

Enjoy Wine & Spirits

Hållbarhets- rapport

Verksamhetsår
2024





VD har ordet

2024

När vi blickar tillbaka på 2024 kan vi konstatera att det var ytterligare ett år präglad av ökade globala samhällsutmaningar och kriser som driver utvecklingen mot stora omställningar.

Några av de utmaningar och risker som World Economic Forum har identifierat är: geopolitiska konflikter, cyberhot och brottslighet, naturkatastrofer och extremväder, problem med anpassning till klimatförändringar, inflation, polarisering och växande sociala spänningar samt storskalig migration. Den pågående kraftmätningen mellan de politiska blocken påverkar också politikens förutsättningar att främja hållbar utveckling, liksom möjligheterna att skapa tillväxt, välfärd och säkerhet. Detta gäller både globalt och för Sverige. Det är viktigt att förstå att de samhällsomställningar som kommer att krävas också kan skapa stora möjligheter för innovation och värdeskapande för företag, regioner och länder.

Trots allt som sker i vår omvärld kan vi konstatera att vi som företag fortsätter att utvecklas positivt och tar marknadsandelar i en mogen marknad. Den djup och bredd som finns i vår produktportfölj har gjort att vi har kunnat möta marknadens behov i en tid då hushållen har tvingats hålla hårdare i plånboken.

Under det gångna året avslutade vi vår lagerflytt till Anora, ett steg i vår strävan att ligga i framkant när det kommer till hållbar lager och distribution. Vi tillhör nu en exklusiv liten skara leverantörer som ligger längst fram i arbetet med att minska vår klimatpåverkan från transporter. Inom koncernen har vi dessutom påbörjat en helhetsöversyn av vårt klimatarbete för att säkerställa att våra insatser är effektiva och hållbara på lång sikt. Därför har vi beslutat att pausa vår klimatkompensation för att i stället utvärdera hur vi bäst kan använda våra resurser i framtida klimatarbete.

Vårt motto är ”vi gillar det vi gör och de vi gör det med”. För mig personligen är vårt ledarskap och värderingsarbete en viktig del av vår framgång. För oss är det inte bara resultatet som räknas, utan även hur vi nådde dit. Det är det som skapar en företagskultur vi kan vara stolta över och därför fortsätter vi vår satsning på ledarskapet inom företaget. Vi tors påstå att kulturen inte sitter i väggarna utan hos medarbetarna. Därför vill jag avslutningsvis rikta ett stort och varmt tack till alla fantastiska medarbetare för alla insatser och bidrag under året.

Tillsammans gör vi skillnad! 🍷

Hållbarhetsrapport Verksamhetsår 2024

INNEHÅLL

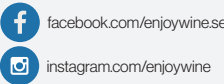
Inledning	4
Bottled With Care	5
Väsentlighetsanalys	6
Våra hållbarhetsmål	8
De globala målen	10
Odling och tillverkning	11
Vårt sortiment	14
Transport och lager	15
Kontor och medarbetare	16
Konsumtion	18
Återvinning	19
GRI-index	20



Kontaktuppgifter
Enjoy Wine & Spirits, Alsnögatan 11, 116 44 Stockholm
Telefon — 08-556 947 00
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.



Peter Kokovic
VD, Enjoy Wine & Spirits

Inledning

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

Detta är en hållbarhetsrapport från oss på Enjoy Wine & Spirits AB (org nr 556457-7509) som är ett onoterat privat bolag med 797 MSEK i omsättning. Detta är vår sjunde årliga hållbarhetsrapport och avser verksamhetsår 2024. Rapporten är framtagen i enlighet med Aktiebolags-lagen och det frivilliga ramverket GRI (Global Reporting Initiative). Då GRI genomgått en omfattande uppdatering till år 2023 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 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. **Di Luca Wine & Food AB** (Rest. 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

Vi har tillsammans med våra medarbetare gjort ett värderingsarbete 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 året har vi anställt flera nya kollegor och antalet på kontoret har succesivt ökat under året. Vi är nu ett fulltaligt team.

>Utvecklat system för visselblåsning

Enjoy wine & Spirits har 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. 🍷

— Maria Tillander,
hållbarhetsansvarig hos
Enjoy Wine & Spirits

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 startade året 2024 med en fortsatt turbulent världsekonomi och med fortsatt krig i Europa. Detta har gjort att 2024 likt 2023 har varit ett varit ett händelserikt år med utmaningar för oss som företag, i samhället i stort och vår vardag.

