtube.com/enjoywinespirits

Peter Kokovic
VD, Enjoy Wine & Spirits



Inledning

Detta är en hållbarhetsrapport från oss på Enjoy Wine & Spirits AB (org nr 556457-7509) som är ett onoterat privat bolag med 661 MSEK i omsättning. Det är vår sjätte årliga rapport och avser 2022. Rapporten är framtagen i enlighet med Aktiebolagslagen och det frivilliga ramverket GRI (Global Reporting Initiative). Då GRI genomgått en omfattande uppdatering är denna rapport upprättad "med referens till" GRI Standards (2021). Ambitionen under de kommande åren är att utveckla rapporteringen ytterligare för att ligga i linje med EU-lagkravet CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) och den kommande obligatoriska standarden för hållbarhetsrapportering, ESRS (European Sustainability Reporting Standards) där det inte längre blir tillåtet med separat hållbarhetsrapportering utan den skall integreras i den finansiella årsredovisningen. Syftet med rapporten är att presentera kartläggningen av våra väsentliga hållbarhetsrisker och hur vi hanterar och förhåller oss till dem. Denna rapport är uppdelad enligt vår värdekedja och omfattar; *odling och tillverkning, sortiment, transport och lager, kontor och medarbetare, konsumtion och återvinning*. Genom samarbete med extern expertis (U&We) får vi stöd med framtagning och kvalitetssäkring av klimatdata.

>Om Enjoy Wine & Spirits AB

Enjoy Wine & Spirits är en av de största vinimportörerna på den svenska marknaden och en av Systembolagets äldsta leverantörer av vin.

”Vi tar ansvar för våra medarbetare, deras hälsa och utveckling.”

Vi är en del av koncernen Gruppo Di Luca som består av tre olika företag; Di Luca & Di Luca, som handlar med mat och levererar till de största grossisterna med bland annat det egna varumärket Zeta. Deli Di Luca, en deli och restaurangverksamhet på Folkungagatan 110 i Stockholm. Enjoy Wine & Spirits, som importerar vin, cider och sprit från hela världen.

>Vår affärsidé

Med kunskap, erfarenhet, passion och sunt affärsmannaskap skapar och handlar vi med drycker från hela världen för att erbjuda konsumenter attraktiva dryckesupplevelser.

>Vår vision

Vi driver utvecklingen och är en ledande leverantör i den nordiska dryckesmarknaden.

>Våra värderingar

Under 2022 har vi gjort ett värderingsarbete tillsammans med våra medarbetare för att bygga vidare på den kultur som finns i företaget. Arbetet landade i fyra huvudpunkter som representerar våra värderingar. Dessa är; ”Vi vill alltid mer”, ”Vi bryr oss på riktigt”, ”Vi ser möjligheter” och ”Vi är passionerade och familjära.”

Under 2022 har ledningsgruppen genomgått ett ledarskapsprogram tillsammans med ledningsgruppen i systerbolaget Di Luca & Di Luca. Under året har vi anställt nya kollegor och antalet på kontoret har successivt ökat.

>Utvecklat system för visselblåsning

Under 2022 har Enjoy wine & Spirits genomfört en förstudie för att under 2023 implementera ett visselblåsarsystem, som utgör ytterligare en kanal för att kunna påtala eventuella allvarliga missförhållanden. Vi accepterar inte någon form av exempelvis diskriminering, mobbning, trakasserier eller kränkning. Anmälningar görs helt anonymt. Vi uppmuntrar dock till öppen dialog mellan medarbetare och chefer.

Bottled With Care

Bottled with Care är det interna samlingsnamnet för vårt hållbarhetsarbete. Vår kultur och våra engagerade medarbetare är grunden för vårt hållbarhetsarbete. Vi är sedan 2018 anslutna till Dryckesbranschens Klimatinitiativ, ett initiativ där vi samarbetar med visionen ”En dryckesbransch utan klimatpåverkan, där varje droppe räknas”.

Vi började året 2022 med sviterna från pandemin och i februari startade kriget i Ukraina. Detta har gjort att 2022 likt 2021 har varit ett varit ett händelserikt år med utmaningar för oss som företag i samhället i stort och vår vardag. Kriget har också medfört materialbrist av exempelvis glasflaskor och andra förpackningar. Under året har vi även haft stora utmaningar med logistik och transporter. Vår kultur och våra engagerade medarbetare är och har varit en styrka under de senaste två åren. Vårt företag har klarat sig relativt bra i de förändringar som varit det senaste året.

I början av 2022 färdigställdes flytten av vårt lager samt byte av logistikpartner från Postnord till DLP. Under året har vår nya, interna logistikavdelning blivit fulltalig. Hållbarhet var en viktig förutsättning för oss vid valet av ny lagerpartner. Vår nya

lagerpartner arbetar med fokus på hållbar utveckling och har kommunicerat att de under

år 2022-2023 avser ställa om verksamheten genom att ta ett större ansvar genom hela värdekedjan. DLP har beslutat om att fasa ut bemanningslösning, till egenanställd personal, för att satsa på den sociala hållbarheten med ökad trygghet för personalen.

Under 2022 bytte DLP transportlösning vilket inneburit ett större ansvar kring miljöpåverkan med ambitionen

att minska CO₂-utsläppen för varje år. För Enjoy är det en självklarhet att jobba med en lagerpartner där det finns ett uttalat hållbarhetsarbete och där vi gemensamt kan göra skillnad.

Vårt hållbarhetsarbete genomförs tillsammans med Systembolaget inom Dryckesbranschens Klimat initiativ DK1 (vilket är ett initiativ som startades av Sveriges Bryggerier, Sprit & Vinleverantörsföreningen och Systembolaget för att ge möjlighet för alla att bidra till en mer klimatsmart bransch) samt World Favor där vi kartlägger våra producenter och odlare. Alla deltagare har nu mätt sina avtryck i fem år utifrån Greenhouse Gas Protocol, GHG, som är en internationell vedertagen standard för att beräkna och redovisa utsläpp av växthusgaser. Vi mäter våra utsläpp enligt GHG-protokollet och självklart vill vi bidra med den information vi har, redovisar vi våra utsläpp i DKIs digitala verktyg. Fördelen blir att vi kan jämföra oss med andra i samma bransch. Systembolaget och DK1 har tillsammans gjort en konsekvensanalys där omvärldsfaktorer och företagsspecifika data analyserats. Syftet av konsekvensanalysen var att identifiera åtgärder som kan minska klimatpåverkan och under 2022 har arbetet fortsatt med att förankra konsekvensanalysen och visa möjligheterna med att sätta ambitiösa klimatmål drivits.

