

# Programförklaring

Detta är Dryckesbranschens Klimatinitiativ



DRYCKESBRANSCHENS  
KLIMATINITIATIV



## Programförklaring

Dryckesbranschens Klimatinitiativ (DKI) är ett initiativ startat i samverkan mellan Sprit & Vinleverantörsföreningen (SVL) Sveriges Bryggerier och Systembolaget. Alla dryckesleverantörer till Systembolaget är välkomna att gå med i DKI som deltagare för att mäta sitt koldioxidavtryck och sätta upp individuella och gemensamma mål. Tillsammans kan vi arbeta för att minska vår klimatpåverkan och vara ett föredöme för andra branscher.

# Programförklaring

## Viljeyttring

Viljeyttringen undertecknades av huvudmännen i november 2017:

”

”Vi, världen, behöver fler som tar ansvar. För att rädda vår planet måste den globala temperaturhöjningen hållas långt under 2 grader. Det enades världens länder om i ett avtal som slöts i Paris 2015. Det ligger i linje med de 17 globala hållbarhetsmålen i Agenda 2030, där klimatpåverkan är en viktig del. En förutsättning för att lyckas är att alla drar sitt strå till stacken, allt från regeringar och myndigheter till företag, organisationer och enskilda personer. Därför har vi – aktörer inom den svenska dryckesnäringen och Systembolaget – beslutat att anta utmaningen tillsammans.

Tillsammans tar vi ansvar för klimatet.

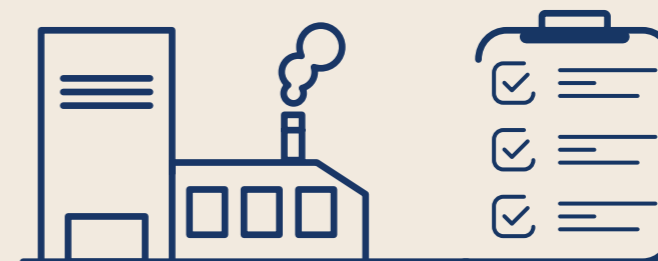
Vi, små som stora aktörer inom den svenska dryckesnäringen, har tillsammans med Systembolaget en gemensam vilja att minska vår klimatpåverkan. Genom denna viljeyttring ska vi innan november 2018 sätta upp mål utifrån våra respektive företags förutsättningar. Målen ska vara mätbara utifrån Greenhouse Gas Protocol, GHG, som är en internationellt vedertagen standard för att beräkna och redovisa utsläpp av växthusgaser. Vi börjar idag den 10 november 2017. Om ett år, i november 2018, är ambitionen att vi var och en har rapporterat våra mål till en gemensam plattform och tar nästa steg i arbetet med att minska vår egen påverkan och göra skillnad.

Vi vill vara företag som integrerar hållbarhet i affärsstrategin och skapar utrymme för ansvarstagande i våra affärsmodeller – med kunden, klimatet, människan och miljön i fokus. På sikt kan vi jämföra oss med och bli ett föredöme för andra branscher.”

”

## Syfte

- Samverka för att minska dryckesbranschens klimatpåverkan.
- Initiera och driva aktiviteter som gör att dryckesbranschen kan uppfylla sin ambition enligt Viljeyttringen.



## Vision

- En dryckesbransch utan klimatpåverkan, där varje droppe räknas.

## Ambition

- Deltagarna i DKI ansluter sig till den svenska regeringens klimatmål som innebär att de ska vara klimatneutrala till år 2045. Initiativet ligger också i linje med de 17 globala målen i Agenda 2030 där klimatpåverkan är en viktig del. I linje med viljeyttringens ambition anknyter initiativet särskilt till tre av de 17 globala målen i Agenda 2030.

- Mål nummer 12:  
Hållbar konsumtion och produktion. Främja hållbara konsumtions och produktionsmönster.



- Mål nummer 13:  
Bekämpa klimatförändringar. Vidta omedelbara åtgärder för att bekämpa klimatförändringarna och dess konsekvenser.



- Mål nummer 17:  
Genomförande och globalt partnerskap. Stärka genomförandemedlen och återvitalisera det globala partnerskapet för hållbar utveckling.



## Mål till 2030 för Dryckesbranschens Klimatinitiativ

Initiativets övergripande mål för minskad klimatpåverkan är satta i samverkan mellan deltagarna i DKI. Deltagarna sätter även egna mål.

### DKI har i samverkan satt upp fyra övergripande mål fram till 2030:

1. 100% resurseffektiva och fossilfria inrikes transporter samt en ökande andel fossilfria transporter i utlandet.
2. 100% resurseffektiva och materialåtervinningsbara förpackningar
3. 100% förnybar el och energi i den egna verksamheten samt en ökande andel i hela leverantörskedjan
4. En strategi för mätbar primärproduktion och odling

### För att klara målen behöver vi:

1. Politiska beslut som säkerställer kontinuerliga hållbarhetsåtaganden och främjar innovation och investeringar på lång sikt
2. Utökade investeringar på samhällsnivå på infrastruktur och fossilfria transporter.
3. Ett väl fungerande insamlings- och återvinningsystem av förpackningar som säkerställer tillgång på återvunnet material av god kvalitet.
4. Tillgång till förnybar och miljövänlig energi.

## Framgångsfaktorer

- Alla deltagare i DKI ska kunna inkluderas och bidra på sitt sätt
- Initiativet avgränsas till klimatpåverkan
- Initiativets mål ska vara linje med svenska regeringens klimatmål och Agenda 2030
- Affärsmässig hållbarhet för deltagarna i DKI

## Deltagare i DKI

Initiativet är öppet för alla dryckesleverantörer till Systembolaget. En deltagare förbinder sig att rapportera sin klimatpåverkan en gång per år, att sätta upp egna mål för minskad klimatpåverkan, arbeta för förbättring och att bidra till initiativets gemensamma mål.

## Verktyget

Initiativet har upphandlat ett systemtekniskt verktyg för att rapportera och mäta klimatpåverkan. Verktyget är framtaget i branschsamverkan. Varje enskild deltagare i DKI får en individuell användarstatus i verktyget som gör det möjligt att rapportera in data för sitt företag. Deltagarna kan se sin egen rapportering och följa resultatet på övergripande nivå per kategori och helheten men inte se andra deltagares data

En gång per år ska överenskommen nyckeldata rapporteras in till verktyget. Ambitionen är att ge ut en årlig rapport om branschens klimatstatus.

# Åtagande för deltagare i DKI

## 2.1 Klimatåtagande

Varje deltagare i DKI åtar sig:

- att skaffa anvisad teknisk licens för rapportering av sin klimatpåverkan.
- att årligen rapportera sin klimatpåverkan enligt initiativets instruktioner.
- att sätta egna mål för minskad klimatpåverkan och aktivt arbeta för att uppnå dem.
- att aktivt arbeta för att bidra till initiativets gemensamma mål för minskad klimatpåverkan.

## 2.2 Åtagande - initiativets logotyp

Så länge deltagaren uppfyller ovanstående åtaganden har denne rätt att använda initiativets logotyp (Logotypen) med tillhörande designprofil. Eftersom logotypen är initiativets kännetecken är det av yttersta vikt att logotypen används balanserat och varligt av varje enskild deltagare.

Följande förutsättningar gäller för logotypens användande. Logotypen får:

- endast användas av deltagare som uppfyller klimatåtagandet.
- endast användas avseende deltagaren/dennes verksamhet generellt men inte vid marknadsföring av enskilda produkter.
- endast användas i sitt ursprungsskick men inte förvanskas eller omarbetas.

