

2020

VERKSAMHET & HÅLLBARHET

*Från druva till glas med respekt
för människa och miljö.*





VISION

Vi vill skapa en hållbar och stabil tillväxt på den internationella vinmarknaden genom en dynamisk plattform för entreprenörskap, hållbarhet och innovation.

Emil Sallnäs, VD

VIVA WINE GROUP I KORTHET

Viva Wine Group

Viva Wine Group är Sveriges ledande vinkoncern med framskjuten position i Norden och stark tillväxt på den europeiska e-handelsmarknaden för vin. Vi utvecklar, marknadsför och säljer både egna och andras varumärken på över tio växande marknader i världen.

VÅR VERKSAMHET

Vi är en samling entreprenörsdrivna bolag som älskar dryck, mat och sociala sammanhang. Vi är måna om hur våra produkter tillverkas och är särskilt stolta över våra satsningar på hållbarhet. Vi erbjuder prisvärda kvalitetsviner från hela världen till försäljning till konsumenter i Sverige, Norden, Europa, Storbritannien, Nordamerika och Kina.

VÅRT ERBJUDANDE

Vi erbjuder vin i alla utföranden och stilar, från alla tänkbara ursprung. Våra varumärken inkluderar allt från prisade konsumentfavoriter till erkända prestigemärken och våra producenter tillhör de främsta i världen och representerar allt från stora vinkoncerner till medlemssägda kooperativ och små familjeproducenter.

VÅRT ANSVAR

Hållbarhet är en av våra främsta drivkrafter och framgångsfaktorer. Vi är pionjärer och marknadsledare på ekologiskt och etiskt certifierat vin. Vi samdistribuerar och har ställt om merparten av våra transporter i Europa till tåg. Över 70% av vår försäljning i Sverige sker också i klimatsmarta förpackningar. Kvarvarande utsläpp från transporter och tunga förpackningar klimatkompenserar vi genom investeringar i Solvatten. Redan idag är alla våra transporter klimatneutrala. Vi värnar inte bara våra producenter utan även våra konsumenter, varför vi främjar ansvarsfull marknadsföring och konsumtion av våra produkter. Vi vill att vår verksamhet ska bidra till en hållbar planet, och till människors livskvalitet.

VIVA
WINE GROUP



VERKSAMHET OCH HÅLLBARHET 2020

Viva Wine Group
+46 8-21 83 88
info@vivagroup.se

STOCKHOLM
Viva Wine Group
Blasieholmsgatan 4A
111 48 Stockholm

Finansiella nyckeltal

Året uppvisade en stark försäljning, lönsamhets- och resultatutveckling.

LÄS MER SID 6

+49%

EXPANSIV EUROPEISK E-HANDEL

Vår vision är att bli en av de ledande digitala vinhandlarna i Europa.

LÄS MER SID 22-23

KLIMATKOMPENSATION & SOCIALA PROJEKT

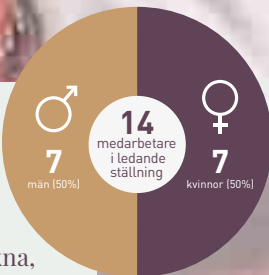
Vi brinner särskilt för individens och den lilla gruppens förmåga att förändra stora system. Solvatten är en lösning som bidrar till bättre hälsa och minskad klimatpåverkan.

LÄS MER SID 44-45

JÄMSTÄLLD & INKLUDERANDE ARBETSPLATS

Hos oss samlas nyfikna, engagerade, kreativa och kunniga personer med passion för dryck och entreprenörsskap.

LÄS MER SID 34-35



DRYCKESBRANSCHENS KLIMATINITIATIV

GEMENSAM SATSNING

Ledande aktörer i dryckesbranschen samverkar för att minska klimatpåverkan.

LÄS MER SID 42

ÖKNING AV EKO OCH ETISKT

Under 2020 fortsatte vi öka volymen och andelen ekologiskt och etiskt certifierat vin. Från 47,9% av total volym 2019 till 48,5% år 2020.

LÄS MER SID 41

ESG nyckeltal

Förbättrad klimateffektivitet, och fortsatt minskad miljöpåverkan.

LÄS MER SID 8

VÄRDESKAPANDE VARUMÄRKEN

We Love Brands! Vi älskar att arbeta med varumärken och vi brinner för att skapa positiva vinupplevelser för våra kunder.

LÄS MER SID 16-17



Innehåll

Viva Wine Group i korthet	3
Innehållsförteckning	5
Finansiella nyckeltal	6
ESG nyckeltal	8
VD ord	10
Detta är Viva Wine Group	12
Viva Wine Group strategi	14
Värdeskapande varumärken	16
Våra marknadssegment	
Sverige	18
Norden	20
E-handel	22
Styrning, riktlinjer och risker	24
Styrelse	26
Ledning	27

Vårt hållbarhetsarbete	28
Hållbarhetschefens ord	29
Principer och ramverk	30
Intressentdialog/analys	31
Hållbarhetsstrategi	32
Jämställd arbetsplats	34
Hållbar produktion	36
Hållbart lokalsamhälle	38
Hållbar odling	40
Hållbara transporter/förpackningar	42
Klimatkompensation/sociala projekt	44
Ansvarsfull konsumtion	46

Detta dokument utgör en översiktlig sammanfattning av Viva Wine Groups verksamhet och hållbarhetsarbete. För ytterligare detaljer, fullständig finansiell information, GRI-index och revisorsutlåtanden vänligen se Viva Wine Groups Års- och Hållbarhetsredovisning 2020, tillgänglig på www.vivagroup.se/rapporter



Finansiella nyckeltal

FÖRSÄLJNING

År 2020 ökade Viva Wine Groups totalförsäljning med 19,9% till 68 miljoner liter. Nettoomsättning på koncernnivå ökade med 21,9% till 2 845,2 miljoner SEK. Nettoomsättningstillväxt drevs av marknadssegmenten Sverige och Norden samt VIVA eCOM. Sverige stod för 81,6% av totalen avseende omsättning. Störst procentuell ökning skedde i VIVA eCOM, vårt bolag för europeisk e-handel. Utöver dessa marknadssegment hade vi också försäljningsökningar i Storbritannien, USA och Kina.

LÖNSAMHET OCH RESULTAT

Under 2020 ökade Viva Wine Group EBITDA till 302,6 miljoner SEK, vilket är 10,6% av nettoomsättningen. Störst lönsamhet uppnåddes på den svenska marknaden men högst tillväxt uppnåddes på den nordiska marknaden samt inom vår europeiska e-handel i VIVA eCOM.

	2020	2019	2018
Försäljning miljoner liter	68,21	56,89	50,45
Omsättning miljoner SEK	2845,2	2334,7	1989,5
Rörelseresultat före avskrivningar, miljoner SEK	302,6	173,5	144,3
Rörelseresultat miljoner SEK	280,8	155,5	137,2
Årets resultat miljoner SEK	217,1	129,9	121,6
Soliditet	28%	20%	20%
Snitt antal anställda	130	118	61

→ 21,9% ökad omsättning!

FINANSIELLA NYCKELTAL



FÖRSÄLJNING

År 2020 ökade Viva Wine Groups totalförsäljning med 19,9% till 68 miljoner liter. Nettoomsättning på koncernnivå ökade med 21,9% till 2845,2 miljoner SEK. Nettoomsättningstillväxt drevs av marknadssegmenten Sverige och Norden samt Viva eCOM.

Omsättning per marknadssegment miljarder SEK (2020)



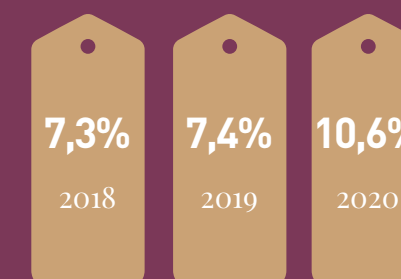
EBITDA per marknadssegment miljoner SEK (2020)



Omsättning miljarder SEK



EBITDA genom omsättning



Soliditet



ESG

nyckeltal

MARKNADSSEGMENT
SVERIGE



	2020	2019	2018
Försäljning miljoner liter	56,37	48,36	45,26
Utsläpp ton CO ₂ eq, direkta utsläpp egen verksamhet (Scope 1)	38,48	32,32	45,52
Utsläpp ton CO ₂ eq, indirekta utsläpp egen verksamhet (Scope 2*)	5,38	5,36	4,34
Utsläpp ton CO ₂ eq, indirekta utsläpp egen verksamhet (Scope 2**)	7,11	10,20	10,09
Utsläpp ton CO ₂ eq, indirekta utsläpp leverantörskedja (Scope 3)	19 116	17 106	17 224
Utsläpp kg CO ₂ eq per såld liter	0,34	0,35	0,38
Andel klimatsmart förpackning	72%	70%	69%
Andel eko/etiskt certifierad volym	48,5%	47,2%	40,7%
Andel producenter som bekräftat Amfori BSCI uppförandekod	100%	100%	100%
Personalomsättning	8,6%	3,5%	10,6%
Sjukfrånvaro	2,18%	2,72%	2,96%

* Market Based Approach / ** Location Based Approach



Klimatpåverkan
per liter

0.34
kg CO₂/liter

2020



Återvinningsgrad glas

93%

blir nya flaskor

HÅLLBAR ARBETSPLATS

Vi är ett expansivt, innovationsdrivet och snabbfotat företag med högt ställda mål för jämställdhet och mångfald. Våra medarbetare är vår viktigaste resurs och vi tror att medarbetare med olika bakgrunder, intressen och personligheter bidrar till en innovativ och utvecklingsbejakande verksamhet. Vår framgång har lett till att vi varje år kunnat rekrytera fler medarbetare.

HÅLLBAR ODLING OCH PRODUKTION

Vi ser goda arbetsvillkor i odling och produktion som en självklarhet och kräver efterlevnad av Amfori BSCIs uppförandekod hos alla producenter och vingårdar. Vi för en kontinuerlig dialog och genomför regelbundna uppföljningar och platsbesök för att säkra hållbar produktion och ständiga förbättringar.

HÅLLBARA TRANSPORTER OCH FÖRPACKNINGAR

Vi vet att frakt och förpackningar har stor miljöpåverkan och vi strävar ständigt efter att utveckla klimatsmarta lösningar och innovativa projekt. Som medlemmar i Dryckesbranschens Klimatinitiativ har vi redan idag skiftat merparten av våra transporter i Europa till tåg och erbjuder merparten av vårt vin i klimatsmart förpackning.

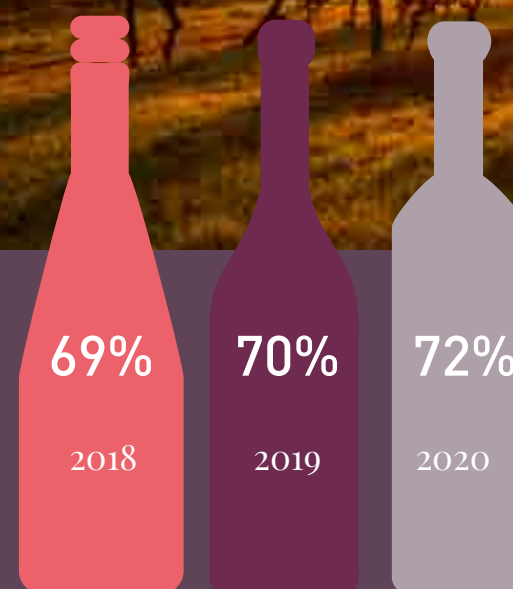
HÅLLBAR PRODUKTPORTFÖLJ

Vi är pionjärer och marknadsledare på ekologiskt och etiskt certifierat vin. Ekologiskt certifierade produkter gynnar biologisk mångfald, minskar påverkan på grundvattnet och säkerställer att vingårdsarbetarna inte blir exponerade för växtgifter i sitt arbete. Etiskt certifierad produkter säkerställer goda arbetsvillkor, gynnsamma handelsvillkor för producent och bidrar till viktiga samhällsinvesteringar i utsatta lokalsamhällen.

HÅLLBAR KONSUMTION

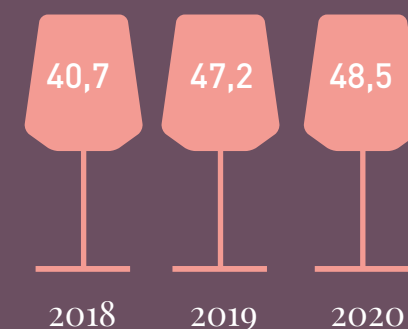
Vi värnar måttfull och ansvarsfull marknadsföring, försäljning och konsumtion då vi är medvetna om att alkohol konsumerat på felaktigt sätt kan skapa problem, både för individer, närstående och samhället i stort.

ESG
NYCKELTAL



Andel volym i klimatsmart
förpackning

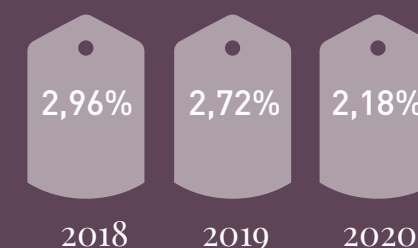
Andel eko och/eller etiskt
certifierat vin av total volym vin



	2018	2019	2020
Klimatpåverkan per liter totalt	0,38 kg CO ₂	0,35 kg CO ₂	0,34 kg CO ₂
Klimatpåverkan per liter från transport	0,15 kg CO ₂	0,12 kg CO ₂	0,12 kg CO ₂
klimatpåverkan per liter från förpackning	0,25 kg CO ₂	0,23 kg CO ₂	0,22 kg CO ₂

100% Klimatkompenserade
transporter

Sammanlagd
sjukfrånvaro i relation till
totalt arbetade timmar



VISION

Vi vill skapa en hållbar och stabil tillväxt på den internationella vinmarknaden genom en dynamisk plattform för entreprenörskap, hållbarhet och innovation.

Emil Sallnäs, VD

VD HAR ORDET

Ett omvälvande år med starkt resultat

2020 var för Viva Wine Group som för större delen av världen ett år som inte var likt något annat. Den globala pandemin ändrade allas vardag, satte stor press på ekonomin och ställde vår affär inför tuffa utmaningar.

SNABB OMSTÄLLNING

Våra medarbetare, leverantörer och kunder har under dessa svåra omständigheter snabbt ställt om och anpassat sättet som vi jobbar på och tillsammans har vi gått ur 2020 med det bästa resultatet vi någonsin visat. Omsättningen för gruppen nådde 2,84 miljarder och EBITDA ökade till 302 miljoner SEK. Våra marknadsandelar på de statliga detaljhandelsmonopolen i Sverige, Finland och Norge växte samtidigt till rekordnivåer vilket visar att vi fortsätter att leverera tillväxt långt över marknadssnittet.

UTÖKAD SATSNING PÅ EUROPEISK E-HANDEL

Vi har sedan flera år sett stora möjligheter inom internationell e-handel med vin som ett komplement till vår nordiska affär. I Tyskland har vårt e-handelsbolag Wine-in-Black under året ökat sin omsättning med 49% till 126 miljoner SEK. Under hösten 2020 förvärvades Vinexus Group som nu tillsammans med Wine-in-Black bildat VIVA eCOM GROUP med försäljning i Tyskland, Schweiz, Österrike, Frankrike, Belgien, Nederländerna och Danmark.