Med hjälp av vårt digitala verktyg Our Impact har vi sedan 2015 mätt och registrerat den klimatpåverkan vi åstadkommer via vårt eget företagande och vi har sett stora skillnader under de senaste två åren p.g.a. till exempel reseförbud under pandemin.

Vi arbetar med hållbarhet på ett affärsdrivet sätt i hela verksamheten. Vi har en miljöpolicy, alkoholpolicy, sociala mediepolicy och en kombinerad arbetsmiljöpolicy och jämställdhetspolicy. Våra anställda får dessutom skriva på en uppförandekod. 100% av våra medarbetare har skrivit på vår kod. Vi har också ett visselblåsarsystem. Ansvar för övergripande strategier, mål och åtgärder ligger hos ledningen och hållbarhetsansvarig.

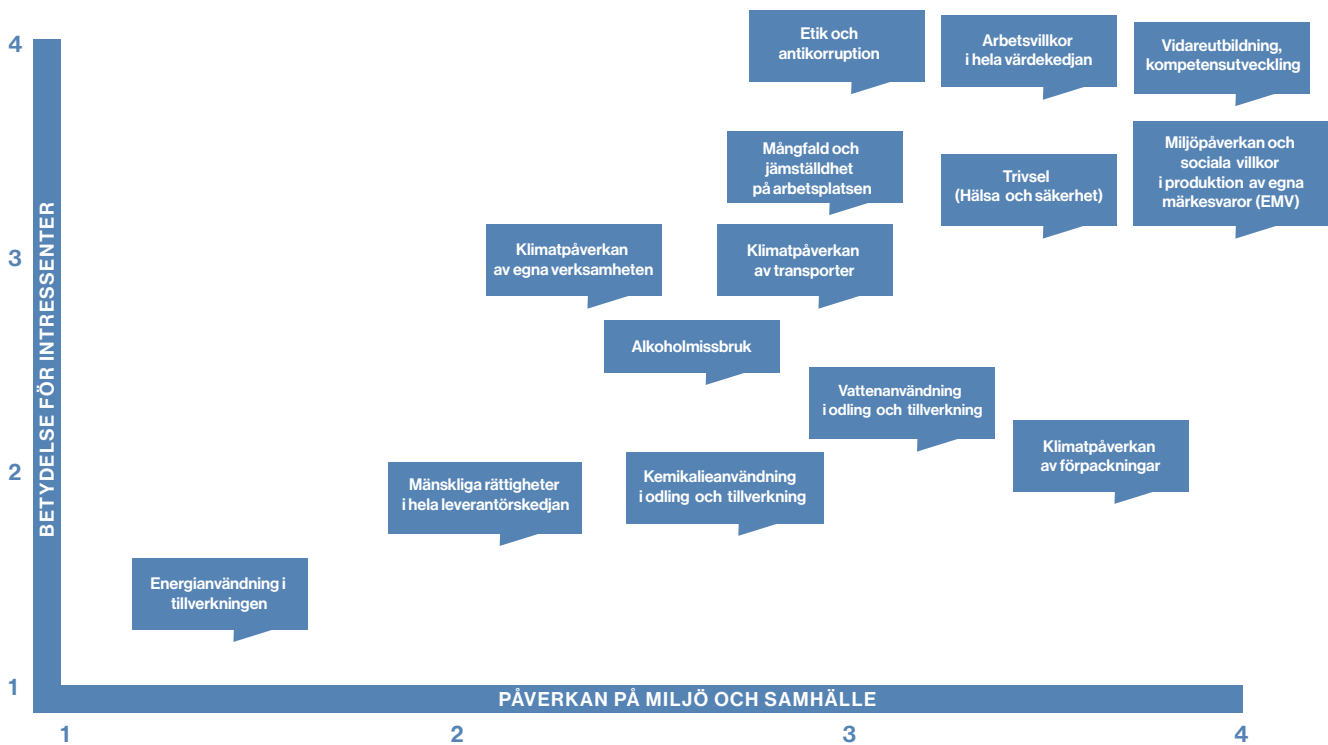
Styrelsen är ytterst ansvarig för vårt hållbarhetsarbete med det operativa arbetet och hållbarhetsstyrningen genomförs av en hållbarhetsansvarig samt en styrgrupp bestående av fyra personer.

Gruppen har sammanträtt fyra gånger under 2022 och fokuserat på olika delar av hållbarhetsarbetet. Vi har upprättat en engelsk version av vår hållbarhetsrapport 2022 som vi har skickat ut till våra producenter och nyckelpartners samt distribuerat och digitaliserat den hållbarhetsfolder som vi tog fram under år 2020. Vi arbetar kontinuerligt med utveckling av vår webbsida för att tydliggöra hållbarhet och vi kommunicerar löpande hållbarhet i våra sociala kanaler. Hållbarhetsgruppen har även aktivt uppmuntrat medarbetare att mäta sitt individuella klimatavtryck i syfte att skapa en medvetenhet kring hur vi som enskilda individer och val påverkar klimatavtrycket. Hållbarhetsansvarige har rapporterat om hållbarhetsfrågor på ledningsgruppsmöten samt även internt på månadsmöten. Styrelsen har hållits informerad under året genom styrelsemöten som skett fem gånger under året.

Vi ser fram emot ett nytt år där vi ska fortsätta vårt arbete med klimatutmaningen. Vi är ödmjuka inför den oroliga omvärld som vi nu upplever i Europa, som också medför nya utmaningar. Vi tror på styrkan att arbeta mot gemensamma klimatmål, tillsammans kommer vi att göra större skillnad! 🍷



Väsentlighetsanalys och dialog med intressenter



Vår väsentlighetsanalys från 2017 ligger fortfarande kvar som grund och vi bedömer att inga nya risker har tillkommit efter vår workshop och intressentdialog som genomfördes år 2020.

I intressentdialogen har vi frågat våra kunder, producenter, samarbetspartners och medarbetare vad de bedömer som risker. I intressentdialogen framkom det att ett av våra viktigaste riskområden är arbetsvillkor, etik och antikorrupktion i produktionen, där har vi ett nära samarbete med vår största intressent Systembolaget, tillsammans kartlägger vi våra producenter genom

Self-Assessment Questionnaire (SAQ) och följer upp. En annan risk vi har är miljöpåverkan och social påverkan vi har för våra egna märkesvaror (EMV) eftersom vi själva bär hela producentansvaret. Vi arbetar mycket med förändring av förpackningar, för vi anser att dessa har stor miljöpåverkan men de utgör ingen större affärsrisk vilket den kan komma att göra om kategoriseringen på Systembolagshyllan ändras.