Under året har vi, tillsammans med vårt systerbolag, haft ett omfattande fokus på CSRD och de möjligheter samt den ökade förståelse som detta regelverk erbjuder för att identifiera potentiella risker och möjligheter. Genom att noggrant välja våra samarbetspartners har vi dessutom framgångsrikt reducerat CO₂-utsläppen från vår varudistribution.

Vårt kontinuerliga arbete med hållbarhet sker också i samarbete med Systembolaget inom Dryckesbranschens Klimatinitiativ (DKI), ett initiativ som startades av Sveriges Bryggerier, Sprit & Vinleverantörsföreningen och Systembolaget för att främja en mer klimatsmart bransch. I World Favor kartlägger vi våra producenter och odlare. Alla deltagande har nu mätt sina avtryck under sju år enligt Greenhouse Gas Protocol (GHG), en internationellt

erkänd standard för att beräkna och rapportera utsläpp av växthusgaser. Vi arbetar också i Our Impact där vi årligen mäter våra utsläpp enligt GHG och delar nu även denna information i Position Green, DKIs digitala verktyg. Detta ger oss möjlighet att jämföra oss med andra aktörer i samma bransch. Systembolaget och DKI har tillsammans genomfört en konsekvensanalys där omvärldsfaktorer och företagsspecifika data har analyserats. Syftet med analysen var att identifiera åtgärder för att minska klimatpåverkan.

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. Närmaste chef, samt HR-ansvarige, ansvarar för att besvara eventuella frågor eller förtydliga oklarheter. 100% av våra medarbetare har skrivit på vår kod. Vi har också ett visselblåsarsystem som vi inte har behövt använda under året. Ansvar för övergripande strategier, mål och åtgärder ligger hos ledningen och hållbarhetsansvarig.

Med hjälp av vårt digitala verktyg Our Impact har vi sedan 2015 mätt och registrerat den klimatpåverkan vi åstadkommer via vårt eget företagande.

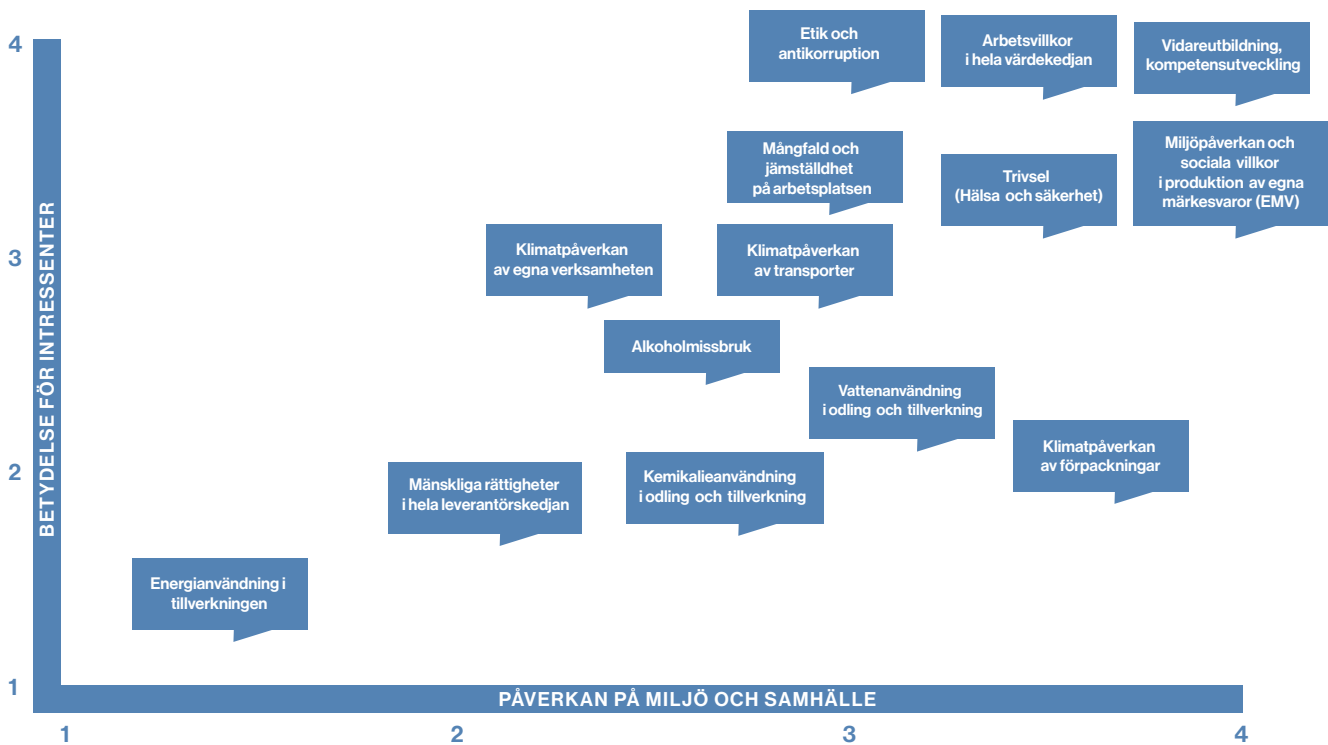
Styrelsen är ytterst ansvarig för vårt hållbarhetsarbete med det operativa arbetet och hållbarhetsstyrningen genomförs av en hållbarhetsansvarig samt en styrgrupp bestående av fem personer.