FORTSATTA FRAMSTEG INOM HÅLLBARHET

Vår hållbarhetsprestanda fortsatte att förbättras under 2020 framförallt inom våra satsningar på en hållbar leverantörskedja, en hållbar transportkedja och ett hållbart kund- och konsumenterbjudande. 2020 är tredje året vi publicerar en hållbarhetsrapport, och i år är den även integrerad med årsredovisningen, utförd i enlighet med GRI samt externt bestyrkt. Det innebär att vi fortsatt levererar på vårt löfte att uppnå det ambitiösaste hållbarhetsarbetet inom vår bransch.

Emil Sallnäs
VD Viva Wine Group

”

Vårt framgångsrika 2020 kan tillskrivas våra medarbetare, spridda i sju länder och på tre kontinenter, som tillsammans med våra producenter och kunder bidragit till en växande, agil och hållbar affär. Ett stort tack från mig och övriga i ledningen!

Vi är en samling entreprenörsdrivna bolag som älskar dryck, mat och sociala sammanhang. Vi är måna om hur våra produkter tillverkas och är särskilt stolta över våra satsningar på hållbarhet. Vi erbjuder prisvärda kvalitetsviner från hela världen till försäljning i Sverige, Norden, Europa, Storbritannien, USA och Kina.

Detta är Viva Wine Group

VÄRLDSOMSPÄNNANDE NÄRVARO

Vi är Sveriges största vingrupp och verksamma på flera marknader i världen. Vår bas är Sverige och Norden, men vi växer snabbt internationellt. Vi är tillsammans med våra partners engagerade i alla led av värdekedjan. Allt från odling, produktion, transport, marknadsföring och försäljning. Tillsammans skapar vi värde!

ATTRAKTIVT ERBJUDANDE

Vi erbjuder vin och spritdrycker från hela världen och har ett av marknadens bredaste utbud. I vårt sortiment av egna och andras varumärken finns en mängd populära producenter och viner med olika ursprung och stilar. Vi har allt från bordsviner till högkvalitativa prestigemärken och är marknadsledande på ekologiskt producerat och Fairtrade-märkt vin. Välkommen till vår vinvärld!

PRISVÄRD KVALITET

Vi erbjuder varumärken av högsta kvalitet från jordens alla hörn. Kvalitet i varje del av tillverkningen är central för oss. Från odling, till produktion och tappning. Oavsett prisklass ska allt ske med respekt för människa och miljö. Vi vill att du ska njuta av din favoritdryck med gott samvete!

HÅLLBAR TILLVÄXT

Vi fokuserar på affärsutveckling och tillväxt med snabba steg från idé till handling. Vår starka lokala förankring, vårt helhetsgrepp på värdekedjan och globala räckvidd ger oss en unik position på marknaden. För oss är det självklart att verka för en hållbar utveckling. Hållbarhet är avgörande för vår planet, jordbruket och vår verksamhets framtid. Vi är övertygade om att omsorg om människor och miljö också gynnar affärerna, särskilt på sikt!

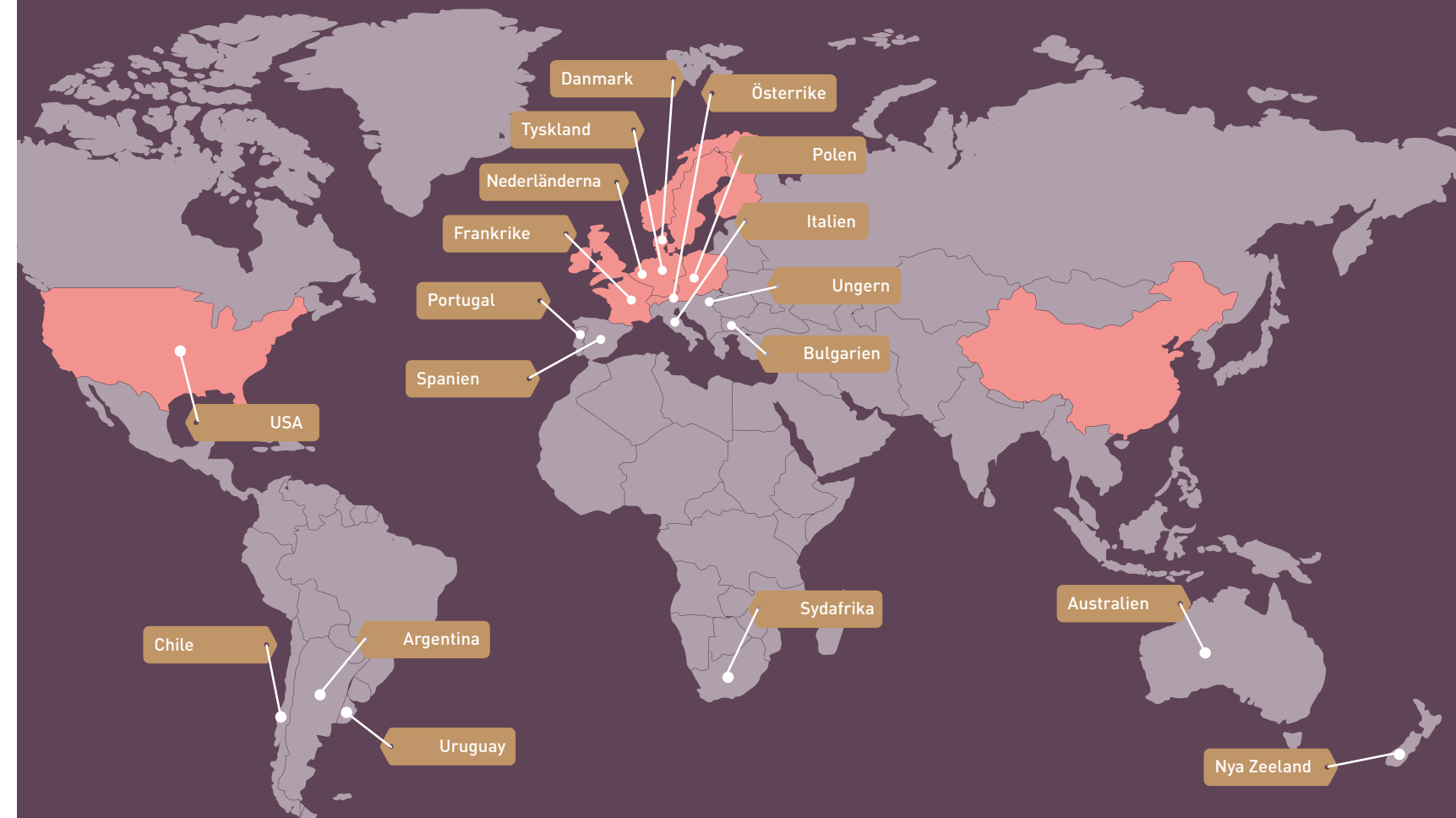
STARK LOKAL FÖRANKRING

Vi har stark lokal förankring i Norden och är största leverantör av vin på den svenska marknaden. I Sverige drivs vår verksamhet genom bolagen Giertz Vinimport, Wine Team Global, Chris Wine & Spirits, Iconic Wines, Winemarket och Tryffelsvinet. I Finland drivs vår verksamhet genom Cisa Group, som blivit Finlands näst största importör av vin. I Norge representeras vi av Norwegian Beverage Group.

INTERNATIONELL EXPANSION

Vi har inlett internationell expansion med verksamhet i övriga Europa. Främst genom VIVA eCOM med fokus på e-handel och hemleverans av vin i Tyskland, Nederländerna, Belgien, Danmark, Österrike, Schweiz och Frankrike. Vi har också försäljning i Storbritannien, USA och Kina.

→ *Vi är stolta pionjärer på ekologiskt och etiskt!*



VIVA WINE GROUP

Vägledande principer

PASSION OCH PÅLITLIGHET

Vi känner djup respekt för hantverket som krävs för att tillverka vin och sprit och jobbar hårt för att ständigt överträffa våra konsumenters förväntningar. Samma passion och engagemang söker vi hos våra producenter. Vi investerar i våra producenter och bygger långa, djupa samarbeten. Istället för att jaga det billigaste priset, utvecklar vi tillsammans den bästa drycken!

VÄRDERINGSSTYRT ENTREPRENÖRSKAP

Viva Wine Groups bolag har alla startat med små resurser men med höga ambitioner och mycket driv. Fokus är på affärsutveckling och tillväxt med snabba steg från idé till handling. Möjligheter fångas i farten men etik

och ansvar utgör den kompass som vägleder våra beslut. Särskilt glada blir vi då affärsmöjligheter utvecklats ur efterfrågan på hållbara alternativ. Eller hjälper till att lösa samhällsutmaningar och behov lokalt. Vi är stolta pionjärer på ekologiskt och etiskt!

KONKURRENS OCH SAMARBETE

Viva Wine Groups bolag är alla sina egna och tävlar ständigt med varandra i att utveckla producenter och produkter. Däremot sker samarbete kring logistik, HR och hållbarhet. På detta sätt sporras innovation samtidigt som resurser optimeras och skalfördelar uppnås. Med lägre kostnader i frakt och administration kan vi öka investeringen i produkterna och erbjuda bättre produkter till konsument. Mer kvalitet för pengarna!

• *Våra försäljningsmarknader*

• *Våra dryckers ursprung*

INNOVATION OCH TRADITION

Våra varumärken inkluderar allt från prisade konsumentfavoriter till erkända prestigemärken. Vi säljer både egna varumärken och varumärken från partnerproducenter. Vi erbjuder rött, vitt, rosé och olika typer av mousserande viner. Utöver det har vi också starkvin, likörer och konjak i portföljen.

ÄGARDRIVET OCH INKLUDERANDE

Viva Wine Groups bolag är alla ägardrivna med engagerade och närvarande delägare som ger sitt yttersta för verksamheten. Vi jobbar nära varandra, hjälps åt och utvecklas tillsammans. Varje medarbetare är betydelsefull och allas insats gör skillnad. Vår framgång är delad framgång!

Vi bygger vår tillväxt på fem areas of excellence. →

Skalfördelar uppnås genom vår gemensamma plattform för hållbarhet, konsumentinsikt, produktutveckling, logistik och finans.



”

Vi skapar tillväxt genom en dynamisk plattform för entreprenörskap, hållbarhet och innovation

EMIL SALLNÄS
VD Viva Wine Group



HÅLLBARHET, ENTREPRENÖRSKAP OCH AGILT LEDARSKAP

Viva Wine Group strategi

Viva Wine Group är byggt på entreprenörskap. 2020 var vi cirka 20 entreprenörer i 7 olika länder som tillsammans driver vår affär. Viva Wine Group tillhandahåller en plattform där vi gemensamt driver vårt hållbarhetsarbete, delar know-how och konsumentinsikter. Tillsammans med lokalt entreprenörskap skapar vi värde och tillväxt genom innovation och produktutveckling.

TILLVÄXT & INNOVATION

Viva Wine Groups tillväxt kommer från organisk tillväxt samt förvärv.

Organisk tillväxt uppnås genom att stötta dotterbolaget med koncern-övergripande system och effektiviseringar i logistik och varuförsörjning. Samtidigt ges dotterbolagen frihet att i sund konkurrens kontinuerligt utveckla sitt erbjudande. Vi kompletterar med vassa förvärv som kan spetsa till eller stärka både helheten och delarna.

HÅLLBARHET

Vi är ledande inom hållbarhet och hänsyn till miljö och människor är en integrerad del av vår affär och motor i vår organiska tillväxt. Ekologiska viner står för nästan 40% av vår omsättning

i Sverige och vi är den största leverantören av etiskt märkta viner på den nordiska marknaden. Vårt arbete med hållbarhet har alltid drivit och kommer att fortsätta driva en stor del av vårt värdeskapande.

AGILT LEDARSKAP

Agilt ledarskap innebär för oss ständig rörelse där vi tidigt uppfattar och anpassar oss till omvärldsförändringar. Vårt agila ledarskap är katalysatorn i vår tillväxtresa. Genom decentraliserat ledarskap, tydlig värdegrund och en kollektiv affärsintelligens är vi en av de mest dynamiska aktörerna inom vår bransch.

VISION

Vi vill skapa en hållbar och stabil tillväxt på den internationella vinmarknaden genom en dynamisk plattform för entreprenörskap, hållbarhet och innovation.

Emil Sallnäs, VD



”
Vi tillhand-
håller unika
vinupplevelser
till medvetna
vinälskare

LOUISE BERGDAL
v&D Tryffelsvinet

Värdeskapande varumärken

We Love Brands! Vi älskar att arbeta med varumärken och vi brinner för att skapa positiva vinupplevelser för våra kunder. Oavsett vilket ursprung varumärket har och oavsett hur det har hamnat i vår portfölj så ger vi dem lika mycket passionerat fokus.



Vi är stolta representanter för några av vinvärldens bästa vinproducenter och har även utvecklat ett flertal mycket uppskattade egna varumärken. Nöjda konsumenter är vår främsta drivkraft varför vi ser det som viktigt att erbjuda ett attraktivt utbud med både djup och spets för att vara aktuella för konsument oavsett tillfälle.

EN VINVÄRLD I FÖRÄNDRING

Vinmarknaden är stor och antalet produkter som finns tillgängliga för en genomsnittskonsument i dag är större än någonsin tidigare. Och det växer! Vi ser väldigt positivt på att mångfalden av produkter växer, men för många konsumenter skapar det också ett svårnavigerat hav av valmöjligheter som inte alltid förenklar köppupplevelsen.

För oss innebär varumärken en oersättlig möjlighet att kommunicera med kunden samt hjälpa kunden att hitta rätt produkt oavsett tillfälle och engagemang.

TRENDKÄNSLA OCH KONSUMENTINSIKT

Trender förändras ständigt och därmed också kunders preferenser. För oss skapar det en spännande utmaning att följa dessa trender och aktivt arbeta med att hålla våra varumärken relevanta för våra kunder. Är inte varumärkena relevanta för kunden så blir det också svårare för oss att hjälpa kunden i sina val, och skapa den positiva upplevelse vi eftersträvar att våra kunder ska uppleva. Vi har lång erfarenhet av att arbeta med konsumentinsikt i flera olika

marknader. Genom att både noggrant följa försäljningsutveckling och direkt konsumentfeedback via våra sociala medieplattformar och kundklubbar så får vi en unik bild av hur kunderna upplever våra varumärken och produkter.

SAMARBETE OCH MARKNADSKÄNNEDOM

Vårt nära samarbete med alla fantastiska producenter, vår marknadskännedom och konsumentinsikt ger oss en konkurrenskraftig fördel i arbetet med att ständigt hålla våra varumärken relevanta och tillgängliga för konsumenterna. Det ger oss möjlighet att leda utvecklingen och ständigt leverera positiva upplevelser till konsumenterna.



Vi bygger starka varumärken
som förmedlar värde och
kvalitet till konsumenten

JOHN WISTEDT
VD, Wine Team Global



48,5%

Ekologiskt
/ Etiskt

VÅRA DRYCKER

rött

vitt

rosé

mousserande

starkvin

likörer

konjak

Kreativ miljö för utveckling

INNOVATION OCH INSPIRATION

Innovation har alltid varit en central del av vår affär. Vår decentraliserade företagsstruktur ger möjlighet till en kreativ miljö där innovation och entreprenörsanda genomsyrar produktarbetet. Det skapar förutsättningar för att snabbt följa nya trender och hitta nya sätt att öka våra kunders nöjdhet. Våra varumärken, egna eller från partners, skapar en effektiv kommunikationsplattform för att kombinera innovation med trygghet och därmed minska kundernas osäkerhet inför att prova nya vinstilar.