Väsentlighetsanalysen aktualiseras regelbundet och fungerar som vägvisare för vårt långsiktiga hållbarhetsarbete. Under 2023 kommer vi att uppdatera vår väsentlighetsanalys för att uppfylla GRI (2021) krav på dubbel materiatet. 📌

	Risk/Väsentlighet	Betydelse av risken	Varför bedöms den som väsentlig för Enjoy?
Odling och tillverkning 	Etik och anti-korrupktion i hela värdekedjan.	Risken är förekomsten av oschyssta affärer såsom gåvor eller förfördelat beteende.	För att det förekommer i länder som vi arbetar i.
	Miljöpåverkan och sociala villkor i produktion av egna märkesvaror (EMV).	Innebörden av risken är arbetsvillkor och miljöpåverkan som besprutning av odling och av utsläpp av växthusgaser vid transporter.	Det är en affärsrisk för oss då det är EMV – vilket innebär att vi själva har producentansvaret.
Sortiment 	Sociala villkor i hela leverantörskedjan.	Arbetsvillkor i leverantörsled, rätten att organisera sig och därmed rätten till kollektivavtal, risken för barnarbete, risken för slavarbete och andra mänskliga rättighetsfrågor.	För att risken förekommer inom vinproduktion i länder och regioner där vi gör våra affärer.
	Produktkvalitet.	Risken är att våra produkter är defekta såsom fällningar, oxidation, korkdefekter eller bristfällig förpackning.	Vi vinner affär på vår kunskap om bra viner och målgruppens preferenser samt kundnöjdhet.
Transport och lager 	Klimatpåverkan av transporter.	Utsläpp av växthusgaser från producent till konsument med båt, tåg och lastbil.	Den är väsentlig för oss för vårt sortiment produceras på andra ställen än i Sverige och därmed påverkar miljön med utsläpp.
Kontor och medarbetare 	Mångfald och jämställdhet på arbetsplatsen.	Kön, religion, sexuell läggning ska inte påverka anställning och / eller lönesättning.	Vi vill vara en attraktiv arbetsgivare och genom mångfald utveckla våra affärer.
	Vidareutbildning, kompetensutveckling av medarbetare.	Om vi inte hela tiden kompetensutvecklar oss finns risk för missade affärer. (Språk, produktkunskap, digitalisering, hållbarhet).	Kunskap är passion, vilket är en drivkraft i vår affär.
	Trivsel.	Risken är att förlora medarbetare för att vi inte har en attraktiv arbetsplats och entusiasmerar medarbetare att stanna kvar och utvecklas med affären.	Det är viktigt för oss att medarbetare trivs – då gör alla ett bättre jobb.
	Klimatpåverkan av egna verksamheten.	Utsläpp av växthusgaser från egna verksamheten såsom tjänsteresor, uppvärmning, pappersinköp, svinn samt återvinning.	Det är viktigt för oss att följa vår egen verksamhet och säkerställa vår egna klimatpåverkan.

Våra hållbarhetsmål

Vårt hållbarhetsarbete utgår, både strategiskt och operativt, från vår värdekedja som innehåller följande hållbarhetsområden: *odling och tillverkning, sortiment, transport och lager, kontor och medarbetare,*

konsumtion och återvinning. Mätbara mål har satts på de områden där vi, utifrån vår roll, har möjlighet att påverka. Utfallen redovisas nedan samt i hållbarhetsrapportens olika avsnitt.

Odling och tillverkning

Odling och tillverkning står för 57% av vår totala klimatpåverkan, vilket är högre än tidigare pga att vår egen verksamhets påverkan har gått ner kraftigt under pandemin. Nyckeltalen visar hur många av våra aktiva producenter som skrivit på Systembolagets och därmed vår uppförandekod (CoC). Före år 2020 hanterades CoC manuellt.



2020: 100%
2021: 100%
2022: 100%

Sortiment

Nyckeltalet visar vår andel EKO sålda liter på Systembolaget av vår totala försäljning i liter.

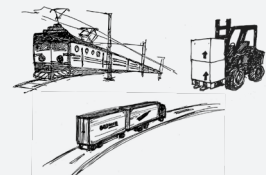


2020: 23%
2021: 24%
2022: 22%

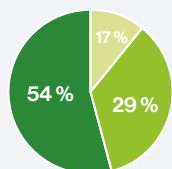
Mål 2023
25%

Transport och lager

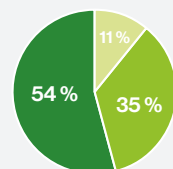
Transporter står för 5,8% av vår totala klimatpåverkan och den procentuella fördelningen av transporter är enligt cirkeldiagrammen. Nyckeltalen visar vår klimatpåverkan i kilogram koldioxidkvivalenter (kg CO2e) för transporter per KSEK omsatt krona. Vårt förändrade arbetssätt har gjort att vi nu har en bättre kontroll över logistikflödet vilket lett till att kvaliteten på den insamlade datan höjts avsevärt. Målsättningen för 2023 är att fortsätta arbetet med att optimera våra transporter.



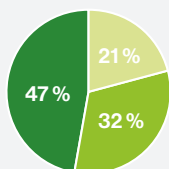
KLIMATPÅVERKAN TRANSPORTER
kg CO2e/KSEK:



2020:
3



2021:
3



2022:
2

Tåg
Båt
Bil

Mål 2023
3,0 kg CO2e/KSEK
Tåg: 60%
Båt: 35%
Bil: 5%

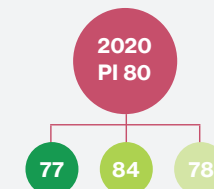
Kontor och medarbetare

Vi genomför en årlig anonym undersökning där personalen får tillfälle att reflektera över hur de mår och hur deras arbetssituation ser ut.

