Pressmeddelande 16 augusti 2011

Frivillig klimatkompensation, ett viktigt sätt att reducera utsläpp av växthusgaser

Nu intar klimatkompenserade konsumentprodukter butikshyllan

Stora delar av näringslivet står idag utanför det regelsystem för utsläpp av växthusgaser som fastställts i Kyotoprotokollet. Inte heller omfattas dessa företag av krav på redovisning av direkt eller indirekt klimatpåverkan. Detta har dock inte lett till passivitet. Tvärtom börjar fler och fler företag analysera sin påverkan på klimatet och många klimatkompenserar också på frivillig grund. Det sker vanligtvis genom investering i klimatprojekt i utvecklingsländer.

Marknaden för frivillig klimatkompensation växer sig starkare för varje år. En anledning är att projektens kvalitet ökat, en annan att kritiken mot att klimatkompensera visat sig sakna grund och därför lagt sig. En tredje är att många företag ser en möjlighet att kommunicera sina åtgärder på ett sätt som påverkar varumärket positivt.

Denna frivilliga marknad är viktig som komplement till den reglerade för att komma tillrätta med klimathotet. Det illustreras nu senast genom att den internationella organisationen för utsläppsrättshandel IETA (International Emissions Trading Association) nyligen fastslagit den viktiga roll frivilligmarknaden kan spela i framtiden när det gäller globala utsläppsminskningar.

En utmaning för företag är att ta ansvar för och kompensera inte bara för den egna verksamhetens utsläpp utan även de utsläpp som uppstår i leverantörsledet. Arvid Nordquist är ett av de första företagen som gör det. De klimatkompenserar hela sitt Classic kaffesortiment genom omfattande trädplantering i Nicaragua. Det görs för hela kaffesortimentet och hela produktionskedjan från kaffebuske till butik. Arvid Nordquist tar därmed ett ansvar långt bortom företagets egna utsläpp från rosteri och transporter. Classics produkter blir därmed inte bara det första klimatkompenserade varumärket i kaffehyllan, utan är först ut bland livsmedel i dagligvaruhandeln.

- Vi kommer att plantera träd i relation till hur mycket det kaffe som vi producerar och säljer bidrar till de globala klimatförändringarna, säger Anders Nordquist, vd för Arvid Nordquist. Det blir cirka 100 000 träd per år.

I Sverige har frivillig klimatkompensation stött på kritik då det hävdats att kompensation skulle vara ett sätt att köpa sig fri från ansvar. Detta är dock fel. Kritikerna har inte förstått det engagemang och den dynamik som klimatkompensation ger upphov till.

- Företag som klimatkompenserar, inklusive Arvid Nordquist, gör det samtidigt med långtgående åtgärder som direkt minskar klimatbelastningen, säger Göran Wiklund från konsultföretaget U&W [you&we].

En enkätundersökning som U&W [you&we] medverkat till visar att företag i stället för att nöja sig med klimatkompensationen i stället påskyndar och utökar det interna miljö- och klimatarbetet. Bland annat genom energieffektivisering och byte till förnybar energi, vilket successivt minskar behovet av att klimatkompensera. Många av de företag som klimatkompenserar på frivillig grund är också marknadsledande inom sina respektive branscher när det gäller miljöarbete och miljöprofilering. Så är fallet med Arvid Nordquist som alltid varit en föregångare på miljöområdet inom kaffebranschen. Bland annat var man först ut bland kafferosterier med miljöcertifiering enligt ISO14001 samt övergång till resurssnåla förpackningar så kallade ”single bag”.

Arvid Nordquist sätter nu upp mål och åtgärdsplaner för att successivt reducera utsläppen, dels i den egna verksamheten men även i leverantörsledet ända ner till kaffeodlingen. U&W [you&we] har gjort beräkningarna av de

växthusgasutsläpp som produktionen av Classics kaffesorter medför - hela vägen från produktion av gödsel via odling och transporter till butikshylla och det bildar underlag för beslut om reduktionsmål.

Klimatkompensationen görs i form av trädplantering i Nicaragua i samarbete med U&W [you&we]som är en ledande svensk leverantör av högkvalitativ klimatkompensation. Utöver klimatnytta innebär Arvid Nordquists klimatkompensation en rad andra plusvärden.

Träden planteras i samarbete med småbrukare i Nicaragua. Projektet bidrar till ekonomisk utveckling i ett område där många är fattiga. Genom klimatkompensation får bönderna en ytterligare inkomst utöver den som jordbruket ger. Förutom ett socialt påverkas också den lokala miljön i form av ökad biologisk mångfald och förhindrad jorderosion. Projektet är certifierat i enlighet med Plan Vivo-standarden som säkerställer att rätt mängd koldioxid binds i träden.

- Genom det här initiativet är Arvid Nordquist en pionjär inom svensk dagligvaruhandel, säger Göran Wiklund, partner hos U&W [you&we]. Vår vision är att alla företag liksom Arvid Nordquist ska börja samarbeta i sina respektive leverantörskedjor för att reducera utsläppen. Det är då de riktigt kraftfulla resultaten kan åstadkommas, fortsätter Göran Wiklund.

Ytterligare information

Kontakta Göran Wiklund, U&W [you&we] telefon 08-346565

Erica Bertilsson, Arvid Nordquist Classic, marknadschef telefon 08-799 1880 / 0708-76 18 80

Arvid Nordquist HAB är ett svenskt familjeföretag som grundandes 1884. Idag har bolaget verksamhet i samtliga nordiska länder och försäljningen uppgick 2010 till 1 500 MSEK. Företaget erbjuder detaljhandeln, restauranger och grossister ett spännande kvalitetssortiment av livsmedel och drycker samt har ett eget kafferosteri som producerar Classic kaffe, ett känt och väl etablerat varumärke i Sverige. Antalet medarbetare är 160 st.

U&W [you&we] är ett av de ledande konsultföretagen inom hållbarhetsområdet som bistår företag att göra goda affärer. Genom varumärket ZeroMission erbjuder U&W [you&we] en klimatservice med uppmätning av emissioner, strategier för att reducera utsläpp, utbildning och klimatkompensation antingen i form av energiprojekt eller trädprojekt.