DIGITALISERING OCH DATA

Den snabba digitaliseringen av vårt samhälle ställer krav på hur och var vi kommunicerar med konsumenterna kring våra varumärken. Inte minst i vår E-handel kräver det att vi ständigt ligger i framkant om hur vi bäst kommunicerar i en digital omvärld. Våra egna kundklubbar och stora kunskap på detta område är en starkt bidragande faktor till våra varumärkesframgångar de senaste åren.

MEDVETNA KONSUMENTER

Hållbarhetsarbetet genomlyser allt vi gör, inte minst i arbetet

med varumärken. Många av våra varumärken har fokus på ekologisk produktion och vi ser att kunder uppskattar att snabbt kunna göra ett ekologiskt val genom att välja något av våra varumärken. Förutom ekologisk odling så satsar vi på klimatsmarta förpackningar och effektiva transporter, minskad vattenförbrukning samt goda arbets- och handelsvillkor. Allt detta bidrar till en positiv syn på våra varumärken. Vår framgång skapas av medvetna konsumenters efterfrågan och ett långsiktigt och nära samarbete med våra producentpartners världen över. Tillsammans skapar vi förändring!



MARKNADER & SEGMENT

Sverige

Den svenska marknaden är vår viktigaste och största marknad. Viva Wine Group är den ledande leverantören av vin med nästan 25% andel av marknaden och med närmare 11% snitt-tillväxt över de senaste tre åren.

I Sverige säljer vi årligen över femtio miljoner liter vin och kontrollerar den svenska marknaden mest säljande varumärken inom både rött, vitt och mousserande vin.

STABIL LÖNSAMHET

Den svenska marknaden för alkohol är 570 miljoner liter, varav 320 miljoner liter öl, 225 miljoner liter vin och 24 liter sprit. De senaste decennierna har uppvisat en stark och gynnsam tillväxt för vin, där den svenska konsumenten minskat sin konsumtion av vodka och akvavit till förmån för vin, öl och lagrad sprit. Viva Wine Group och dess svenska bolag har vuxit snabbare än marknaden varje år de senaste tio åren och tagit allt större del av marknaden, passerat och distanserat konkurrenterna.

STATLIGT MONOPOL

Den svenska marknaden för alkohol är likt den finska och norska reglerad. Systembolaget är det svenska statliga detaljhandelsmonopolet med ensamrätt på försäljning av alkohol till konsument med styrka över 3,5 volymprocent. Det statliga detaljhandelsmonopolet har tillkommit för att värna folkhälsan och som statligt monopol på EU:s inre marknad får Systembolaget inte diskriminera produkter och producenter utifrån ursprung. Likabehandlingen innebär att enbart de produkter som kan säkerställa bäst kvalitet och stil inom varje prissegment ges plats på hyllan i butik. Övriga produkter ges tillträde i beställningssortimentet vilka levereras till butik eller hem till konsumenten om denne så önskar.

VOLYMER OCH VÄRDE

Vi hade under 2020 totalt 286 listningar i fast sortiment och 439 listningar i beställningssortimentet. Utöver det hade vi 179 tillfälliga listningar, företrädesvis premiumprodukter i mindre volymer. Totalt sålde vi 56,37 miljoner liter under 2020, till ett värde om 2,31 miljarder SEK, en ökning med 16,6% respektive 20,4% jämfört med 2019.

VIKTIGA FOKUSOMRÅDEN

Vi investerar i utveckling av hållbara varumärken och nya prisvärda kvalitetsprodukter för lansering på Systembolaget och restaurang. Vi fortsätter utveckla vår digitala närvaro, inklusive konsumentsajten vivavinochmat.se, samt höjer våra ambitioner inom hållbarhet.

VIVA WINE GROUP

GIERTZ VINIMPORT

Största importören i gruppen med viner från hela världen. Pionjär på ekologiskt och etiskt samt ledande på italiensk Prosecco.



WINE TEAM GLOBAL

Sveriges största importör av ekologiska viner. Passionerad utvecklare av egna varumärken. Stora på viner från Italien, Frankrike och USA.



CHRIS WINE & SPIRITS

Erfaren importör med kvalitetsviner för konsument och restaurang samt välkända spritvarumärken från United Drinks.



ICONIC WINES

Varierad portfölj med hållbara varumärken i innovativa förpackningar. Flertalet etiska och ekologiskt certifierade.



WINEMARKET NORDIC

Importör som jobbar för långsiktiga hållbara lösningar – från jord till bord. Brett sortiment från vardagsvin till superpremium. Ledande på viner från Sydafrika.



TRYFFELSVINET

Specialiserade på premiumviner, framförallt från gamla världen. Blev en del av Viva Wine Group under 2020.





MARKNADER & SEGMENT

Norden

Den nordiska marknaden, exklusive Sverige, är vår näst viktigaste och största marknad. I Finland drivs vår verksamhet genom Cisa Group, som är på väg att bli Finlands största importör av vin. I Norge representeras vi av vårt intressebolag Norwegian Beverage Group.

MARKNAD MED POTENTIAL

Den finska och norska marknaden för stark alkohol är 208 miljoner liter, varav 9 miljoner liter öl, 157 miljoner liter vin, och 29 miljoner liter sprit. De senaste decennierna har uppvisat en stark och gynnsam tillväxt för vin, där den finska och norska konsumenten minskat sin konsumtion av vodka och akvavit till förmån för vin.

STATLIGA MONOPOL

Den finska och norska marknaden för alkohol är likt den svenska reglerad. Alko och Vinmonopolet är det finska respektive norska statliga detaljhandelsmonopolet med ensamrätt på försäljning av alkohol till konsument med styrka över 5,5 volymprocent i Finland och 4,7 volymprocent i Norge.

FINLAND

Den totala försäljningsvolymen av vin på Alko ligger årligen kring 93 miljoner liter. Vi har genom vårt dotterbolag CISA Group 195 listningar i fast sortiment och 225 listningar i beställningssortimentet. Utöver det hade vi 4 tillfälliga listningar. Totalt sålde vi 8,6 miljoner liter vin under 2020, till ett värde om 34 miljoner EURO, en ökning med 49% respektive 47% jämfört med 2019. Med detta säkrade vi en marknadsandel på 14,5%.

NORGE

Den totala försäljningsvolymen på Vinmonopolet ligger årligen kring 115 miljoner liter. Vi har genom vårt intressebolag Norwegian Beverage Group 40 listningar i fast sortiment och 155 listningar i beställningssortimentet.

Utöver det hade vi 47 tillfälliga listningar. Totalt sålde vi 2,8 miljoner liter under 2020, till ett värde om 170 miljoner NOK, en ökning med 43% respektive 66% jämfört med 2019.

VIKTIGA FOKUSOMRÅDEN

På den finska respektive norska marknaden har vi fokus på innovation och utveckling av varumärken och nya prisvärda kvalitetsprodukter för lansering på ALKO, respektive Vinmonopolet och restaurang. I Finland står CISA Group för nära hälften av den totala omsättningen som genereras från nylanserade artiklar i beställningssortimentet på ALKO.

VIVA
WINE GROUP

CISA

CISA GROUP

Cisa Group är en av de snabbast växande alkoholimportörerna i Finland och tävlar om första plats bland finska vinimportörer. Cisa Group äger en av Finlands största vin- och matklubbar med över tvåhundra tusen medlemmar.

NORWEGIAN BEVERAGE GROUP

NORWEGIAN BEVERAGE GROUP

Norwegian Beverage Group importerar vin, öl och sprit från hela världen till Norge med försäljning både till Vinmonopolet, hotell och restaurang.



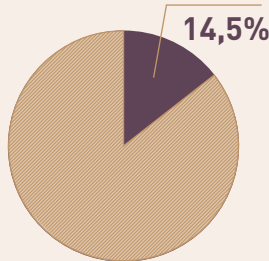
Vår unika vin- och matklubb och attraktiva produktlanseringar är nyckeln till vår framgång.

RISTO SUOMIO
VD Cisa Group Oy

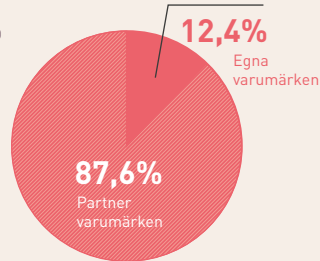
	2020	2019	2018
Försäljning miljoner liter	8,63	5,79	4,14
Omsättning SEK	352,8	241,9	178,0
Rörelseresultat före avskrivningar, miljoner SEK	47,1	24,0	15,5
Snitt antal anställda	12	11	11

Tabell och infografik sid 20-21 visar enbart den finska verksamheten då verksamheten i Norge drevs genom ett intresseföretag under 2020.

Viva Wine Groups andel av total försäljning vin på ALKO



Viva Wine Groups andel egna varumärken och partnervarumärken





Vår vision är att bli en av de ledande digitala vinhandlarna i Europa.

CHRISTIAN FRICKE
VD Viva eCOM Group



MARKNADER & SEGMENT

E-handel

EXPANSIV E-HANDEL

Vi har inlett internationell expansion med fokus på e-handel och hemleverans av vin. 2020 markerade en milstolpe för denna satsning: Ökad konsument-efterfrågan och ökad organisk tillväxt av vårt e-handelsföretag Wine in Black, förvärvet av 'Vinexus Group' och bildandet av VIVA eCOM GROUP med verksamhet i Tyskland, Frankrike, Nederländerna, Danmark, Österrike och Schweiz.

WINE IN BLACK

Wine in Black grundades i Berlin 2011 som en online-butik för premiumvin. Wine in Black har finansierats av några av Europas mest kända riskkapitalister, inklusive Project A Ventures och Otto Groups e.ventures, och har blivit den ledande upptäcktsplattformen för premiumvin på fem europeiska marknader. I början av 2019 förvärvade Viva Wine Group 100% av aktierna för att ytterligare utveckla företaget tillsammans med Wine i Blacks kompetenta team, kärnvärden och styrkor.

NÖJDA NYFIKNA KONSUMENTER

Wine in Blacks kunder är nyfikna och letar efter nya vinupptäckter och inspiration. Ett globalt nätverk av agenter och leverantörer hjälper Wine in Black att presentera "ett nytt vin" varje dag. Sortimentet varierar från okända druvsorter vinifierade av unga och lovande vinmakare till erkända, prestigevarumärken som vinentusiaster alltid har drömt om att ha i glaset.

ACCELERERANDE TILLVÄXT

År 2020 uppvisade Wine in Black stark tillväxt, dels på grund av konsumenternas accelererande skifte

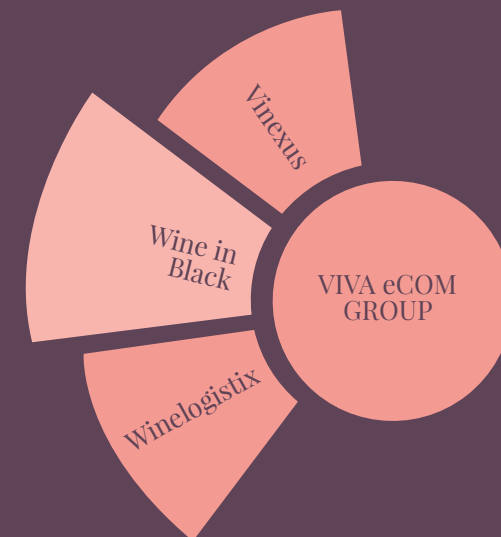
till e-handel som följd av pandemin, dels på grund av lansering av nya spännande viner, konkurrenskraftiga priser och oöverträffad service. Antalet förstagångsköpare ökade med 84% år 2020 jämfört med 2019. På grund av införandet av ett nytt vin varje dag, samt sofistikerade och datadrivna CRM-processer, säkrar Wine in Black mer än 80% av sina intäkter från återkommande kunder. Ökningen av nya kunder kommer att omvandlas till en högre bas av återkommande kunder under de kommande månaderna och åren.

EUROPEISK ETABLERING

För att ytterligare öka vårt fotavtryck på den europeiska e-handelsmarknaden grundades VIVA eCOM GROUP, samtidigt som Vinexus, baserat i Butzbach, utanför Frankfurt, förvärvades. Vinexus Group omfattar ytterligare två B2C-varumärken med Vinexus och Shiraz & Co, samt ett eget logistikcenter för lager och distribution av egna och andras varumärken.

VIVA ECOM GROUP

VIVA eCOM GROUPs vision är att bygga en av de ledande B2C- och B2B-digitala vinhandlarna i Europa. Gruppen kommer att tillhandahålla digital spjutspetsteknologi, processer och sourcingfunktioner för att förstärka tillväxten av flertal B2C-varumärken, som alla har potential att bli marknadsledande inom sitt specifika segment. Under de kommande åren förväntar sig VIVA eCOM Group tvåsiffriga tillväxttal och kommer att fokusera på den organiska expansionen av sina varumärken, ytterligare marginalökningar och tilläggsinvesteringar genom förvärv.



MILSTOLPAR

Wine in Black grundades

2008

Viva Wine Group förvärv

2019

Tillväxt E-handel

49%

Ökning första-gångsköpare

84%

Andel återkommande kunder

80%



”
God styrning och kontroll minskar risker och säkrar värde i växande verksamhet.
LINN GÄFVERT
CFO Viva Wine Group

Riskområde	Risikfaktorer	Betydelsefulla risker	Riskhantering
Strategiska risker Branschspecifika risker som kan utgöra hinder från att förverkliga vision och uppnå satta mål	Politiska och regulatoriska faktorer	Höjda punktskatter och förändrade regler för tillgänglighet och marknadsföring	Dialog och bransch-samarbeten genom relevanta industri-föreningar
Finansiella risker Risker kopplade till ränta, likviditet, krediter och valutor	Makroekonomiska faktorer	Valutaförändringar	Valutasäkringar
Operativa risker Risker relaterade till effektiv hantering av resurser som interna processer, system och anställda	Organisatoriska faktorer	Duplicerad och ineffektiv styrning	Bibehållen lokal styrning och entreprenörskap inom koncern-gemensam ram
Regelefterlevnadsrisker Risk för ekonomiska och juridiska påföljder kopplat till egen och andras efterlevnad av lagar och regler	Legala faktorer	Varumärkesintrång	Varumärkesskydd
Säkerhetsrisker Risker kopplade till odling, produktion och färdig produkt	Kvalitetsfaktorer	Produktsäkerhet	Kvalitetskontroller hos producent, importör och återförsäljare

Styrning, riktlinjer och risker

God styrning, tydliga riktlinjer och hög riskmedvetenhet stärker och skyddar vår expansiva verksamhet.

RISKER OCH RISKHANTERING

Viva Wine Groups riskhantering syftar till att stödja förverkligande av gruppens strategi, kontinuitet, riskidentifiering och medel för att minska sannolikheten och effekterna av interna och externa risker. Viva Wine Groups riskarbete sker i enlighet med COSO-ramverket. Koncernens policy för riskhantering har godkänts av Viva Wine Groups styrelse.

RISKPOLICY

Riskhanteringspolicyn beskriver mål, principer och ansvar för Viva Wine Groups riskhantering och rapportering. Riskerna hanteras av relevant affärs- och verksamhetsområde och utvärderas årligen av koncernens ledningsgrupp. Resultatet följs upp av styrelsen.