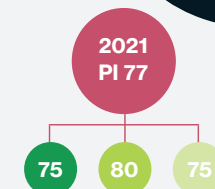


PERFORMANCE INDEX

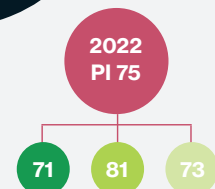
Utvecklande ledarskap
Lagets prestationsmiljö
Personliga ledarskapet



Frisknärvaro 99,28%
Andel anställda %
kvinnor/män: 48/52



Frisknärvaro 98,6%
Andel anställda %
kvinnor/män: 50/50



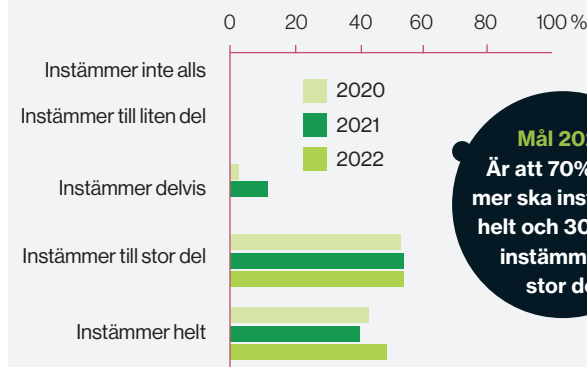
Frisknärvaro 98,8%
Andel anställda %
kvinnor/män: 45/55

Mål 2023
PI 80
80 80 80
Frisknärvaro 99,5%
Andel anställda %
kvinnor/män 50/50

ENJOY ENGAGEMANG

Engagemang och nöjdhet

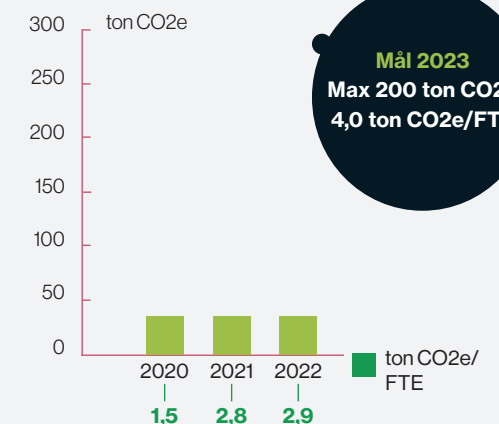
"Mitt jobb engagerar mig mycket"



Mål 2023
Är att 70% eller mer ska instämma helt och 30% ska instämma till stor del

KLIMATPÅVERKAN EGNA VERKSAMHETEN

Egna verksamheten står för 0,5 % av vår totala klimatpåverkan.



Mål 2023
Max 200 ton CO2e
4,0 ton CO2e/FTE

Konsumtion

Nyckeltalet visar den alkoholfria konsumtionen av vår totala försäljning i liter.



ALKOHOLFRI
KONSUMTION ÄR:

2020: 9%
2021: 9%
2022: 13%

Mål 2023
15%

Återvinning

Förpackningar står för 36% av vår totala klimatpåverkan. Därför är återvinningen viktig för oss och nyckeltalet visar klimatpåverkan för förpackningar kg CO2e / KSEK.

2020: 12 kg
2021: 12 kg
2022: 12 kg

Mål 2023
10 kg

De globala målen

Vårt hållbarhetsarbete styrs av vår väsentlighetsanalys. Utifrån den kan vi tydligt se hur vi kan jobba mot de globala målen.



Genom vårt samarbete med Systembolaget har vi också gjort en analys av hur vårt hållbarhetsarbete kopplas mot de globala målen. Vi styr vårt hållbarhetsarbete utifrån vår egen analys, därefter har vi tydligt sett hur vi kan kartlägga vårt eget arbete mot de globala målen.

Av de 17 globala målen är det 5 mål som är extra viktiga för oss och vår verksamhet.

> Rent vatten (mål 6)

Att odla druvor kräver vatten. Vatten är numera en bristvara på många håll i världen. I vissa områden använder vinodlare bekämpningsmedel för att värja sig mot skadeangrepp. Dessa bekämpningsmedel tränger ner i jorden och riskerar att nå grundvattnet som då blir skadat och oanvändbart. Därför har vi satt mål om att öka andelen ekologiskt odlat vin i vårt sortiment.

> Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt (mål 8)

Vi handlar med producenter i riskländer. Därför är det viktigt att påverka producenterna till att ha anständiga arbetsvillkor. Det gör vi med hjälp av WorldFavor, vår uppförandekod (CoC) och e-Sat, ett digitalt styrverktyg för kartläggning av våra producenter. För oss är det viktigt att ha en nära relation med våra producenter samt årliga besök hos våra största leverantörer för att på plats säkerställa att lagar och regler följs. Läs mer på sida 13.

> Hållbara städer (mål 11)

Varje år följer vi upp vår egen klimatpåverkan på vårt kontor på Södermalm. Den är liten om man ser till hela värdekedjan men vi vill även bidra på alla sätt

vi kan till en mer hållbar miljö. Vi källsorterar och erbjuder möjlighet att låna cyklar och el-mopeder för möten på stan. Vi har infört förmånscyklar för att uppmuntra våra medarbetare att cykla. Coronapandemin fick oss att tänka om vilket gjort att vi genomför ett större andel digitala möten och därmed färre resor.

> Hållbar konsumtion och produktion (mål 12)

Vi handlar med alkoholhaltiga drycker. För oss är måttfullhet ett nyckelord. Vårt sortiment ska alltid innehålla alkoholfria alternativ. Vi är noga med att efterleva den svenska alkohollagen i hela vårt agerande. Vin är vår kärnaffär, men vi tillhandahåller också sprit. Vår spritportfölj har en tydligt högkvalitativ profil.

Vi lever av produkter som kommer från jordbruket, och det är viktigt för oss att verka för ett hållbart, långsiktigt jordbruk. Systembolaget implementerade under 2022 märkningen, Hållbart val. Hållbart val innebär att drycken är miljöcertifierad, har en förpackning med lägre klimatavtryck och är godkänd i Systembolagets analys av arbetsvillkor i odling och produktion. Vi arbetar aktivt med att få våra producenter att konvertera till Hållbart val. Alla förändringar i rätt riktning är av vikt, såsom konvertering till lättviktsflaskor.

> Bekämpa klimatförändringar (mål 13)

En analys av hur vår värdekedja påverkar miljön visar att odling, transport och förpackningar står för den största delen av vår klimatpåverkan. Vi följer upp klimatpåverkan från transporter och strävar efter att minska den i samarbete med vår tredjepart-slogistiker. Vi följer också upp klimatpåverkan från vår egen verksamhet. Därtill klimat-kompenserar vi för den miljöpåverkan som orsakas av de bil- och flygresor vi gjort i samband med våra tjänsteresor samt för de utsläpp våra transporter medfört. ♻️

Odling och tillverkning



K

valitet står alltid i fokus när vi väljer våra producenter. Vi informerar alla våra samarbetspartners, både leverantörer och kunder, om att vi arbetar aktivt med CR (Corporate Responsibility). Här ingår att kartlägga och fördjupa oss i arbetsvillkor, arbetsmiljö, mänskliga rättigheter, jämställdhet

och mångfald. Vi frågar alla våra producenter hur deras produktion går till, hur de garanterar goda villkor för sina anställda och hur de arbetar med andra hållbarhetsrisker.