Gruppen har sammanträtt tre gånger under 2024 och fokuserat på olika delar av hållbarhetsarbetet. Hållbarhetsansvarige har rapporterat om hållbarhetsfrågor på ledningsgruppsmöten samt även internt på månadsmöten. Styrelsen har hållits informerad under året genom styrelsemöten som skett fem ggr 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



Arbetet för att uppdatera vår väsentlighetsanalys påbörjades under 2023 där vi bland annat genomförde en dubbel väsentlighetsanalys i samarbete med U & We. Vi vill förbereda oss för de nya regelverken samt öka fokus i vårt dagliga arbetet för hållbarhetsfrågor. Arbetet kommer slutföras under 2025.

I intressentdialogen har vi frågat samarbetspartners och medarbetare vad de bedömer som risker. Där framkom det att ett av våra viktigaste riskområden är IT-säkerhet, 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 i de fall 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. 📌

	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 en väsentlig del 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.



2022: 100%
2023: 100%
2024: 100%

Mål 2030

Halvering av
vår klimatpåverkan *

* basår 2018

2022: 0,60 2023: 0,56 2024: 0,59

Sortiment

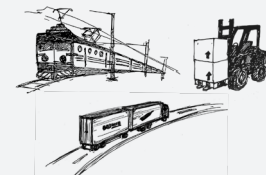
Nyckeltalet visar vår andel EKO sålda liter på Systembolaget av vår totala försäljning i liter.



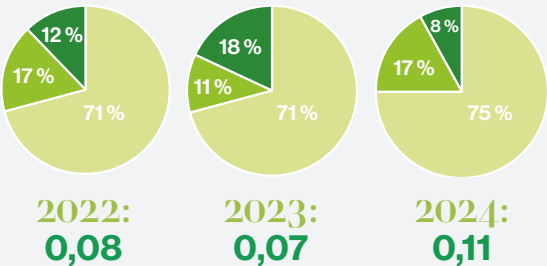
2022: 19,5%
2023: 22,8%
2024: 20,0%

Transport och lager

Transporter står för 5,2 % av vår totala klimatpåverkan och den procentuella fördelningen av transporter är enligt cirkeldiagrammen. Nyckeltalen visar vår klimatpåverkan i kilogram koldioxidekvivalenter(kg CO2e) för transporter per omsatt liter. 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 2024 är att fortsätta arbetet med att optimera våra transporter.



KLIMATPÅVERKAN TRANSPORTER
kg CO2e/L:



Tåg
Båt
Bil

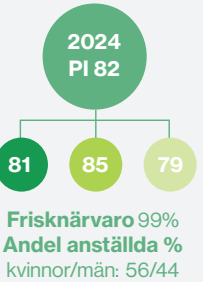
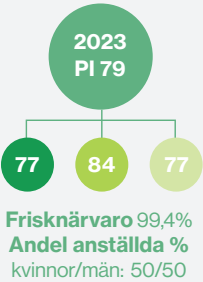
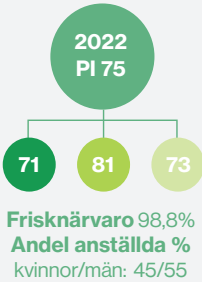
Kontor och medarbetare