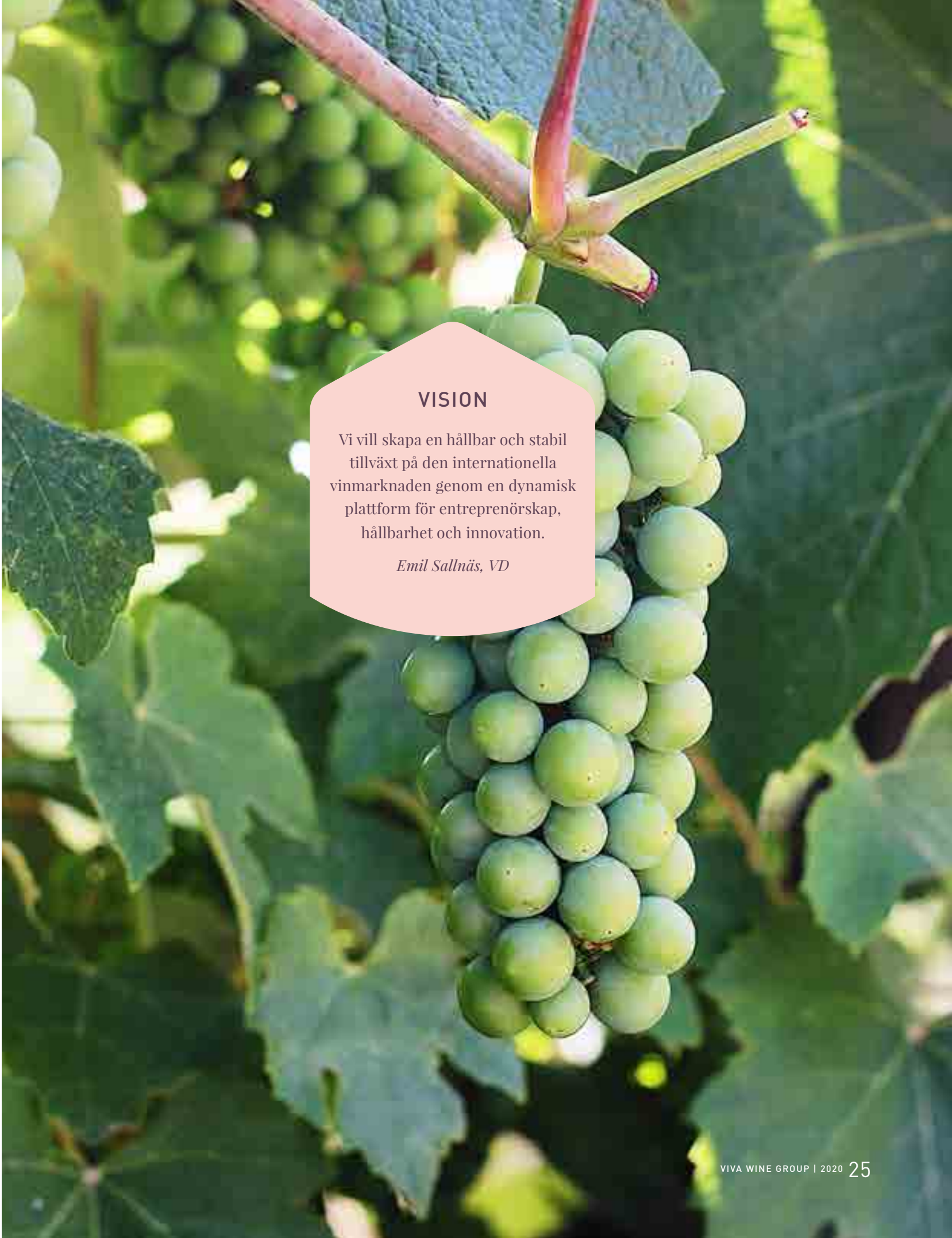
RISKKATEGORIER

Vi kategoriserar riskerna i fyra allmänna klasser: strategiska risker, operativa risker, finansiella risker, och efterlevnadsrisker. Vi inkluderar även en branschspecifik riskklass: Säkerhetsrisker. Ledning och styrelse bedömer dessa centrala risker och åtgärder som syftar till att minska sannolikheten för deras inträffande varje år. Riskerna utvärderas utifrån sannolikhet att inträffa och konsekvenser av deras eventuella inträffande. Relevant tidsperiod vid bedömning är 3-5 års sikt.

BETYDELSEFULLA RISKER

Våra främsta risker är kopplade till politiska, regulatoriska och makroekonomiska faktorer.

Alkoholmarknaden, inte minst i Sverige och Norden, är hårt reglerad och beskattad. Förutsägbarhet, likvärdighet och enhetlighet i regleringar och beskattningar är en förutsättning för jämna spelregler och välfungerande marknad. Som vid all internationell handel finns även en påtaglig valutarisk. Det finns även betydande säsongsvariationer i konsumtion av alkoholhaltiga drycker som påverkar Viva Wine Group nettoomsättning och kassaflöde under året. Merparten av intäkterna genereras under andra, tredje och fjärde kvartalet. Mellan åren kan det framförallt uppstå skillnader mellan första och andra kvartalet beroende på om påsken infaller i mars (kvartal 1) eller april (kvartal 2).



VISION

Vi vill skapa en hållbar och stabil tillväxt på den internationella vinmarknaden genom en dynamisk plattform för entreprenörskap, hållbarhet och innovation.

Emil Sallnäs, VD



BOLAGSSTYRNING

Koncernbolagets styrning utgår från aktieägarnas beslut på den årliga bolagsstämman vilket förvaltas av styrelsen som i sin tur delegerar det operativa ansvaret till VD och ledningsgrupp.

KONCERNSTRUKTUR

Viva Wine Group är koncernens namn med moderbolaget Viva Wine Group AB. Verksamheten i Sverige bedrivs genom Giertz Vinimport AB, Wine Team Global AB, Chris Wine & Spirits AB, Iconic Wines AB, Winemarket Nordic AB och Tryffelsvinet AB. I Finland bedrivs verksamheten genom Cisa Group OY och i Norge genom Norwegian Beverage Group AS. Utanför Norden bedrivs e-handel genom Viva eCOM som äger Wine in Black, Vinexus och Winelogistix. Dessutom sker försäljning till bland annat Storbritannien genom Larex AB, USA genom Vinimundi Wines Inc och i Kina genom Viva Global China.

STYRELSEN

Styrelsen ansvarar för koncernens styrning och resultat samt säkerställer lämplig ledning av dess verksamhet. Styrelsen godkänner koncernens strategi, finansiella mål, budget, större investeringar och principer för riskhantering. Styrelsen utser och säger upp företagets VD. Styrelsens sammansättning speglar målsättningen om en skicklig, kompetent, erfaren och effektiv styrelse.

Styrelsen består av sju medlemmar, två kvinnor och fem män. Styrelsen har bedömt att fyra styrelseledamöter är oberoende av företaget. Dessa fyra är också oberoende av företagets större aktieägare.

Anders Moberg

Position: Styrelseordförande

Invald: 2021

Född: 1950

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Handelsgymnasium

Övriga uppdrag: Styrelseordförande Byggmax Group AB samt ITAB AB, Styrelseledamot Bergendahl Food AB, Bergendahl & Son AB, Zetadisplay AB Boconcept A/S, INGKA Foundation, IMAS Foundation, IKEA Foundation.

Tidigare uppdrag: Tidigare koncernchef för IKEA Gruppen, Vvd Homedepot, VD för Ahold och därefter VD för Majid AL Futtain gruppen i Dubai.

Oberoende: Ja, i förhållande till ägare, bolaget och ledningen.



Anne Thorstvedt Sjöberg

Position: Styrelseledamot, ledamot i Ersättningsutskottet

Invald: 2021

Född: 1965

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom, Handelshögskolan Göteborgs Universitet

Övriga uppdrag: Global Vice President Marknadsföring, Insights & Analytics, Electrolux. Styrelseledamot Clas Ohlson.

Tidigare uppdrag: Ledande internationella befattningar inom Marknadsföring, Konsument & Analys, Strategi, Organisationsutveckling på Mondelez International, Kraft Foods, Procter & Gamble.

Oberoende: Ja, i förhållande till ägare, bolaget och ledningen.



Mikael Aru

Position: Styrelseledamot, ledamot i Revisionsutskottet

Invald: 2021

Född: 1953

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Ekonomie kandidatexamen, Linköpings Universitet

Övriga uppdrag: Styrelseordförande i AB Axel Granlund, Styrelseledamot Cloetta AB, AB Stenströms Skjortfabrik, Bröderna Börjesson Bil AB, Dr Per Håkansson's Stiftelse och Gorthon Stiftelsen.

Tidigare uppdrag: VD för Procordia Food i Sverige, samt ledande befattningar inom Kraft Foods och Nestlé.

Oberoende: Ja, i förhållande till ägare, bolaget och ledningen.



John Wistedt

Position: Styrelseledamot

Invald: 2018

Född: 1980

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom Uppsala Universitet och Master International Wine & Spirits Burgundy Business School. Executive Education, Harvard Business School

Övriga uppdrag: VD Wine Team Global AB, Suppleant Sveriges Vin och Spritleverantörers Förening.

Oberoende: Nej, företrädar majoritetsägare, bolaget och ledningen.



Helen Fasth Gillstedt

Position: Styrelseledamot, ordförande i Revisionsutskottet

Invald: 2021

Född: 1962

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom, Handelshögskolan i Stockholm, samt studier vid SU/ Stockholm Resilience Center

Övriga uppdrag: Styrelseledamot Storytel AB, Munters Group AB, PowerCell AB, Handelsbanken Fonder AB samt deras representant i valberedningar.

Tidigare uppdrag: Styrelseledamot Samhall AB, Humana AB, AcadeMedia AB, Lindorff A/S, Intrum AB

Oberoende: Ja, i förhållande till ägare, bolaget och ledningen.



Emil Sallnäs

Position: Styrelseledamot

Invald: 2018

Född: 1971

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom Uppsala Universitet

Övriga uppdrag: VD Viva Wine Group, styrelseordförande Sveriges Vin och Sprit-leverantörers Förening.

Oberoende: Nej, företrädar majoritetsägare, bolaget och ledningen.



Björn Wittmark

Position: Styrelseledamot

Invald: 2018

Född: 1953

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Bachelor of Applied Science, Canberra University, Australien

Övriga uppdrag: Director Business Development, Viva Wine Group.

Oberoende: Nej, företrädar majoritetsägare, bolaget och ledningen.



VD och ledningsgrupp

Koncernchef och VD ansvarar för koncernens dagliga ledning i linje med styrelsens instruktioner och uppsatta mål. VD säkerställer även efterlevnad av tillämpliga lagar och regleringar. Ledningsgruppen omfattar utöver VD andra ledande befattningshavare som bistår VD i genomförandet av koncernstrategi med ansvar för koncernens affärsverksamhet och operativa ledning.

Emil Sallnäs

Position: VD Viva Wine Group

Född: 1971

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom Uppsala Universitet

Tidigare erfarenhet: VD och Partner Giertz Vinimport, Ledande roller Drink Logistics Partners.



Linn Gäfvert

Position: CFO Viva Wine Group

Född: 1981

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom Ekonomihögskolan samt handelsrätt Lunds Universitet

Tidigare erfarenhet: Head of Business Control Viva Wine Group, Business Control Altia Group, revisor PWC.



Björn Wittmark

Position: Director Business Development Viva Wine Group

Född: 1953

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Bachelor of Applied Science, Canberra University, Australien

Tidigare erfarenhet: Director Business Development och Partner Giertz Vinimport.



Mikael Sundström

Position: Director Sustainability and Corporate Communications

Född: 1978

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom, Handelshögskolan i Stockholm. International Business EM Lyon.

Tidigare erfarenhet: Senior Manager CSR, Sustainability and Public Affairs Pernod Ricard Nordic, Senior Consultant Enact Sustainable Strategies.



John Wistedt

Position: VD Wineteam Global

Född: 1980

Nationalitet: Svensk

Utbildning: Civilekonom Uppsala Universitet och Master

International Wine & Spirits Burgundy Business School. Executive Education, Harvard Business School

Tidigare erfarenhet: Inköpare Systembolaget.





Vårt mål: så låg
miljöpåverkan
som möjligt



HÅLLBARHETSDIREKTÖREN HAR ORDET

Hållbara affärsmodeller ger styrka!

För oss på Viva Wine Group är det självklart att verka för en hållbar utveckling. Hållbarhet är avgörande för vår planet, jordbruket och vår verksamhets framtid. Vi är övertygade om att omsorg om människor och miljö också gynnar affärerna, särskilt på sikt.

Under 2020 präglades världen av Covid-19 pandemin och dess effekter på individer och samhällen. Människoliv gick förlorade, ekonomier stagnerade och livsförutsättningar förändrades. Tydligt i allt detta är att ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet är viktigare än någonsin. Detta år är det bara tio år kvar till världen ska ha uppnått Agenda 2030 och dess 17 mål för en hållbar planet. Trots läget i omvärlden har Viva Wine Group fortsatt göra vår del i att säkra målens uppfyllnad.

EN HÅLLBAR VISION

Vår målsättning är att vara den mest hållbara aktören inom vår bransch och hoppas inspirera konkurrenter och samarbetspartners till att följa vårt exempel. Vi uppnår detta med satsningar på en hållbar leverantörskedja, en hållbar transportkedja och ett hållbart kund- och konsumenterbjudande.

EN HÅLLBAR LEVERANTÖRSKEDJA

Inom Viva Wine Group strävar vi efter högsta möjliga kvalitet, i alla led. Det gäller såväl innehållet i flaskan som val av förpackning och transporter. Hos våra producenter värnar vi goda arbetsvillkor och miljöhänsyn. Vi utbildar, ställer krav och följer upp. Ständigt i dialog och samarbete med lokala och globala organisationer.

EN HÅLLBAR TRANSPORTKEDJA

Våra transporter är klimatneutrala. Det mesta transporteras med båt

och tåg, enbart i undantagsfall används lastbil. Den klimatpåverkan som trots allt uppstår kompenseras genom investeringar i "Solvatten", en världsledande vattenreningslösning för familjer på landsbygden i utvecklingsländer. När man använder Solvattensystemet behöver man inte hugga ner skog för att framställa ved som används för att koka och rena vattnet. Att träden och skogen skyddas ger i sin tur en positiv klimateffekt och minskar ökenspridning.

ETT HÅLLBART ERBJUDANDE

Vårt sortiment spannar över många vinstilar och ursprung. Bland våra producenter finns både nyskapare och trogna traditionalister. Vi säljer både konventionell och ekologisk dryck och är marknadsledande inom ekologiska och etiskt certifierade viner. Dessutom ställer vi krav på våra producenter att följa Amfori BSCIs riktlinjer för goda arbetsvillkor i produktion och odling.

EN HÅLLBAR KONSUMTION

Farhågor fanns under 2020 att lockdowns skulle leda till ökad alkoholproblematik. Försäljningen ökade även på de nordiska statliga försäljningsmonopolen. Men alla undersökningar och rapporter som gjorts har tvärtom visat på jämn eller sjunkande totalkonsumtion. Pandemin har inte lett till ökad konsumtion, däremot minskat införsel, smuggling och köp från okontrollerade kanaler, vilket skyddat sårbara grupper.



”

Vår vision och
målsättning är att
vara den mest
hållbara inom vår
bransch.

MIKAEL SUNDSTRÖM
Hållbarhetsdirektör

ETT HÅLLBART SAMARBETE

Pandemin kom att slå hårt mot våra restaurangkunder och under krisens mest akuta fas hjälptes vi åt med bland annat stöd till lunch och take-away verksamhet.