Vi producerar EMV (egna märkesvaror) som vi har ett striktare ansvar för, då vi själva äger producentansvaret. Vi har en dialog med vår främsta producent för att få förståelse för andel bekämpningsmedel och vattenanvändning vid produktion.



Många av våra producenter i Europa går mot ekologiskt tänkande och handlande, främst på grund av klimatförändringar.

>Vinodling i korthet

Processen att framställa vin av druvor är uråldrig och metoderna många. Idag används endast vindruvsarten Vitis Vinifera (99 % av all vinframställning) med ett fåtal unika undantag. Det finns fyra huvudsakliga faktorer som påverkar vinets karaktär; Klimat, Jordmån, Druvsort och Vinifiering, alltså själva vintillverkningen. Olika klimatzoner, i Europa och i den s.k. Nya Världen (USA, Chile, Argentina, Sydafrika, Australien och Nya Zeeland), mellan den 30:e och 50:e breddgraden, både på norra som södra halvklotet erbjuder tillsammans med druvsorter och jordmån all världens olika möjligheter till denna fantastiska jordbruksprodukt. Från små lokala bönder, via kooperativ till stora konglomerat så är vin i den största delen av världen en måltidsdryck. Endast i den icke vinproducerande delen av världen ses den som en lyxvara. Växtsäsongen från druva till skörd är starkt beroende av vädret och det är ett krävande arbete ute i vingårdarna. Efter skörd påbörjas arbetet i vineriet med pressning och jäsning, följt av lagring och buteljering innan produkten kan lämna vingården för konsumtion.

>Varifrån köper vi vårt vin?

Tyskland är det land vi köper mest vin ifrån, efterföljt av Italien, Frankrike, Spanien och USA. Därefter blir det spridda skurar beroende på övriga produkter vi har i vårt sortiment, såsom cider, starkvin och sprit. I de länder där vi köper in mest vin ifrån har vi väl fungerande transportavtal och vi mäter klimatpåverkan från tåg-, lastbil- och båttransporter. Många av våra producenter i Europa går mot ekologiskt tänkande och handlande, främst på grund av klimatförändringar och till förmån för sin egen

och personalens hälsa. Klimatförändringar i och med global uppvärmning är på god väg att rita om vinkartan och dess inverkan på vinernas karaktärer. I Sverige står ekologiskt vin för drygt 26 % (i volym) av försäljningen.



>Uppförandekod - Code of Conduct
100% av våra producenter har skrivit på vår CoC (Code of Conduct). Vi vill inte samarbeta med leverantörer som inte ställer sig bakom vår CoC. Policyn bygger på FN:s deklaration av mänskliga rättigheter och andra internationella organs konventioner. Systembolaget och övriga nordiska alkoholmonopol använder samma uppförandekod. Uppförandekoden är framtagen av Amfori BSCI (Amfori Business-Social Compliance Initiative). Det är en global, ideell organisation som arbetar för socialt ansvar inom en rad branscher, från råvaruframställning till färdig produkt. Systembolaget är medlem i Amfori BSCI och vi som importör är därmed inkluderade i BSCI-arbetet. Efterlevnaden av uppförandekoden följs upp av oss och av Systembolaget via oberoende granskningar på plats hos våra producenter och deras odlingar.

Förutom att våra producenter skriver på vår CoC så fördjupar vi oss ytterligare och kartlägger våra

producenter genom att be dem svara på ett 70-tal frågor som handlar om företagets hållbarhetsansvar. För detta ändamål använder vi det digitala styrverktyget e-Sat och WorldFavor. På så sätt kan vi ha en aktiv och tydlig dialog samt följa upp deras arbete inom olika områden som arbetsmiljöfrågor, antikorrupktion, mänskliga rättigheter, jämställdhet och mångfald samt kartlägga risker, både sociala och miljömässiga. Om vi inte får in de svar vi önskar har vi en dialog med våra producenter angående de brister som finns och bidrar således till att öka deras kunskap och engagemang i takt med förbättringsarbetet.

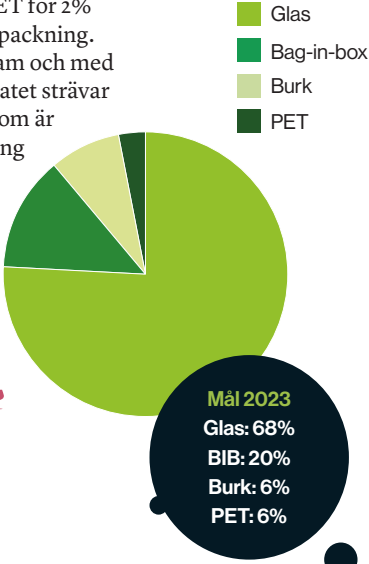
>Klimatpåverkan vid vinodling och tillverkning

Det faktum att vin är en jordbruksprodukt gör att framställningsmetoderna är många och olika beroende på tillgång och efterfrågan i de olika regionerna. Jordbruk innebär alltid en påverkan på naturen, men med kunskap och bra skötselmetoder kan denna påverkan minskas. Ett par av de stora klimatbovarna i odling är produktion av bekämpningsmedel, användning av konstgödsel samt bränsle för arbetsmaskiner och transportfordon. Elproduktion för el som används i tillverkning och pumpning av vatten till odlingar påverkar också klimatet. Odling och tillverkning utgör 57 % av vår totala klimatpåverkan och därför en väsentlig del, vi kan påverka detta genom kontinuerlig dialog med våra producenter.