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



PERFORMANCE INDEX

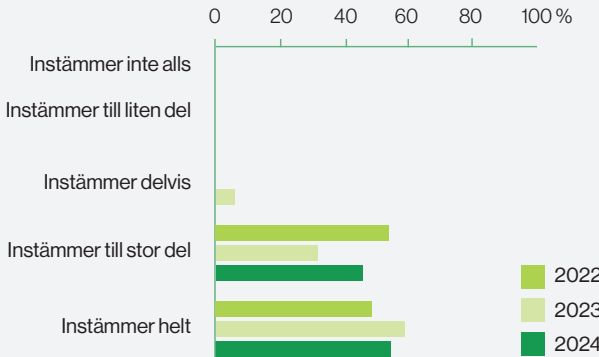
Utvecklande ledarskap
Lagets prestationsmiljö
Personliga ledarskapet



ENJOY ENGAGEMANG

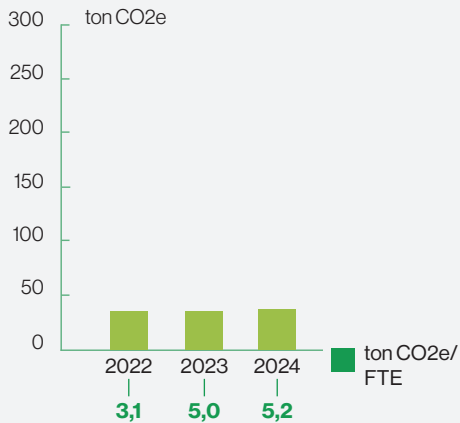
Engagemang och nöjdhet

"Mitt jobb engagerar mig mycket"



KLIMATPÅVERKAN EGNA VERKSAMHETEN

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



Konsumtion

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



ALKOHOLFRI
KONSUMTION ÄR:

2022: 13%
2023: 15%
2024: 13%

Återvinning

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

2022: 0,51
2023: 0,48
2024: 0,47

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 elmopeder 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 genomfört 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 vägleder konsumenter till att göra mer hållbara val. Deras klassificering bygger på tre kriterier; miljöcertifierad odling och produktion, socialt ansvar i odling och produktion samt lägre klimatavtryck av förpackningar. Vi arbetar aktivt med att få våra producenter att konvertera produkter till att bli mer hållbara enligt dessa kriterier. 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 22,3 % (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 råvaruförädlning 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 som har en listning i det fasta sortimentet på Systembolaget, genom att be dem svara på ett 70-tal frågor som handlar om corporate responsibility. 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, antikorrup­tion, 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.

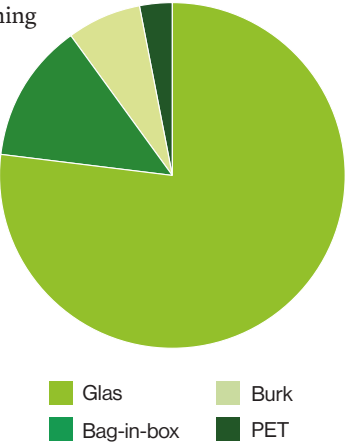
>Klimatpåverkan vid vinodling och tillverkning

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 ansenlig del av vår totala klimatpåverkan och därför en väsentlig del, vi kan påverka detta genom kontinuerlig dialog med våra

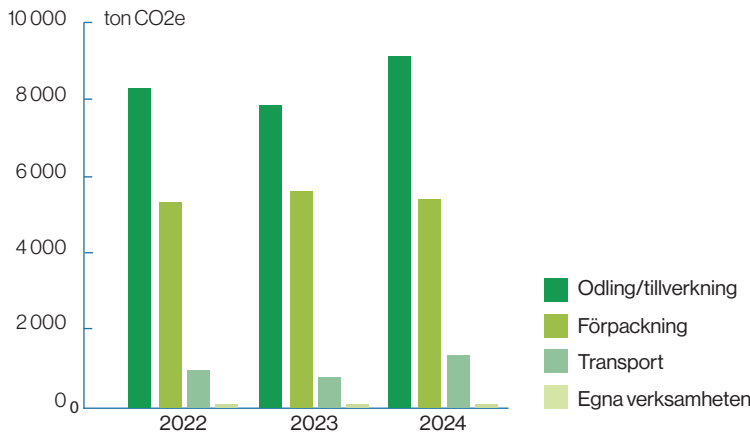
producenter. >Klimatpåverkan från förpackningar

Att sälja vin innebär också till stor del att sälja förpackningar, 35 % 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 2024 står glas för 77 % (79% 2023) av vår klimatpåverkan från förpackning, bag-in-box står för 13 % (13% 2023), burk för 7 % (6% 2023) och PET för 3% (2% 2023) 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 hos konsument.