Vi främjar ansvarsfull konsumtion av våra produkter och unika mötesplatser för socialt samkväm. Vi vill att vår verksamhet ska bidra till en hållbar planet och till människors livskvalitet!

EN HÅLLBAR FRAMGÅNG

Trots utmaningarna fortsatte vår hållbarhetsprestanda att förbättras under 2020. Vi lyckades uppnå och överträffa flertal viktiga mål. Trots redan låg klimatpåverkan lyckades vi öka effektiviteten ytterligare. Vi minskade våra utsläpp med ytterligare 3% per liter på ett år.



Principer & ramverk

Viva Wine Group sammanställer med denna rapport en översiktlig sammanfattning av företagets integrerade års- och hållbarhetsredovisning där hållbarhetsdelen är framtagen i enlighet med GRI (Global Reporting Initiative) Standards på Core-nivå.

SAMMANFATTNING AV ÅRS- OCH HÅLLBARHETSREDOVISNING

Denna sammanfattning inkluderar verksamhetskapitlet och hållbarhetskapitlet från Viva Wine Groups integrerade års- och hållbarhetsredovisning 2020. Sammanfattningen innehåller övergripande samt väsentlig information om den ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan av Viva Wine Groups verksamhet mellan den 1 januari 2020 och den 31 december 2020.

HÅLLBARHET

Hållbarhetsdelen är upprättad i enlighet med kärnalternativet för GRI Standards avseende innehåll och kvalitet. Hållbarhetsdata är avgränsad till den svenska verksamheten och de varor som säljs på den svenska marknaden.

NYCKELTAL

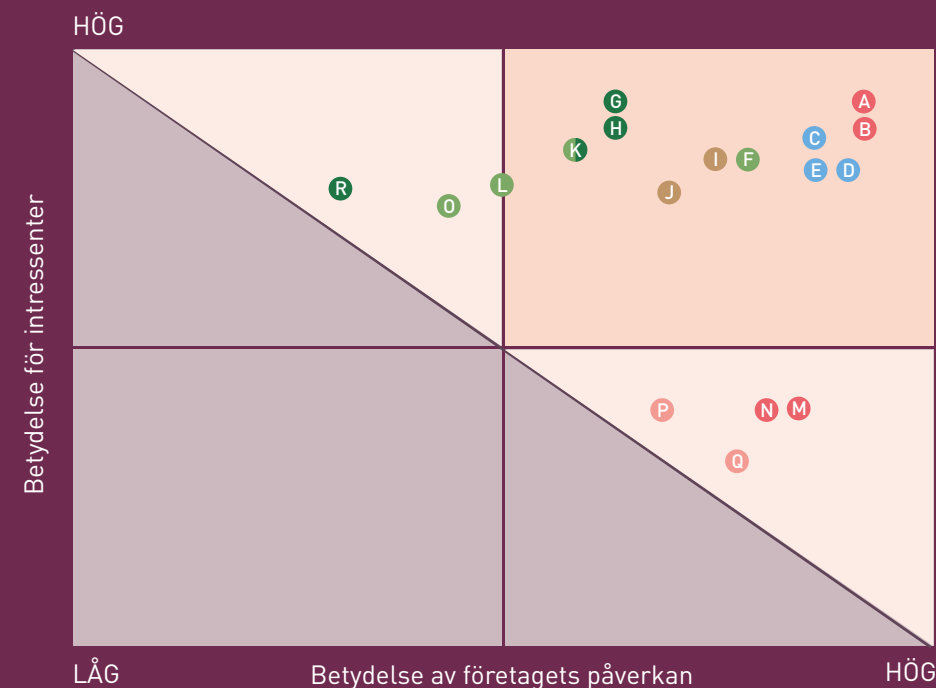
Finansiella nyckeltal avser koncernen i sin helhet. För ytterligare detaljer, fullständig finansiell information, GRI-index och revisorsutlåtanden vänligen se Viva Wine Groups integrerade års- och hållbarhetsredovisning 2020. Den integrerade års- och hållbarhetsredovisningen finns tillgänglig på företagets webbplats. Tidigare år har års- och hållbarhetsredovisning publicerats separat.



Den integrerade års- och hållbarhetsredovisningen finns tillgänglig på vår webbplats.

vivagroup.se

VÄSENTLIGHETSANALYS →



Hållbar arbetsplats

- C Medarbetarnas välmående
- D Jämställdhet och mångfald
- E Affärsetik

Hållbar produktion / lev. kedja

- G Goda arbetsvillkor
- H Mänskliga rättigheter
- K Spårbarhet produktion
- R Levnadslön

Hållbar odling / lev. kedja

- F Ekologisk och etisk certifiering
- K Spårbarhet råvaror
- L Biologisk mångfald
- O Vattenanvändning

Hållbar transport / förpackning

- I Klimatsmarta transporter
- J Klimatsmarta förpackningar

Hållbart lokalsamhälle

- P Investeringar i sociala projekt
- Q Investeringar för vatten, hälsa och klimat

Hållbar konsumtion

- A Produkt- och produktsäkerhet
- B Ansvarsfull marknadsföring
- M Alkoholinformation/märkning
- N Lågalkohol/alkoholfria produkter

INTRESSENTDIALOG

Våra intressenters åsikter är bland våra viktigaste drivkrafter för att prioritera och ytterligare utveckla vår verksamhet och företagsansvar. Vi vill att våra handlingar ska möta och helst överträffa våra intressenters förväntningar samtidigt som de balanseras mot vad som ligger inom vår kontroll och därefter prioriteras utifrån affärsnytta.

Vi genomför regelbundet avstämningar med nyckelintressenter och som del av GRI anpassningen av vår hållbarhetsredovisning 2020 och vår uppdaterade väsentlighetsanalys, har en samlad och systematisk intressentdialog med strukturerade intervjuer genomförts. Intressentdialogen genomfördes av Enact Sustainable Strategies. Intressentdialogens resultat utgör grund för de upplysningar och data som avrapporteras i denna integrerade års- och hållbarhetsredovisning.

VÅRA NYCKELINTRESSENTER

Vi har delat upp våra nyckelintressenter i tio huvudsakliga grupper; Ägare, Anställda, Producenter, Leverantörer, Transportörer, Kunder, Konsument,

Politiker, Beslutsfattare och myndigheter, NGOs, Media.

Vi har regelbunden dialog med alla våra nyckelintressenter, vanligtvis genom utbildningar, workshops, möten, mässor och event, undersökningar, audits och rapporter – såsom denna integrerade års- och hållbarhetsredovisning.

VÄSENTLIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR

Utifrån våra intressenters förväntningar och oro, samt vår verksamhets påverkan och kontroll över påverkan har ett antal övergripande områden samt relaterade hållbarhetsfrågor identifierats som väsentliga. Dessa övergripande områden och frågor utgör fokus för vårt hållbarhetsarbete som vi målsätter, genomför, mäter och rapporterar. Viktigt att påpeka att den stora merparten av vår produktion och odling sker i vår leverantörskedja, och ägs inte av oss. Här har vi som köpare och partner dock möjlighet till påverkan genom våra inköpskrav, inklusive uppförandekod.

- Hållbar arbetsplats med fokus på hälsa, jämställdhet och mångfald.
- Hållbar produktion med fokus på arbetsvillkor och mänskliga rättigheter.

- Hållbar odling med fokus på biologisk mångfald, gödselanvändning och vattenförbrukning.
- Hållbara transporter och förpackningar med fokus på klimat, förpackningsmaterial och återvinningsfrågor.
- Hållbar konsumtion med fokus på ansvarsfull marknadsföring, alkoholinformation och måttfullhet.

ÖVRIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR

Vissa frågor har vid strukturerad dialog med nyckelintressenter sammanvägt inte bedömts vara de mest väsentliga. Vi på Viva Wine Group väljer att arbeta och rapportera även på dessa områden då vi bedömer dem vara av affärsmässig vikt samtidigt som vi har viss möjlighet att indirekt påverka dess utveckling. Vi ser att hållbara lokalsamhällen, inte minst hos producenter i länder med socioekonomiska utmaningar, är viktigt för utveckling och långsiktigt fungerande vinodling. Vi har därför ett kapitel om Hållbara lokalsamhällen med fokus på vårt arbete för rättvis handel och investeringar i sociala projekt för att skapa bättre livsvillkor och framtidsutsikter i utsatta områden.



VÄRDEKEDJA

En hållbar strategi

Att utveckla dryck kräver kunskaper och engagemang från flera aktörer i en komplex värdekedja. Allt från odling, tillverkning, transport, marknadsföring och försäljning. Lyhördhet och långsiktiga relationer, hållbarhet och viljan att hitta ömsesidigt gynnsamma lösningar har visat sig vara ett recept till framgång.

VIKTIGA INTRESSENTER

Våra kunder och konsumenter är tillsammans med våra producenter samt anställda på vinfälten våra viktigaste intressenter. Viktigast bland dem alla är de nordiska detaljhandelsmonopolen, framförallt Systembolaget. Andra viktiga kunder är grossister, hotell och restauranger. Organisationer som KRAV, Fairtrade och Fair for Life är också betydelsefulla då vi satsar stort på ekologisk och etisk produktion.

DIALOG OCH SAMARBETE

Vi kan bidra med mycket på egen hand men mest skillnad gör vi i samarbete med andra. Ju fler vi är som vill uppnå samma sak, och gör gemensamt slag i saken, desto snabbare uppnår vi storskalig förändring till nytta för människa och miljö. Dryckesbranschens Klimatinitiativ är ett exempel på den positiva kraft som skapas när leverantörer och kunder bestämmer sig för att samarbeta.

VÄSENTLIG PÅVERKAN

Att odla, buteljera och frakta vin och dryck har påverkan på miljön. Det handlar om vattenanvändning, biologisk mångfald och klimatpåverkan. Själva konsumtionen kan också vara problematisk. Alkohol konsumerat på fel sätt kan leda till medicinska och sociala problem, både för individer, familjer och samhället i stort. Vi är måna om att informera konsumenter om riskerna och investerar stort i projekt som främjar ansvarstagande och måttfullhet.

STÄNDIGA FÖRBÄTTRINGAR

Viva Wine Groups bolag är alla starkt entreprenörsdrivna där handling är viktigare än ord. Fokus har varit på att lansera projekt och uppnå resultat, framför att kommunicera framgångar. Under 2020 uppnådde och överträffade vi flertal viktiga mål, framförallt kring vår klimatpåverkan. Däremot kom COVID-pandemin och dess reserestriktioner att nästintill omöjliggöra fysiska besök och Amfori-audits hos producenter.

Vi fortsatte våra satsningar inom Dryckesbranschens Klimatinitiativ där vi trots redan låga koldioxidutsläpp lyckades öka effektiviteten ytterligare under 2020. Vår ambition är att med goda exempel inspirera hela branschen till att uppnå Agenda 2030. Om möjligt i förtid.



” Vi har tagit många steg och redan uppnått flera mål. Nu satsar vi på att lyfta både helheten och delarna till nästa nivå. Tillsammans ska vi bli en förebild för hållbar tillväxt.

MIKAEL SUNDSTRÖM
Hållbarhetsdirektör

DE GLOBALA MÅLEN

Vid FNs toppmöte 2015 togs 17 mål fram som pekar ut riktningen för alla medlemsstaters arbete fram till 2030. Företag och organisationer kan också använda dessa mål i sin verksamhet.

Om vi gemensamt ska lyckas skapa ett hållbart samhälle måste dessa mål uppnås. Alla mål är viktiga, men för VIVA gruppens verksamhet är sju mål viktigast.

FOKUSOMRÅDEN OCH PRIORITERINGAR



FOKUS-OMRÅDEN	PRIORITERINGAR	RESULTAT 2018	RESULTAT 2019	RESULTAT 2020	MÅL 2020	STATUS
Hållbar odling	Goda arbetsvillkor					
	Andel producenter i riskland med godkänd uppförandekod	100%	100%	100%	100%	(✓)
	Andel granskad volym	39%	47%	50%	75%	(-)
Hållbart sortiment	Ekologiskt och etiskt					
	Andel certifierad volym	41%	48%	49%	50%	(-)
Hållbara transporter och förpackningar	Klimatsmarta transporter och förpackningar					
	Klimatpåverkan CO ₂ /liter dryck	0,38 kg	0,35 kg	0,34 kg	0,35 kg	(✓)
	Klimatneutrala transporter	100%	100%	100%	100%	(✓)
	Volym dryck i klimatsmart förpackning	69%	70%	72%	75%	(-)
Hållbar arbetsplats	Jämställdhet mellan könen					
	Andel kvinnor i ledande ställning	50%	50%	50%	50%	(✓)
Hållbar konsumtion	Ansvarsfullt drickande	Varningstext på annonser	Varningstext på annonser	Varningstext på annonser	Varningstext på annonser	(✓)

MÅL 3: HÄLSA

Vi utvecklar och säljer alkoholhaltiga drycker och vill att dessa konsumeras på ett sätt som skänker njutning och välbefinnande. Vi verkar för måttfullhet, dels i marknadsföring, dels genom stöd till hälsofrämjande projekt. *Läs mer sid 46-47*

MÅL 5: JÄMSTÄLLDHET

Vi tar ansvar på plats i Sverige, i vår egen organisation. Vi ska vara en jämställd och trygg arbetsplats där alla ges möjlighet att uppnå sin fulla potential. Könsfördelningen på ledande befattningar ska vara jämställd och spegla sammansättningen i stort. *Läs mer sid 34-35*

MÅL 6: RENT VATTEN

Att odla druvor kräver vatten. Vatten har blivit en bristvara på många platser i världen varför vi uppmuntrar producenter att implementera smarta bevattningsystem. Vi satsar även stort på ekologisk odling, vilket minskar användningen av växtgifter som kan tränga ner i grundvattnet. *Läs mer sid 40-41, 44-45*

MÅL 8: ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

För oss är det viktigt att arbetarna på fälten och vingården har bra arbetsvillkor. Därför är vi med i Amfori BSCI och besöker regelbundet våra producenter. Vi känner särskilt starkt för etisk produktion certifierad av Fairtrade eller Fair for Life. Då garanteras vinbönderna avsaknad för sin skörd, minimi-priser samt ekonomisk premie för sociala projekt. *Läs mer sid 36-39*

MÅL 12: HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Vi främjar ekologisk och etisk odling och satsar stort på klimatsmarta, återvinningsbara förpackningar, på så sätt främjas effektivt nyttjande av naturresurser. *Läs mer sid 40-43*

MÅL 13: BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

Odling, transport och förpackningar påverkar alla klimatet. Lyckas vi inte stävja den globala uppvärmningen blir det allt svårare att odla bra vin. Vi strävar efter att minimera vår klimatpåverkan och har ställt om merparten av transporter till tåg. Vi använder också klimatsmarta förpackningar. Kvarvarande påverkan kompenseras genom investeringar i Solvatten. *Läs mer sid 42-45*

MÅL 15: EKOSYSTEM OCH BIOLOGISK MÅNGFALD

Odling kan både utarma och stärka biologisk mångfald. Vi är måna om att vin ska odlas på ett sätt som har så liten påverkan på ekosystem som möjligt. Vi ser gärna att odlingen sker utan växt- och insektsgifter och att den biologiska mångfalden gynnas. Vi är stolta pionjärer och branschledare på ekologiskt certifierat vin. *Läs mer sid 40-41*

→ *En vanlig dag på jobbet*

Våra inköpare har regelbunden kontakt med producenter världen över i syfte att erbjuda konsumenter bästa kvalitet till bästa pris, gärna ekologiskt och etiskt.