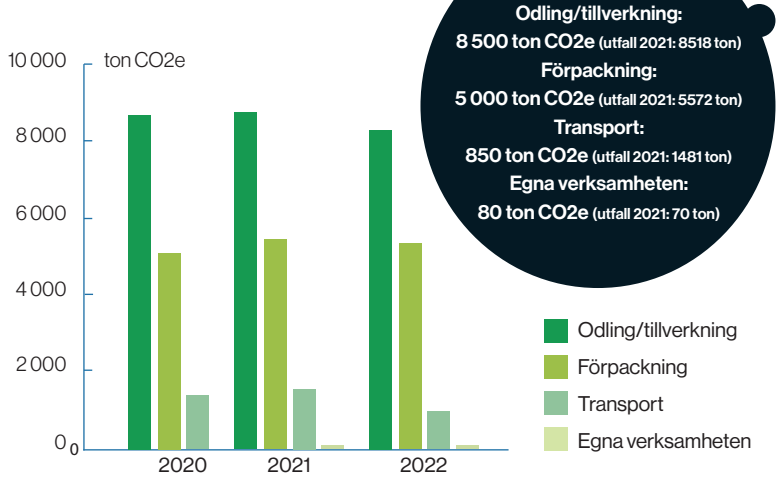
>Klimatpåverkan från förpackningar

Att sälja vin innebär också till stor del att sälja förpackningar, 36 % av vår totala klimatpåverkan kommer från förpackningar. I ett led att minska vårt avtryck väljer vi i största möjliga mån de mest miljövänliga alternativen som aluminium, PET och lättviktsglas samt pappers/plastförpackningar i form av bag-in-box. I samarbete med våra leverantörer och i samråd med våra kunder försöker vi möta allas önskemål under våra miljövänliga premisser.

År 2022 står glas för 84 % (76 % 2022) av vår klimatpåverkan från förpackning, bag-in-box står för 13 % (13 % 2022), burk för 1 % (8 % 2022) och PET för 2 % (3 % 2022) av vår klimatpåverkan från förpackning. Vår genomsnittsvinflaska väger ca 557 gram och med tanke på hur mycket glaset påverkar klimatet strävar vi efter att konvertera till lättviktsflaska som är ett begrepp i vinvärlden. Lättviktsmärkning är en flaska som väger 430 gram eller mindre, som Systembolaget infört som ett led i sitt klimatarbete. Enligt en studie i UK (WRAP 2008) så finns det en stark korrelation mellan både vikten och höjden på flaskan och det upplevda priset. Vi önskar att lättare flaskor med bibehållen höjd ska upplevas som lika attraktiva av konsumenterna.



Total klimatpåverkan



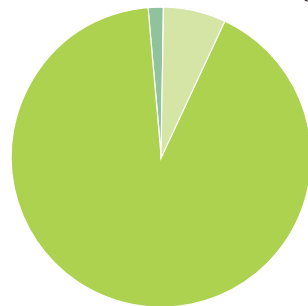


Vårt sortiment

Vårt sortiment präglas av både djup och bredd, det är levande och anpassas regelbundet för att spegla samtidens trender och kundernas efterfrågan. Det omfattar vin, sprit, cider, alkoholfritt vin och mineralvatten. Kategorin vin dominerar och står för 90 % av den årliga försäljningsvolymen på Systembolaget. Kvalitet är ett nyckelord när det kommer till att bygga sortiment. Vårt sortiment består av en mix av agenturvarumärken och egna märkesvaror. Vi har ett nära och familjärt samarbete med cirka 80 producenter runt om i världen, samtliga noga utvalda för sin höga kvalitet. När det gäller våra egna märkesvaror kontrollerar vi hela värdekedjan och kan därmed påverka kvaliteten på produkterna. Försäljningen av ekologiska produkter motsvarar drygt 22% av den totala försäljningsvolymen.

Vi har som målsättning att 2023 ska 25% av vårt sortiment vara ekologiskt och/eller etiskt märkt (exempelvis FairTrade). Målet ska uppnås genom att konvertera konventionella viner till eko eller genom att vinna nya affärer med ekologiska produkter. Vårt alkoholfria sortiment är en viktig hörnsten i arbetet kring måttfullhet och bidrar därmed till ett hållbart företagande. 🌱

Vårt sortiment 2022 fördelat mellan olika produktkategorier. Försäljning per liter.

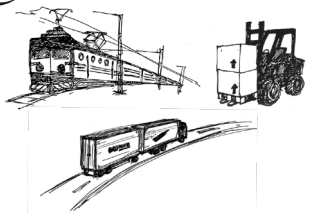


■ Vin
■ Vatten
■ Sprit



”Vårt alkoholfria sortiment är en viktig hörnsten i arbetet kring måttfullhet.”

Transport och lager



Tågen rullar hela vägen in i DLP:s lager.



Tack vare vårt samarbete med DLP slipper vi kostsamma, miljöovänliga biltransporter från tågterminaler till lager.

S

om angivits i tidigare avsnitt, Bottled with Care, färdigställdes, under 2022, flytten av vårt lager samt byte av logistikparter från Post Nord till DLP. Vår lagerpartner arbetar liksom vi med ett tydligt hållbarhetsfokus. Hållbara transporter och distributionslösningar är centrala för oss och vi är väl medvetna att frakter och transporter har en stor klimatpåverkan. Genom vårt samarbete med DLP och med en egen logistikavdelning samt egna transportavtal för in-frakter har vi förstärkt vårt arbete och våra möjligheter till att kontinuerligt arbeta med att synliggöra och minska vår klimatpåverkan. Ett led i detta nu när vi bokar våra egna transporter från producenterna är att vi på ett miljöeffektivare sätt än tidigare kan optimera dessa i form av samlastningar samt att vi

alltid planerar våra inköp utefter fulla lastbilar. Med en egen logistikavdelning kan vi nu i större utsträckning än tidigare arbeta med lageroptimering, vilket i förlängningen innebär att vi kan arbeta proaktivt när det kommer till produkter med en vikande försäljning för att på så sätt se till att inkuransen ligger på en så låg nivå som möjligt och påverkar därför miljön positivt.

En majoritet av våra transporter till Sverige går med tåg. Tågen rullar hela vägen in till vår lagerpartner i Jordbro, vilket betyder att vi slipper kostsamma och miljöovänliga omlastningar och biltransporter från tågterminaler till lager. Vår lagerpartner ansvarar för att våra produkter dagligen levereras ut från lagret i Jordbro till kunder runt om i Sverige såsom Systembolagsbutiker, restauranggrossister, direktköpande restauranger samt Travel Retail som utgörs av båtar och flygplatser inom Norden. 🌱

Kontor och medarbetare



På Södermalm i Stockholm arbetar 25 personer på Enjoy Wine & Spirits kontor. Året inleddes med en upptrappning av smittspridning av Covid-19 då majoriteten av våra medarbetare arbetade hemifrån. Men så snart restriktionerna togs bort återgick vi till kontoret som huvudarbetsplats. För att arbeta med en stimulerande miljö vid återgången har vi satsat extra på att ge en inspirerande kontorsmiljö där vi erbjuder allt från provningar, föreläsningar och event. Vi tror på en verksamhet där huvudingrediensen är att vi tillsammans skapar bästa förutsättningar för en lyckad affär, och att vi har kul på vägen. Men vi erbjuder också en viss flexibilitet då det även är viktigt att få ihop hela sitt livspussel.