Total klimatpåverkan



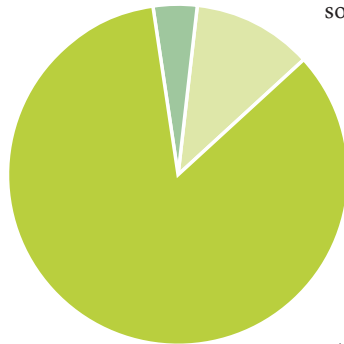


Vårt sortiment

V

årt 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 84 % 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 22,3 % av den totala försäljningsvolymen. Vi strävar efter att öka vårt sortiment av ekologiskt och/eller etiskt märkt (exempelvis FairTrade). Det är önskvärt att konvertera konventionella viner till eko och 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 2024 fördelat mellan olika produktkategorier. Försäljning per liter.



Vin
Vatten
Sprit

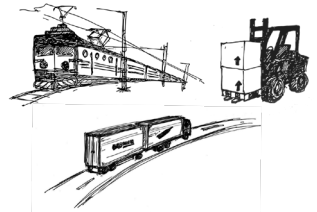


”Vårt alkoholfria sortiment är en viktig hörnsten i arbetet kring måttfullhet.”

Transport och lager



Anora ansvarar för att våra produkter dagligen levereras ut från lagret till kunder runt om i Sverige.



Anoras lagerbyggnad i Upplands-Bro.

U

nder 2024 färdigställde vi flytten av vårt lager, samt byte av logistikpartner. Vår lagerpartner arbetar liksom oss 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 samarbetet med vår logistikpartner och med en egen logistikavdelning samt egna transportavtal för infrakter har vi förstärkt vårt arbete och våra möjligheter till att kontinuerligt arbeta med att synliggöra och minska vår klimatpåverkan. Ett led i detta är att vi bokar våra egna transporter från producenterna vilket gör att vi på ett miljöeffektivt sätt kan optimera dessa i form av samlastningar samt att vi alltid

planerar våra inköp utefter fulla leveranser. Med en egen logistikavdelning kan vi 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, vilket betyder att vi på ett miljövänligt sätt fraktar våra varor till lager. Vår lagerpartner ansvarar för att våra produkter dagligen levereras ut från lagret till kunder runt om i Sverige såsom Systembolagsbutiker, restauranggrossister, direktköpande restauranger samt Travel Retail som utgörs av båtar och flygplatser inom Norden. Dessa transporter sker med bilar som går på HVO100 vilket är miljöeffektivt och minskar vår miljöpåverkan. 🌱

Kontor och medarbetare



P

På Södermalm Stockholm arbetar 26 personer på Enjoy Wine & Spirits kontor. Vi har kontoret som huvudarbetsplats. För att arbeta med en stimulerande miljö 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 hållbart välmående

Under första kvartalet hölls en ledarutbildning i regi av HR i arbetsmiljöfrågor. Inom arbetsmiljö belystes många delar som inte bara omfattar den fysiska arbetsmiljön, utan även den psykosociala.

Det är viktigt att våra ledare säkerställer att våra medarbetare har det bra, särskilt i en tid när det är många omvärldsfaktorer som påverkar oss som individer. Senare under året tog vi in en föreläsare som pratade ergonomi och gav många tips till oss hur vi ska arbeta mer hållbart. Förebyggande arbetar vi med flera aktiviteter och bland annat har vi en grupp av frivilliga som driver aktiviteter inom temat ”må bra”. Allt från föreläsningar, träningspass, tävlingar med mera. Utöver det erbjuder vi

bland annat samtliga anställda en årlig hälsoundersökning.

Vi beräknar klimatavtrycket

Klimatpåverkan från vår egen verksamhet ökade under 2024 men ligger på en lägre nivå jämfört med 2019. Detta beror på minskat resande samt att viss del av arbetet förläggs hemma. Klimatpåverkan från egen verksamhet stod för 0,5% jämfört 1,9% 2019. Med hjälp av verktyget Our Impact beräknar vi vårt eget klimatavtryck som kommer av kontorets elförbrukning, förbrukning av kontorsmaterial, körda mil i tjänst och klimatpåverkan via utsläpp från våra flygresor.