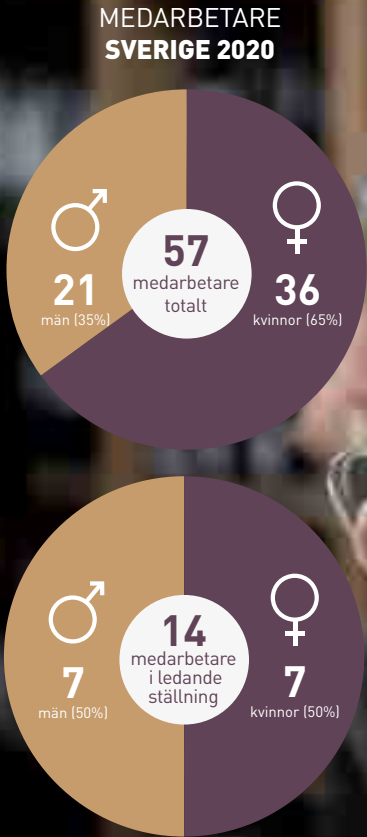
Logistikavdelningen skapar förutsättningar för en effektiv och pålitlig transportkedja.

Marknadsförarna utvecklar varumärkesbyggande events och slagkraftiga annonser.

Ekonomiavdelningen hjälper till att hålla koll på kostnaderna och säkerställer att alla transaktioner sker korrekt och smidigt.



Jämställd och inkluderande arbetsplats



”En jämställd, rättvis och inkluderande arbetsplats är avgörande för trivsel och tillit

LOTTIE SÖDERBERG
HR-chef

Hur är ditt sammanfattande omdöme om Viva Wine Group som arbetsgivare?

90%



mycket bra eller bra

Våra medarbetare är tillsammans med våra producenter Viva Wine Groups främsta tillgång. Hos oss samlas nyfikna, engagerade, kreativa och kunniga personer med passion för dryck och entreprenörskap.

Miljö- och hälsoarbete på kontoret ↓

DET GODA LEDARSKAPET

För oss på Viva Wine Group är det viktigt att alla strävar efter att vara goda förebilder. Ett humanistiskt och värderingsstyrt ledarskap är därför vägledande för verksamheten. Målet är att få både medarbetare och organisation att utvecklas och växa. Tillsammans skapar vi ett öppet, snabbfotat och inkluderande arbetsklimat.

STÄNDIG UTVECKLING

Vi är måna om att alla medarbetare utvecklas och når sin fulla potential. Vidareutbildningar erbjuds löpande och intern rörlighet uppmuntras. Vår personal växer och utvecklas med företaget, och ges möjlighet till nya roller med bredare ansvar.

MÅNGFALD ÄR EN TILLGÅNG

Vi rekryterar efter bästa meriter och tror att medarbetare med olika bakgrunder, intressen och personligheter bidrar till en innovativ och utvecklingsbejakande verksamhet.

Vi ser på inre och yttre olikheter som en tillgång och det är vår övertygelse att en jämställd och jämlik arbetsplats gynnar både individ och organisation. Vår arbetsstyrka är nästan helt jämställd avseende på kön. Detsamma gäller dem med personalansvar eller annan ledande ställning.

Vi strävar även efter en jämn åldermässig fördelning. Under 2020 var i snitt 15,5% av medarbetarna yngre än 30 år, 69% var mellan 30 och 49 år, 15,5% var äldre än 50 år.

INVESTERINGAR I PERSONAL

Vi värnar våra medarbetare och undersökningar visar att vi erbjuder en lönesättning över branschsnittet. Under 2020 var den totala löneutbetalningen i Sverige 72,5 miljoner SEK. Utöver grundlön betalas även bonus, givet goda resultat och uppfyllda mål. Vi erbjuder alla medarbetare i Sverige ett frikostigt friskvårdsbidrag samt en frivillig sjukvårdsförsäkring. Vi genomför med viss regelbundenhet obligatoriska kurser kring alkoholkultur och beroendeproblematik i samarbete med Ljung och Sjöberg, specialister på alkoholproblem och medberoende på arbetsplatser. Medarbetare har rätt att organisera sig och förhandla löner kollektivt. Under 2020 var dock ingen anställd kollektivavtalsansluten.

GOD AFFÄRSSSED

Vi ser etik och god affärssed som grundläggande vilket sammanfattas i vårt dokument "Våra värderingar". Vi ska visa på gott uppförande och etiskt omdöme i alla affärsrelationer med medarbetare, leverantörer, kunder och andra intressenter.

ANTI-KORRUPTION

I enlighet med lagen och Amfori BSCI så accepterar vi inte korruption i någon form – varken mutor, utpressning, maktmissbruk eller liknande. Våra medarbetare får inte lämna eller ta emot mutor, eller gåvor som kan uppfattas som mutor. Tvekar en medarbetare om en gåva eller en förmån, ska denne vända sig till sin chef för ett utlåtande. Vi säkrar att medarbetare, ombud och

representanter har kunskap om, och följer riktlinjerna i Systembolagets policy för kontakter mellan leverantörer och Systembolagspersonal. Den syftar till att ge alla leverantörer av alkoholdrycker likvärdiga förutsättningar att etablera sig på den svenska marknaden. En tumregel för oss är att kontakter med Systembolaget generellt ska ske med huvudkontoret, inte med butikspersonal.

Vi följer även SVLs regler för medlemsföretags uppträdande i relationer med kunder och varandra. I korthet handlar de om att inte på ett oschysst sätt tillskansa sig fördelar på konkurrenters bekostnad.

Vi handlar alltid ekologiskt och om möjligt fairtrademärkta dagligvaror, såsom kaffe, thé, frukt, mjölk och smör.

Vid inköp av kontorsutrustning prioriteras TCO- Development certifierade produkter med låg elförbrukning.

Vi köper enbart in förnyelsebar el och håller förbrukningen nere med sensorstyrda lampor.

Vi återvinner och källsorterar vårt avfall av papper, plast, glas, metall och elektronik.

Städning i vår kontorsfastighet utförs av Svanen-märkta företag.

Vi erbjuder alla medarbetare ett frikostigt friskvårdsbidrag.

Vi erbjuder vår personal hälsotest vartannat år och har väl fungerande företagshälsovård.

En gång i veckan genomförs yoga på kontoret för intresserade medarbetare.

Alla medarbetare får särskild utbildning i alkohol och hälsa i samarbete med Ljung & Sjöberg.

RÄTTVIS LÖN

Arbetarna i produktionen och på fälten ska ha rättvisa löner och korrekta anställningskontrakt.



FÖRENINGSFRIHET

Alla ska ha rätt att organisera sig och gemensamt förhandla sina villkor.



LAGLIGA ARBETSTIDER

Arbetstiden ska följa lagstiftningen och internationella överenskommelser. Möjlighet till pauser ska finnas.



Hållbara producenter ger oss möjlighet att utveckla hållbara varumärken.

KRISTIN IDMYR
VD Iconic Wines

Hållbar produktion

Att producera vin av kvalitet kräver gynnsamt klimat, unik jordmån och skickliga vinmakare. Själva odlingen sker till stora delar fortfarande för hand och skörden innebär långa och intensiva dagar på gården. För att hinna med behövs ofta fler hjälpande händer. Ibland från granngården, ibland från byarna i området. Att skörda vindruvor kräver ett varsamt handlag så att varken den fullmogna frukten, eller plantan i sig, skadas.

GODA VILLKOR

Goda arbetsvillkor är en självklarhet och vi ställer ingående krav på våra producenter. Alla arbetare ska ha rätt till skäliga arbetstider och korrekt lön. Diskriminering får inte förekomma och arbetstagarnas hälsa och säkerhet respekteras. All form av barn- och tvångsarbete är givetvis förbjudet.

AMFORI BSCI

Vi har valt att implementera Amfori BSCI uppförandekod i producentledet. Amfori BSCI är ett internationellt initiativ ursprungligen utvecklat för klädesbranschen. Amfori BSCIs baseras på FN:s deklaration om mänskliga rättigheter och på ILO:s konventioner. Uppföljning utifrån Amfori BSCIs riktlinjer inleddes 2012 och Viva Wine Groups bolag och har sedan starten varit pådrivande i

arbetet tillsammans med Systembolaget, Alko och Vinmonopolet. I vår målsättning att ytterligare förbättra arbetsvillkor i vinproduktion engagerade vi oss under 2019 i Amfori Sustainable Wine Program. Tillsammans med en rad världsledande återförsäljare är vi enda leverantör som är med i detta pilotprojekt.

KONTROLLERAD VERKSAMHET

Vi följer regelbundet upp hållbarhetsarbetet hos våra producenter med särskilt fokus på riskländer (Argentina, Chile, Italien och Sydafrika) där kontroller genomförs av oberoende revisionsbolag. Varje sådan revision pågår under två till fem dagar där verksamheten och de anställdas arbetsvillkor granskas i detalj. Intervjuer genomförs utan ledningens medverkan och alla rutiner och arbetsmoment utvärderas. Vid eventuella

avvikelse hjälper vi producenten ta fram handlingsplaner och åtgärda problemen inom kommande månader. Resultatet av detta arbete granskas därefter på nytt med nya platsbesök. Om en producent efter en uppföljande revision fortfarande inte åtgärdat bristerna kan samarbetet sägas upp.

AGERA PÅ MISSFÖRHÅLLANDEN

På Viva Wine Group är vi angelägna om att tidigt fånga upp och agera på signaler om eventuella missförhållanden. Från såväl medarbetare som producenter, agenter, kunder och andra affärspartners. Vi rekommenderar att man i första hand talar med en ansvarig person eller facklig representant, men i de fall man önskar vara anonym har vi ett externt rapporteringsverktyg i samarbete med Lantero visselblåsarsystem.



AMFORI BSCI baseras på FN:s deklaration om mänskliga rättigheter och på ILO:s konventioner

2012

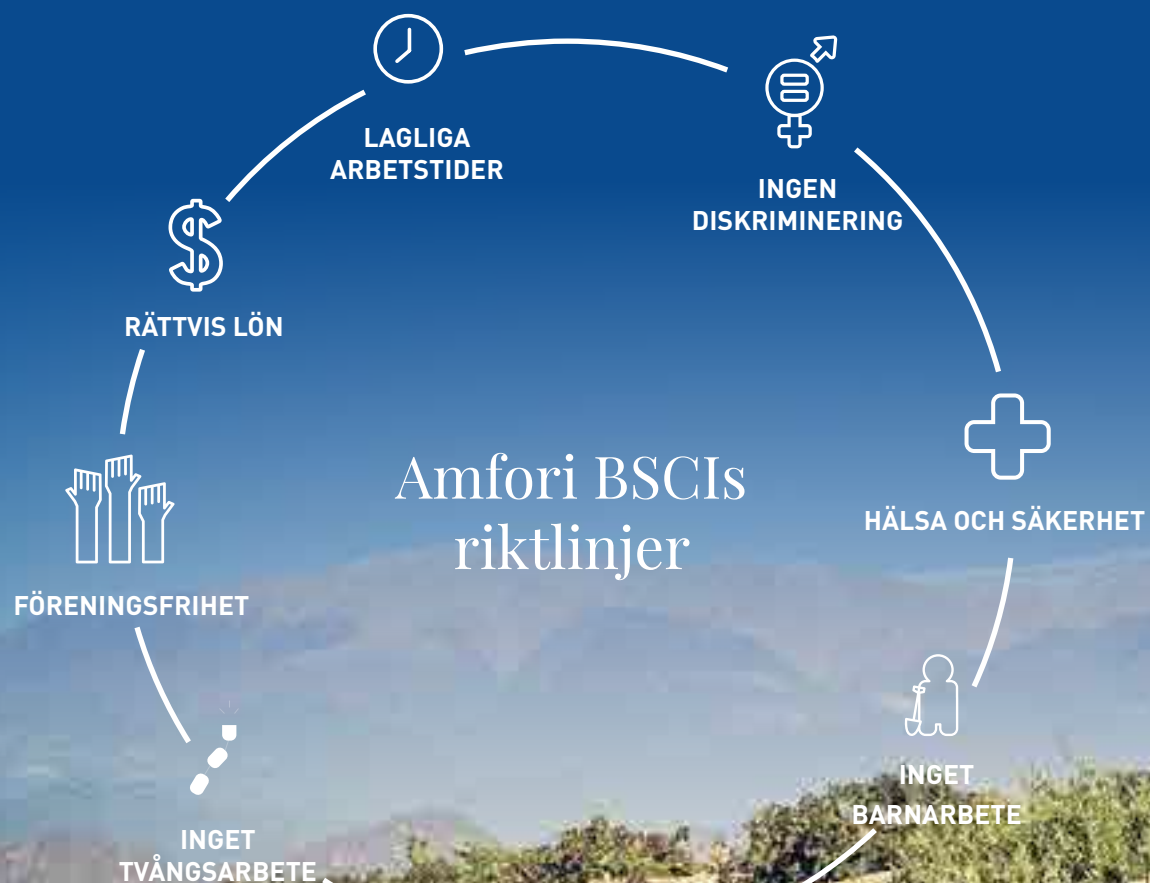
Viva Wine Group börjar implementera Amfori BSCIs uppförandekod

2018

Viva Wine Group blir medlemmar hos Amfori BSCI

2019

Viva Wine Group utvalda som representant för leverantörer och producenter i Amfori Sustainable Wine Program



Vi är angelägna om att tidigt fånga upp och agera på signaler om eventuella missförhållanden. Från såväl medarbetare som producenter, mfl. I de fall man önskar vara anonym har vi ett externt rapporteringsverktyg i samarbete med Lantero visselblåsarsystem.

Läs mer på lantero.se

PRODUCENTER I RISKLAND*

27

Totalt antal producenter 2020

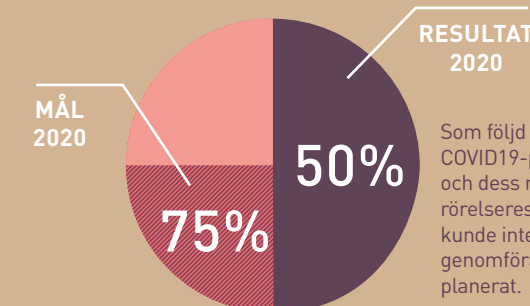
100%

Andel som intygat att de följer Amfori BSCI uppförandekod

*som riskland menas Argentina, Bulgarien, Chile, Italien, Sydafrika. Här kan särskilda utmaningar finnas kring arbetsvillkor som bland annat lika-behandling, hälsa och säkerhet, arbetstider och lön.

VOLYM RISKLAND*

Andel av volymen där arbetsvillkor granskats och godkänts av oberoende tredje part



Som följd av COVID19-pandemin och dess rese- och rörelserestriktioner kunde inte audits genomföras som planerat.



Producenternas arbete med Amfori BSCI hjälper till att säkra goda arbetsvillkor på vingårdarna.

STAFFAN DAHLGREN
VD Winemarket Nordic



Fairtrade & Fair for life

Garanterar att arbetarna på odlingarna får en premie som ger ökad ekonomisk och social trygghet.



Grundades
1940

Familjer
500

Fair Trade
certifiering
2006



FAIRTRADE I ARGENTINA La Riojana

från Sverige och England i den lilla byn Tilimuqui. Skolan har sedan den öppnades vuxit från ett 30-tal elever till över 600 elever och är det första tekniska gymnasiet som byggts i provinsen La Rioja. Det är också ett av världens största Fairtrade-finansierade projekt.