Fokus på värderingar

Under 2022 har vi lagt tid och resurser på att utveckla medarbetare och ledare inom företagets värderingar och kultur. Detta har gjorts genom extra mätningar kring värderingar och värderingsworkshop i respektive team, allt för att tydliggöra hur varje avdelning bidrar till företagskulturens bästa. Vi har tagit in en extern konsult som hjälpt oss att utveckla vårt medarbetarskap och självledarskap. Våra ledare har ett forum tillsammans med ledarna i systerbolaget Di Luca & Di Luca som träffats två gånger under året för att nätverka, diskutera ledarskap och utveckling samt utbyta kunskap. Vi påbörjade också under hösten 2022 en omfattande ombyggnad och renovering av våra lokaler. På så sätt möjliggör vi fler rum, ny teknik och en än mer inspirerande miljö. Denna beräknas vara klar under första kvartalet 2023.

Vi beräknar klimatavtrycket

Klimatpåverkan från vår egen verksamhet ökade under 2022 men låg fortfarande under halva nivån jämfört med 2019, före pandemin. Det beror på att resandet börjat öka igen, medan viss del av arbetet fortfarande förläggs hemma. Klimatpåverkan från vår egen verksamhet stod för 0,5 procent jämfört 3 procent 2019. Med hjälp av verktyget Our Impacts beräknar vi vårt eget klimatavtryck som kommer av kontorets elförbrukning, förbrukning av kontorsmaterial, körda mil i tjänst och klimatpåverkan från våra flygresor. Vi har valt att klimatkompensera våra utsläpp utifrån ett certifieringssystem som är internationellt accepterat, ger additionalitet, är mätbart, verifierbart och beständigt samt bidrar till långvarig hållbar utveckling. Klimatkompensationen sker genom samarbete med företaget ZeroMission och detta år har vi har valt att stödja:

> **Projekt i Nakau**, en ögrupp i Stilla havet, där vi är med och bidrar till att stoppa skövling av regnskog. Projektet engagerar lokalbefolkningen i att långsiktigt bevara och skydda regnskogarna genom betalning för ekosystemtjänster.

Via Our Impacts mäter vi också klimatavtrycket som våra transporter ger upphov till, både från utlandet till Sverige samt distributionen från lager till våra kunder. Vidare beräknas också CO₂-utsläppen som kommer från våra olika typer av förpackningar. Totalt uppgick CO₂-utsläppen för dessa olika kategorier till 14 310 ton år 2022, vilket var 8 procent lägre än 2021. 🌱

Här är några exempel på vad vi gör på kontoret:

- > Vi källsorterar vårt avfall. Papper, plast, glas och metall sorteras i återvinningskärl.
- > Vi handlar alltid ekologisk mat, såsom smör, mjölk, frukt, grönt och kaffe.
- > Vi har möjlighet att bedriva träning på arbetstid. Två gånger i veckan tränar vi på frivillig basis tillsammans.
- > Vi erbjuder vår personal ett hälsotest en gång per år. Hälsotesten syftar till att ha friska och hälsosamma medarbetare.
- > Vi erbjuder alla medarbetare ett årligt friskvårdsbidrag.
- > Vi erbjuder alla våra medarbetare massage på arbetstid.
- > Vi genomför en medarbetarundersökning årligen där man får tillfälle att uttrycka sig anonymt.
- > Vi uppdaterar kontinuerligt vår personalhandbok som återfinns på intranätet med information till medarbetare.
- > Vi genomför årlig lönekartläggning för att säkerställa att vi är helt jämställda, vilket vi är.
- > Vi har avfallskvarnar i vårt kök. Det bidrar till att en del av vårt matavfall rötas, vilket blir biogas och bioslam som är ett förnybart fordonsbränsle respektive ett biologisk växtnärlingsmedel för jordbruket som båda är bra eftersom de ersätter fossila alternativ.

Konsumtion



V

i vill gärna bjuda på kunskap och kompetens och kommunicerar våra budskap i många olika kanaler. Vår ambition är att ge konsumenter tips, inspiration, fakta och handfasta råd om mat och dryck.

För oss är det viktigt att vara utbildande och personliga. Eftersom vi främst säljer alkoholhaltiga drycker tycker vi det är viktigt att värna om folkhälsan genom att kommunicera på ett ansvarsfullt sätt. Vi publicerar som vanligt vår hållbarhetsrapport på svenska och engelska på vår webb.

Vi har följt vår kommunikationsplan för området CR och vi har även i år publicerat innehåll på enjoywine.se för Dryckesbranschens klimatinitiativ eftersom vi tycker det är ett bra och betydelsefullt samarbete som vi gärna vill att fler ska känna till och ansluta sig till.

I maj 2022 hade vi ett bra dialogmöte med Systembolaget i våra lokaler där vi sammanfattade vårt hållbarhetsarbete samt de möjligheter och utmaningar vi ser för branschen som helhet när det gäller att ställa om. 🍷



Återvinning



V

i är anslutna till och samarbetar med Svensk Glasåtervinning som återvinner över 90 % av alla glasförpackningar i Sverige. Som importörer har vi ett s.k. producentansvar vilket innebär att alla företag som importerar och säljer varor också har ett

ansvar för att förpackningarna samlas in och återvinns. Vi är stolta över att en stor del av våra förpackningar återvinns i samarbete med Svensk Glasåtervinning och att vi tillsammans strävar för ett hållbart samhälle och framtida generationer. Genom att spara naturtillgångar och smälta ner glas som vi och våra konsumenter haft nytta och glädje av spar vi 20% energi jämfört med om vi utgått från nya råvaror.

Vi är också anslutna till Förpacknings- och Tidningsinsamlingen (FTI) som ansvarar för återvinning av förpackningar och tidningar. Verksamheten finansieras med förpackningsavgifter som bland andra vi betalar och därmed uppfyller vårt lagstiftade producentansvar. FTI ägs av företag som tillverkar, säljer, fyller och återvinner förpackningar och tidningar.