Vi har beslutat att pausa vår nuvarande klimatkompensation för att utvärdera hur vi bäst kan använda våra resurser i framtida klimatarbete. Inom koncernen genomför vi en helhetsöversyn av vårt klimatarbete för att säkerställa att våra insatser är effektiva och hållbara på lång sikt.

Via Our Impact 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 **6885 ton år 2024.**

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.

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. ♻️

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 vid 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. En höjdpunkt under året var när vi medverkade på mässan Stockholm Food & Wine.

Nyhetsbrev

Varje vecka skickar vi ut digitala nyhetsbrev, bestående av rykande färskna 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 alternativ. 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 våra prenumeranter vill läsa.

Webb – Enjoywine.se

Vi utvecklar kontinuerligt vår webb så att konsumenter och restaurangkunder ska hitta produktinformation om våra viner samt enkelt kunna ta del av om hur vi arbetar med hållbarhet. Vår webb ska underlätta för konsumenters och kunders val av dryck och det ska finnas möjlighet att enkelt navigera och

hitta hållbara produkter. Vår trafik ökar från förra året och besökarna stannar längre.

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, vilket gjort att vi ökat antal följare. 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 2024 var slut hade vi publicerat 91 avsnitt och två extraavsnitt.

I varje avsnitt, som är på cirka 15 minuter, bjuder vår expert Johan Eklöf in nyfikna gäster för att tillsammans lära lyssnarna mer om vin och djupdyka i olika teman. Vi har under året bland annat publicerat ett avsnitt som behandlar trender inom vin och vi har i ett annat avsnitt rätt ut begreppen doft, lukt och smak. Vi har också djupdykt i vår anrika barolo-producent Fontanafreddas historia.



Återvinning



V

Vi 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 vad som tidigare hette Förpacknings- och Tidningsinsamlingen (FTI), numer Näringslivets Producentansvar, NPA, som ansvarar för återvinning av förpackningar. Verksamheten finansieras med förpackningsavgifter som bland andra vi betalar och därmed uppfyller vårt lagstiftade producentansvar. Det är branschorganisationer som står bakom det gemensamma bolaget. Vi är stolta över att våra konsumenter återvinner våra förpackningar på återvinningsstationer eller på fastighetsnära insamlingsplatser så att de kan bli material till nya produkter. ♻️

”Vi bjuder på tips, inspiration, fakta och handfasta råd om mat och dryck i många olika kanaler.”

GRI-index

Enjoy wine & Spirits hållbarhetsrapport är skriven med referens till GRI Universal Standards 2021.

GRI-ID	GRI beskrivning	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	20
2-8–2-21	Styrning	
- Enjoy Wine & Spirits rapporterar inte på 2-8–2-21 i år		
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	20
2-26	Mekanismer för rådgivning och orosanmälan	4, 16
2-27	Regelefterlevnad, se not 2	20
2-28	Medlemskap i organisationer	4
Intressentengagemang		
2-29	Förhållningssätt till intressenter	6, 18
2-30	Kollektivavtal, se not 3	20
Väsentliga frågor		
3-1	Process för att fastställa väsentliga frågor	6, 7
3-2	Lista med väsentliga frågor	6, 7
3-3	Styrning av väsentliga frågor	6, 7
GRI-index		
Statement of use		4
Ekonomi		
205	Anti-korruption (2016)	
205-3	Bekräftade incidenter av korruption och vidtagna åtgärder Se not 5	20
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	13
305-5	Minskning av utsläpp av växthusgaser - Vi har inte tagit denna punkt i beaktande i årets rapportering då scope 3 inte mäts varje år.	
305-6	Utsläpp av ozonnedbrytande ämnen (ODS) - Data ej insamlad då punkten ej är relevant för vår verksamhet	
305-7	Kväveoxider (NOx), svaveloxider (SOx) och andra betydande utsläpp i luften. - Data ej insamlad då punkten ej är relevant för vår verksamhet	
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 26 medarbetare under 2024.
Not 2	Under året ingen återkallelse.
Not 3	Företaget har inget kollektivavtal men följer i stor utsträckning motsvarande förmåner som kollektivavtal erbjuder.
Not 4	Företaget står inför att genomföra ett sådant arbete under 2025
Not 5	Under året har inga incidenter inträffat