KLIMATNYTTA

Vi har också gjort investeringar för att förbättra vattentillgången för byborna i Tilimuqui samt finansierat en kartläggning av CO₂-utsläpp från La Riojanas vinproduktion. Kartläggningen ligger till grund för vår pågående satsning att göra bevattningspumparna mer miljövänliga.

SATSNINGAR I SYDAFRIKA

Utöver satsningar på Fairtrade i Argentina så har vi också Fairtrade-certifierad produktion i Sydafrika i samarbete med våra producenter Kleine Zalze, Du Toitskloof och Perdeberg.

och en garanterad avsättning för skörden varje år. Dessutom ges tillgång till lån och krediter, gratis tekniskt stöd och rådgivning, försäkringar vid produktionsbortfall samt en Fairtrade-premie per kilo druvor som säljs. För varje liter fairtrade-märkt vin som svenska konsument köper går en summa direkt tillbaka till lokalsamhället, ofta flera hundratusen kronor per år. Det är kooperativets medlemmar som tillsammans bestämmer hur dessa pengar investeras.

SOCIAL HÅLLBARHET

Sedan certifieringen 2006 har La Riojana genomfört över 30 projekt som finansierats av Fairtrade-premien. Bara sedan 2010 har vår försäljning av La Riojanas viner i Sverige bidragit med över 10 Mkr. Det största projektet är ett tekniskt jordbruksgymnasium som byggdes 2010 med hjälp av pengar

Vinkooperativet La Riojana ligger i La Rioja-provinsen i nordvästra Argentina. Området är fattigt men anses vara ett av Argentinas mest spännande vindistrikt. De torra, soliga förhållandena ger naturligt friska druvor idealiska för ekologisk odling.

KOOPERATIV MED ANOR

Kooperativet grundades 1940 och sedan dess har fyra generationer och flera hundra familjer varit engagerade i att odla druvor till vad som idag blivit landets största kooperativ med 500 familjer. De flesta är småskaliga producenter med mindre än 2-3 hektar mark per familj.

EKONOMISK TRYGGHET

Fairtrade-certifieringen av vinerna Ecologica, Raza och Fair & Square innebär att vinbönderna får ett garanterat minimipris för sina druvor



1. Fairtrade-finansierad vatten-reservoar, La Riojana.
2. Inspektion av druvor, La Riojana.
3. Skörd, Vinex Slavyantsi.
4. Dansuppvising, LEVA foundation-finansierad förskola.
5. Roms kulturdag, Vinex Slavyantsi.
6. Morgonsamling, LEVA foundation-finansierad förskola



FAIR FOR LIFE I BULGARIEN Vinex Slavyantsi

Bulgariens vinodlingstradition sträcker sig flera tusen år tillbaka i tiden. Vinex Slavyantsi, som producerar Leva-vinerna ligger i den östra delen av Rose Valley, en region som länge har odlat och framställt vin.

Med sina milda vintrar och sina svala somrar är regionen väl lämpad för vinodling. Den sociala och ekonomiska situationen för etniska minoriteter är dock mycket svår i Bulgarien, särskilt för den romska befolkningen och i området kring Vinex Slavyantsi bor det många människor med romsk bakgrund.

LEVA FRÄMJAR INTEGRATION

År 2008 startade Viva bolaget Giertz Vinimport och Vinex Slavyantsi samt representanter från den romska befolkningen en stiftelse med syfte att förbättra levnadsvillkor och

framtidsmöjligheter i närområdet. Stiftelsen heter LEVA Foundation och sedan 2008 har Giertz Vinimport bidragit med mer än 2 Mkr. Pengarna har använts till att delfinansiera tre förskolor med 120 barn, stöd till familjer så att de kan betala skolväxter samt till stipendier för studier på högre nivå. Vi har också stöttat mindre hälsoprojekt, bidragit med juridisk hjälp till anställda arbetare, försett en dansgrupp med folkdräkter samt genomfört sportaktiviteter och skolresor under loven.

ETISKT CERTIFIERADE

2014 blev Vinex Slavyantsi och Leva Foundation etiskt certifierade av det schweiziska kontrollorganet IMO och deras internationellt erkända "Fair for Life"-system. Det är en etisk certifiering för rättvis handel som utöver rättvisa arbetsvillkor och handelsavtal även omfattar krav på god miljö, både i och runt vingården.



Konsumenter som väljer Fairtrade och Fair for Life gör en stor insats för vinbönder, deras familjer och lokalsamhället.

BJÖRN WITTMARK
Giertz Vinimport

Start
2008

Stiftelsen
Leva

Fair for Life
certifiering

2014



Vi är stolta över att erbjuda kvalitetsvin med väldigt låg miljöpåverkan.

CAMILLA TAUBE
Vice VD Wineteam Global



Mer än 150 ekologiska artiklar!

Ekologiskt

Inom ekologisk odling är begränsningarna kring konstgödsel och bekämpningsmedel större än vid konventionell odling. Under de senaste åren har efterfrågan på ekologiska viner stadigt ökat. Viva Wine Group har varit ledande i den utvecklingen.

Biologisk mångfald Hållbar odling

Sedan tusentals år tillbaka har människan odlat och producerat vin. Vinet som gjordes på den tiden skulle idag definieras som ekologiskt vin då odlingen skedde utan kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel. Faktum är att fram till 1960-talet var i princip allt vin ekologiskt, det var nämligen först då producenter i större skala började använda kemiska bekämpningsmedel vid vinodling.

ÖKAD MEDVETENHET

Att certifiera viner som ekologiska har på senare tid blivit allt vanligare, till stor del drivet av medvetna konsumenter, engagerade leverantörer och producenter. I Systembolagets sortiment finns idag en stor och växande andel ekologiska viner. Deras mål var att 10% av allt de säljer skulle vara ekologiskt år 2020. Vi på Viva Wine Group var bland de första att erbjuda ekologiskt certifierade viner till svenska konsumenter och idag är över 37% av vår totala volym ekologiskt certifierad. Med det är vi marknadsledande på ekologiska viner på den svenska marknaden.

EKOLOGISK ODLING OCH VINFRAMSTÄLLNING

För att ett vin ska kunna märkas och säljas som ekologiskt måste både odlingen av druvorna samt själva vinframställningen vara ekologisk. Det innebär att druvorna odlas utan konstgödsel, utan kemisk ogräsbekämpning och utan kemiska växtskyddsmedel. Hjälpämnen som används under vinifieringen är också ekologiska. Utöver det begränsas även användningen av svavel och koppar. För att bli certifierad krävs att odlingen har bedrivits ekologiskt minst tre år i rad.

EFFEKTIV VATTENANVÄNDNING

Vinplantan behöver som alla grödor vatten för att växa. Vinplantans rötter går dock väldigt djupt och kan på så sätt säkra vattentillgång utan större tillförsel ovanifrån. Faktum är att vinplantan inte ska tillföras så mycket vatten alls. Då försämrar kvaliteten på vinet. Vattning är därför ofta strikt reglerat och tillförsel sker vanligtvis med hjälp av smarta dropp-bevattningsystem som inte ger vinrankorna mer vatten än vad som verkligen behövs, samt minskar risken för att vatten dunstar bort.



Ekologiskt vin
av total volym

37,7%

motsvarar

20,9
miljoner liter

Etiskt vin
av total volym

15,8%

motsvarar

8,4
miljoner liter

Certifierat vin*
av total volym

48,5%

motsvarar

26,9
miljoner liter

*Vissa produkter är både ekologiskt och etiskt certifierade

NATURLIG ODLING

Ekologisk odling förbjuder användning av kemiska bekämpningsmedel. Istället hålls ogräs och skadedjur borta på naturlig väg.



VARSAM PRODUKTION

Ekologisk produktion innebär mindre användning av svavel i vinframställningen.



HÄLSOSAMT FÖR ANSTÄLLDA

Ekologisk odling utan kemiska bekämpningsmedel gynnar inte bara biologisk mångfald, utan är även hälsosamt för människorna på vingården.

DEN KÄNSLIGA VINPLANTAN

Vinodling har alltid varit ett komplicerat hantverk då vinplantan är känslig för angrepp av mögel och skadedjur vilket påverkar kvaliteten på druvorna och vinet. I konventionell odling kan kemiska bekämpningsmedel användas vilket förenklar en hel del, eftersom de kemiska bekämpningsmedlen är effektiva och förhållandevis billiga.

BIOLOGISK MÅNGFALD

Den ekologiska vinodlaren bekämpar skadedjur och svamp med hjälp av skalbaggar och biologiskt nedbrytbara preparat. Ogräs bekämpas manuellt och mekaniskt. Med dessa naturliga

metoder får man en rik mångfald av växter i den ekologiska vingården. Som gödsel använder man organiska gödsel till sina marker, istället för kemiskt framställt gödsel. Allt detta gynnar växt- och djurlivet på gården, minskar klimatpåverkan per producerad liter och säkerställer att vingårdsarbetarna inte blir exponerade för växtgifter i sitt arbete.

CERTIFIERING GÖR SKILLNAD

Att odla ekologiskt tar mer tid i anspråk vilket kan påverka priset mot konsument. Varje flaska ekologiskt vin som säljs har dock stor betydelse för bevarandet av biologisk mångfald och minskar mängden gifter i naturen.

NATURVIN

Naturvin är ett relativt nytt inslag i vinvärlden. Målet för naturvinsproducenter är att ha så liten påverkan på tillverkningsprocessen som möjligt. Det finns i dagsläget ingen internationellt vedertagen definition eller accepterad certifiering, däremot är de flesta naturvinsproducenter måna om att odla ekologiskt, helst låta vinet spontanjäsa, samt minimera användningen av svavel. När man producerar naturvin kan det därför vara svårt att hålla samma stil från år till år. Samtidigt är det en del av charmen med naturvin.

Vi är glada över att Viva Wine Group erbjuder flertal KRAV-märkta viner då dessa viner har producerats på ett mer hållbart sätt – utan naturfrämmande kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel, med hänsyn till skyddsvärd natur och av arbetare med goda arbetsvillkor.

ANITA FALKENEK, VD
KRAV Sverige

100% *Klimatneutral transport*

Hållbara transporter & förpackningar

Hållbara transporter och distributionslösningar är centrala för oss. Vi vet att frakter och lagerhållning har stor miljöpåverkan och tillsammans med våra partners strävar vi ständigt efter att utveckla smarta lösningar och innovativa projekt.



”
Tack vare smarta samarbeten har vi minskat vår miljöpåverkan och skapat en hög-effektiv logistik

MARTINA NORDSTRÖM
Logistics Director

OPTIMERAD OCH EFFEKTIV LOGISTIK

Vår logistikavdelning letar ständigt efter smarta och effektiva lösningar med god tillförlitlighet och minimal miljöpåverkan. Bolagen inom Viva Wine Group samdistribuerar så långt som möjligt för att maximera fyllnadsgraden. Vi har också valt att inom Europa styra om alla transporter från lastbil till tåg. Med samdistribution och tågtransport har vi radikalt minskat utsläppen. På längre distanser används båt. För vissa produkter sker transport på tank, varefter själva tappningen på flaska eller box istället sker i Danmark. På så sätt minskas transportvikten betydligt med minskad klimatpåverkan som följd.

KLIMATNEUTRALA TRANSPORTER

Vi har som uttalat mål att vår klimatpåverkan från transporterna ska vara noll. På detta sätt kan våra konsumenter känna sig trygga i att oavsett var i världen deras vin har odlats, så är det ingen skillnad i klimatpåverkan. Den påverkan på klimatet som finns kvar klimatkompenseras genom investering i Solvatten. Vi investerar alltid för mer än våra faktiska utsläpp.

LAGER MED TÅGTERMINAL

När våra produkter väl kommit till Sverige lagras de hos vår partner DLP i Jordbro. Lagret har en tågterminal vilket innebär att tåg med våra produkter rullar hela vägen fram till dörren. Elektriska truckar lastar sedan av och placerar vinet på höga hyllor i väntan på transport ut till Systembolaget, restauranggrossister och direktköpande restauranger.

SMARTA FÖRPACKNINGAR

Jämte odling och transport så är förpackningar den delen av verksamheten med störst klimatpåverkan. Dels på grund av dess vikt, dels tillverkningsprocess och återvinningsgrad. I samverkan med leverantörer och kunder prioriterar vi därför klimatsmarta förpackningar. Som klimatsmart förpackning menas Bag-in-Box, tetra, lättviktsglas samt PET. Redan idag erbjuds merparten av våra volymer i klimatsmart förpackning. Framöver kommer vi satsa än mer på att erbjuda artiklar i lättviktsglas. Den klimatpåverkan som återstår kommer dessutom klimatkompenseras.

VÄRLDSLEDANDE ÅTERVINNING

Vi tar aktivt producentansvar för återvinning av våra produkter genom vår finansiering och utveckling av Svensk Glasåtervinning (SGÅ) och Förpacknings- och Tidningsinsamlingen (FTI). I Sverige har vi högst återvinningsgrad i världen, dels tack vare medvetna konsumenter, dels genom effektivt insamlingssystem och moderna återvinningsanläggningar.

DRYCKESBRANSCHENS KLIMATINITIATIV

Under 2017 togs de första stegen mot ett gemensamt ramverk för dryckesbranschen. Initiativtagare var Systembolaget, Sveriges Bryggerier och Sveriges Vin och Spritleverantörer (SVL). Viva Wine Groups företag har varit engagerade från starten och pådrivande att få samarbetet på plats med ett tredjepartsgranskat beräkningsverktyg och gemensamma mål. 2019 presenterades den första rapporten vilket möjliggjorde jämförelser med andra aktörer i branschen. Rapporten visade att våra produkters klimatpåverkan låg 20% lägre än våra branschkollegor och konkurrenter.

INOM EUROPA
körs merparten
med **TÅG**
istället för lastbil



↓ 75%

Tåg har ca 75% mindre klimatpåverkan än lastbil för jämförbara sträckor i Europa



UTOM EUROPA
körs transporter
med båt



CO₂
UTSLÄPP
2020

0,12
kg CO₂/liter

KLIMATPÅVERKAN
TRANSPORT

0.13
2018
0.12
2019

0,22
kg CO₂/liter

KLIMATPÅVERKAN
FÖRPACKNINGAR

0.25
2018
0.23
2019

Återvinnings-
grad glas



93%

blir nya flaskor

93%

100%

DRYCKESBRANSCHENS
KLIMATINITIATIV



GEMENSAM SATSNING

Ledande aktörer i dryckesbranschen samverkar för att minska klimatpåverkan.



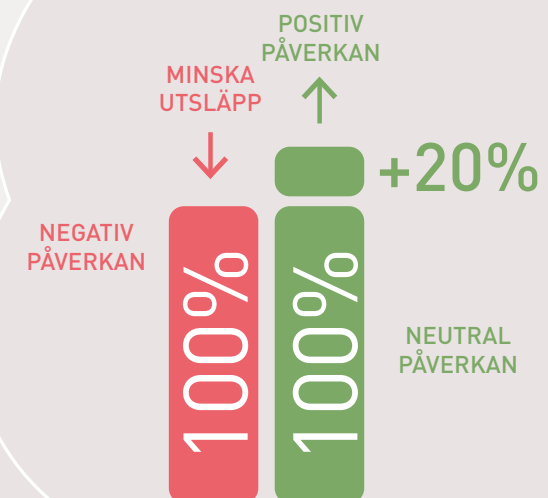
GLASÅTERVINNING

93% av insamlat glas blir nya flaskor!