Vi är stolta över att våra konsumenter återvinner våra förpackningar på FTI:s återvinningsstationer eller på fastighetsnära insamlingsplatser så att de kan bli material till nya produkter. 🍷

Vår kommunikation med konsumenter

Vinprovningar, event och mässor

Att få delta i en professionellt arrangerad vinprovning är något vi vet är uppskattat hos våra konsumenter. Vid producentbesök och nya lanseringar bjuder vi in till provning på vårt kontor alternativt ute på lokal. Ett möte med en vinmakare skapar förtrolighet och ger mersmak för våra produkter. Under 2022 har vi efter pandemiåren kommit igång med efterlängttade provningar, event och mässor. Höjdpunkten under året var när vi äntligen firade vår 25-årsdag med inbjudna gäster på Nationalmuseum den 7 september.

Nyhetsbrev

Varje vecka skickar vi ut digitala nyhetsbrev, bestående av rykande färska nyheter, kunskap och tips. Ofta har vi hänvisningar till intervjuer, podd-inslag och artiklar vi

producerar och publicerar på enjoywine.se.

Vi strävar efter att presentera ekologiska och vegetariska alternativ samt upplysa om varsam konsumtion. Det är roligt att se att de som öppnar och läser våra nyhetsbrev blir fler och fler även i år, vilket tyder på att vi blir bättre och bättre på att kommunicera det som konsumenterna vill läsa, det vill säga innehåll med hög relevans.

Webb – Enjoywine.se

Vi jobbar kontinuerligt med utveckling av vår webb så att konsumenter ska hitta produktinformation om våra viner samt enkelt kunna ta del av om hur vi arbetar med hållbarhet. Vår webb ska underlätta för konsumenters val av dryck och det ska finnas möjlighet att enkelt navigera och hitta hållbara produkter. Vi har utgått från Systembolagets information och

klassificeringar inom hållbarhetsområdet när vi har utformat webb. Med tydliga märkningar i sök och filter i sökfunktionen så underlättar vi för konsumenter att göra hållbara val. På webben utbildar vi även våra konsumenter i form av fakta och information kring producenter som arbetar med hållbarhet.

Sociala Medier

Facebook och Instagram är viktiga kommunikationskanaler för oss. Som följare av våra sociala mediekkanaler får man tips, råd och ibland en unik inblick i vår vardag som en av Sveriges ledande vinimportörer. Vi har under året följt vår kanalstrategi och publiceringsplan. Dryckesskolan, veckans vintips, fem fakta om en druva eller område samt ett hållbarhetskoncept är alla framtagna för att inspirera och guida konsumenter i vinets värld.

Podd "Vin för Rookies"

I år har vår podd, Vin för Rookies, fortsatt att vara en uppskattad källa till kunskap om vin. Första avsnittet släpptes i december 2018 och när 2022 var slut hade vi publicerat 76 avsnitt och två extraavsnitt. I varje avsnitt, som är på cirka 15 minuter, bjuder våra experter Thomas Holstein och Johan Eklöf in nyfikna gäster för att tillsammans lära lyssnarna mer om vin och djupdyka i olika teman. Vi har under året publicerat avsnitt som behandlar Chardonnay, Alicante, Årgångschampagne, Alsace och Toscana. Vi har också publicerat ett avsnitt där vi har svarat på lyssnarfrågor.



GRI-index

GRI	GRI index	sid
2-1	Uppgifter om organisationen	4
2-2	Enheter som omfattas av organisationens rapportering	4
2-3	Rapporteringsperiod, frekvens och kontaktperson	3, 4
2-4	Förändringar i rapporteringen	4
2-5	Granskning och bestyrkande	4
Aktiviteter & medarbetare		
2-6	Aktiviteter, värdekedja och andra affärsförbindelser	6, 7, 11, 12, 13, 15
2-7	Medarbetare, se not 1	22
2-8	Icke anställda som arbetar för organisationen, se not 2	22
2-9–2-21 Styrning - <i>Enjoy Wine & Spirits rapporterar inte på 2-9–2-21 i år</i>		
Strategi, policyer & tillämpningar		
2-22	Uttalande om strategi för hållbar utveckling	3
2-23	Policyåtaganden	12, 13
2-24	Integrering av policyåtaganden	12
2-25	Processer för att åtgärda negativ påverkan se not 5	22
2-26	Mekanismer för rådgivning och orosanmälan	4, 16
2-27	Regelefterlevnad, se not 3	
2-28	Medlemskap i organisationer	4
Intressentengagemang		
2-29	Förhållningssätt till intressenter	6, 18
2-30	Kollektivavtal, se not 4	22
Väsentliga frågor		
3-1	Process för att fastställa väsentliga frågor	6, 7
3-2	Lista med väsentliga frågor	7
3-3	Styrning av väsentliga frågor	7
GRI-index		
	Statement of use	4
Ekonomi		
205	Anti-korruption (2016)	
205-3	Bekräftade incidenter av korruption och vidtagna åtgärder Se not 6	22
Miljö		
305	Utsläpp (2016)	
305-1	Direkta utsläpp av växthusgaser (Scope 1)	8
305-2	Indirekta, energirelaterade, utsläpp av växthusgaser (Scope 2)	8
305-3	Andra indirekta utsläpp av växthusgaser (Scope 3)	8
305-4	Utsläpp av växthusgaser, intensitet	14
305-5	Minskning av utsläpp av växthusgaser - <i>Vi har inte tagit denna punkt i beaktande i årets rapportering då scope 3 inte mäts varje år.</i>	
305-6	Utsläpp av ozonnedbrytande ämnen (ODS) - <i>Data ej insamlad då punkten ej är relevant för vår verksamhet</i>	
305-7	Kväveoxider (NOx), svaveloxider (SOx) och andra betydande utsläpp i luften. - <i>Data har ej börjat mätas.</i>	
Social		
407	Organisationsfrihet och rätten till kollektiva förhandlingar 2016	
407-1	Verksamhet och leverantörer där rätten till organisering och kollektiva förhandlingar kan vara i fara	6, 7, 9, 10, 14
NOTER		
Not 1	Enjoy Wine & Spirits hade 27 medarbetare under 2022.	
Not 2	Av de 27 medarbetare var 2 heltidsvikarie.	
Not 3	Under året har en återkallelse skett, gällande otillräcklig märkning.	
Not 4	Företaget har inget kollektivavtal men följer i stor utsträckning motsvarande förmåner som kollektivavtal erbjuder.	
Not 5	Företaget står inför att genomföra ett sådant arbete under 2023-24	
Not 6	Under året har inga incidenter inträffat	