72%
Andel av volym
i klimatsmart
förpackning

Med klimatsmart förpackning menas Bag-in-Box, Tetra, PET och lättviktsglas.

KLIMATKOMPENSATION



EFFEKTIV LOGISTIK OCH KLIMATSMART LAGER

Tillsammans med Essinge Rail optimerar vi tågtransporter av dryck genom Europa. Vår partner DLP kombinerar dessutom sin lagerhållning med en tågterminal. På så sätt kan vi köra tågen direkt in på lagret.

Klimatkompensation & sociala projekt

Vi klimatkompen-serar utsläpp från transportkedjan samt klimatpåverkan från glasförpackningar. Våra investeringar görs i samarbete med erkända organisationer för att minska klimatpåverkan globalt samt skapa samhällsnytta lokalt. Sociala mervärden som hälsa och jämställdhet är i fokus.



SOLVATTEN®

- Rent upphettat vatten på 2-6 timmar
- Ger cirka 6000 liter per år
- En indikator visar när vattnet är rent
- Kan användas flera gånger per dag
- Är enkel att använda och lätt att bära
- Behöver inga batterier, reservdelar eller kemikalier
- Har lång hållbarhet, 7-10 år

INNOVATIV VATTENRENINGSLÖSNING Solvatten

Solvatten är en innovativ vattenreningslösning som bidrar till förbättrad hälsa, ökad jämställdhet och minskad klimatpåverkan. Den prisbelönta uppfinningen har utvecklats av ett svenskt familjeföretag och används i flertal byar i Kenya i samarbete med International Aid Services.

Solvatten-enheten fylls med vatten från närliggande vattendrag. När den läggs i solen aktiveras en process som renar vattnet från hälsofarliga bakterier och mikroorganismer och gör det säkert att dricka. Vattnet värms samtidigt upp vilket förenklar matlagning, tvätt och intimhygien. På detta sätt minskar behovet av bränsle i form av ved och pellets. Minskat behov av ved gör att fler träd står kvar som binder jord, vilket motverkar ökenspridning, samt binder koldioxid,

till nytta för klimatet. En enhet Solvatten har bekräftats ge miljö- och hälsonytta i minst sju år. Sedan starten av vårt samarbete 2017 har vår investering i Solvatten hittills inneburit en bekräftad klimatkompensation motsvarande 1266 ton koldioxid. Klimatnyttan verifieras av Solvatten tillsammans med International Aid Services på plats i Kenya. Utveckling pågår av prototyp med digital avläsning i realtid samt certifiering av nya projekt.

SOLVATTEN 2017-2020

Enheter

5896

Beräknad ton CO₂

42037

Sparade träd

37085

m³ rent vatten

247455



Bildcollage – användning av Solvatten i Tharaka och Bura, Kenya.



”

Efter att Solvatten delades ut har jag inte hört om ett enda kolera-fall i området där vi bor

GRACE, 56 ÅR

SKAPA POSITIVA FÖREBILDER, FRÄMJA UTBILDNING OCH ENTREPRENÖRSKAP

Viva Wine Group är en samling entreprenörsdrivna företag som därför brinner särskilt för individens och den lilla gruppens förmåga att förändra stora system. I Sydafrika är de socioekonomiska utmaningarna betydande varför vi engagerar oss på flera olika sätt.

Kleine Zalze Training Program

Winemarket har tillsammans med sin sydafrikanska producent Kleine Zalze instiftat en utbildningsfond som syftar till att finansiera högre utbildning för vingårdsarbetarna och deras familjer. 3-4 individer per år ges möjligheten till en universitetsutbildning eller motsvarande. Målet är att skapa förebilder i lokalsamhället samtidigt som vinindustrin på sikt får tillgång till högre utbildad personal.

Kraften i människors drömmar är enorm. Genom stipendiet hjälper vi arbetare på vineriet, vingården och i byarna omkring uppnå sin fulla potential och samtidigt bli inspirerande förebilder för andra.

KOBUS BASSON, VD Kleine Zalze

Pebbles Project

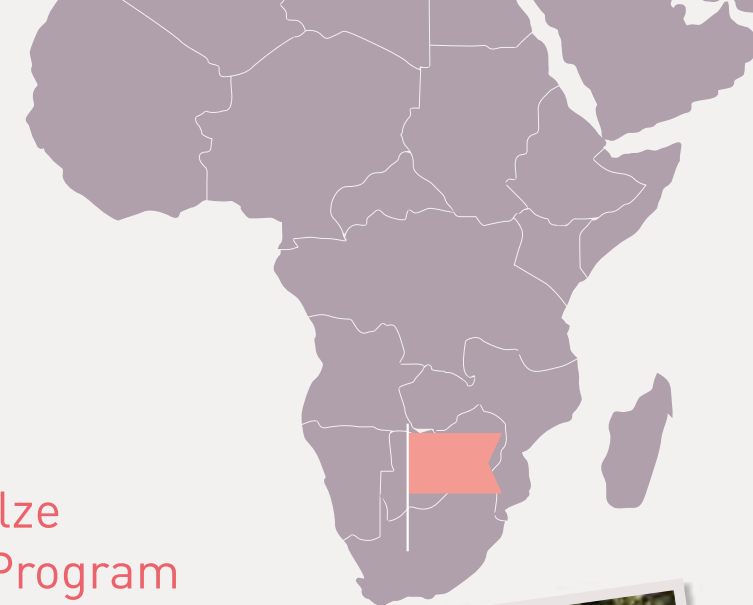
Pebbles Project är en organisation grundad av två systrar med fokus på utsatta barn till föräldrar som arbetar inom vinodlingar i Sydafrika. Pebbles förbättrar barnens situation genom tillgång till grundskola, måltider, hälsovård och meningsfull fritid.

För oss är det viktigt att kunna bidra till den miljö vi är verksamma inom. Vi har valt att stödja Pebbles eftersom deras projekt hjälper barnen långsiktigt, både med välbefinnande och utveckling.

CAMILLA TAUBE, vice VD Wineteam

Krögarstöd

Vi bidrar även i Sverige med fokus på kund och medarbetarengagemang. Under COVID19 pandemins första fas inledde vi samarbete med restaurangkunder där vi gav krogar möjlighet att stödja personal inom intensivvården med lunch och middagsmat för att underlätta deras vardag och livsviktiga arbete.



Tack vare stipendiet kan fler få möjlighet till universitetsstudier av internationell toppklass, oavsett bakgrund, ekonomi och familjesituation. Ambitionen är att skapa fler goda förebilder.

STAFFAN DAHLGREN
VD Winemarket

Många bäckar små

Många bäckar små är ett projekt i regi av organisationen Sportfiskarna med målet att återetablera havsöring i små vattendrag i Gästrikland, Sverige. Sportfiskarna och dess partners återställer miljön i vattendragen och sätter ut öringar för att återetablera beståndet.

Vi är stolta att bidra till viktig vatten- och fiskerivård med varumärket Catch & Release. För varje flaska såld doneras en krona till projektet vilket hjälper till att finansiera arbetet med öringens återetablering.

STEFAN PETERSON
Partner Chris Wine & Spirits



Ansvarsfull konsumtion

På Viva bryr vi oss inte bara om hur våra produkter produceras, utan även hur de konsumeras.

Alkoholdrycker är en del av vår måltidskultur och för många en del av en komplett måltidsupplevelse.

Vi är dock medvetna om att alkohol konsumerat på felaktigt sätt kan skapa problem, både för individer, närstående och samhället i stort. Vi värnar därför måttfull och ansvarsfull konsumtion.

DE NORDISKA MONOPOLEN

I Sverige, Finland och Norge finns en stark vilja att skydda folkhälsan varför alkoholförsäljningen i butik sker genom statliga bolagen Systembolaget, Alko och Vinmonopolet. Viva Wine Groups bolag värnar denna nordiska modell med kontrollerad försäljning och likabehandling av ursprung. Vi tycker det är bra, dels ur ett folkhälsoperspektiv, men även ur ett leverantörsperspektiv då samma regler gäller för alla aktörer på marknaden. Vi ser även stora fördelar för konsument. De nordiska monopolen säkrar ett utbud med bredd och djup som på många sätt saknar motstycke i världen.

ALKOHOLGRANSKNINGSMANNEN (AGM)

I Sverige finns många restriktioner kring kommunikation och marknadsföring av alkohol. Viva Wine Groups bolag är noga med att följa lagen men har även som del av branschföreningen SVL tagit initiativ till en etisk kod samt Alkoholgranskningsmannen. AGM har blivit alkoholbranschens mekanism för självreglering som hjälper till med utbildning och stöd, men har även rätt att ingripa mot företag som bryter mot lagar och etiska riktlinjer och begära att marknadsföringen upphör. Vem som helst kan anmäla reklam till AGM, som utreder, prövar och fattar beslut i ärendet.



”

SVLs arbete har haft stor betydelse för branschens ökade ansvarstagande.

Patrik Stare
VD Chris Wine
& Spirits



DRINKWISE.SE

Hemsidan Drinkwise.se syftar till att vara en tankeväckande plattform för information, diskussion och reflektion om attityder kring alkohol och hur alkohol ska konsumeras på ett ansvarsfullt sätt. Med denna satsning vill vi och andra företag i branschen sprida information, skapa dialog och verka för ett mer ansvarsfullt förhållningssätt till alkohol.

PRATA OM ALKOHOL

I syftet att senarelägga ungdomars alkoholdebut startades utbildningsinitiativet Prata Om Alkohol. Initiativet

togs 2006 av företag inom SVL och drivs sedan 2010 i samverkan med Sveriges Bryggerier. Prata Om Alkohols metod bygger på samtalsbaserad undervisning med fokus på att lära ungdomar att motstå social press, öka självkänslan och förstå sitt eget ansvar. Samtliga material är kostnadsfria och anpassade för att användas i skolan. Prata Om Alkohols metod har utvärderats i en treårig vetenskaplig studie utförd av Karolinska Institutet och resultaten visade att skolelever som genomgått programmet drack mindre riskfyllt än jämförbara elever som inte genomgått programmet.

VIVA VIN & MATKLUBB

Vi anser att vin främst ska konsumeras i kombination med en bit god mat. Viva Vin & Matklubb förkroppsligar denna tanke med att en gång i veckan skicka ut smarriga recept och trevliga dryckestips till medvetna konsument. Viva Vin & Matklubb finns både på mailen, Facebook och Instagram och ger matglädje och dryckeskunskap.

Vi arbetar för
individen,
närstående
& samhället



Prata om alkohol med unga i skolan

Fokus på att lära ungdomar att motstå social press, öka självkänslan och förstå sitt eget ansvar.

Läs mer på prataomalkohol.se



Kostnadsfritt och anpassat material för skolan.



Vad innebär egentligen en personligt hållbar alkoholkonsumtion? Hur mycket alkohol är okej att dricka? Och i vilka sammanhang?

DRINKWISE

Frågorna kring alkoholkonsumtion är många, därför vill vi sprida information och skapa dialog vilket vi gör med initiativet Drinkwise.

Läs mer på drinkwise.se

VIVA!

Vin & Matklubb

Varje vecka skriver vi om mat och vin. Läs mer på vivavinomat.se



Sök på recept och viner som passar till!





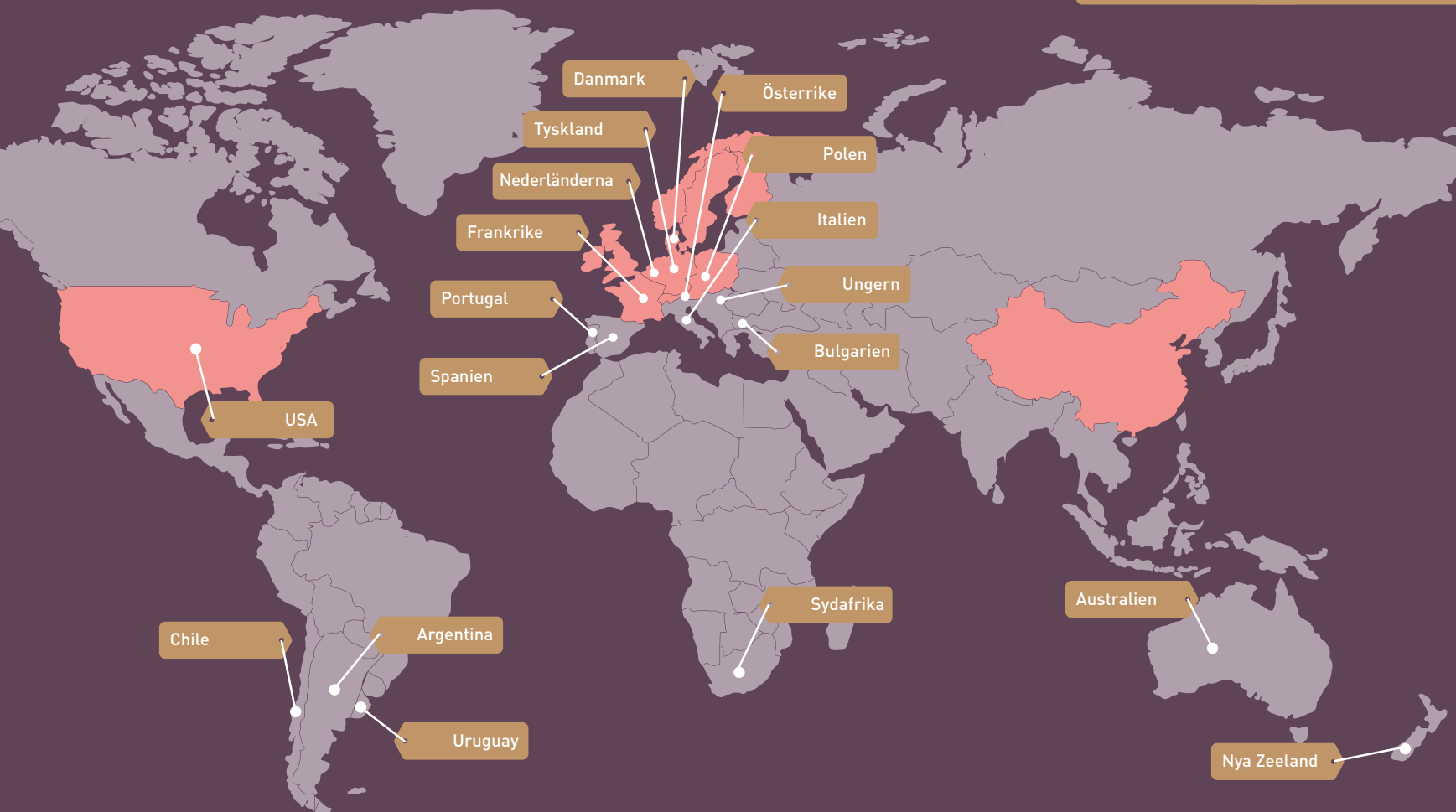
VISION

Vi vill skapa en hållbar och stabil
tillväxt på den internationella
vinmarknaden genom en dynamisk
plattform för entreprenörskap,
hållbarhet och innovation.

Emil Sallnäs, VD

• *Våra försäljningsmarknader*

• *Våra dryckers ursprung*



Viva Wine Group | Blasieholmsgatan 4A, Stockholm | +46 8-21 83 88 | info@vivagroup.se

