

# Klimatdatablad för företag och komponent

# Klimatdatablad för att kommunicera klimatpåverkan för komponent men också ett verktyg för att uppfylla aktuella och kommande EU-krav. Vi utbildar er och hjälper er att skapa klimatdatablad på egen hand.

## Målet är stärkt attraktivitet och konkurrenskraft

Genom företagsnära vägledning skapas hållbara, konkurrenskraftiga och framtidssäkrade affärer. Ambitionen är att företag genom kunskap om sin egen klimatpåverkan skall kunna redovisa konkret klimatinformation men även öka den egna förmågan till att minska sin klimatpåverkan.

Det finns många olika metoder men gemensamt är att de ofta är resurskrävande och dyra. Dessutom upplevs resultatet som statiskt och därmed svårt att uppdatera. Genom att företaget deltar i högre grad, kommer det bli enklare att förstå sin påverkan och enklare att kommunicera resultatet gentemot en kund.

Snart kan det bli krav på att även SME-företag behöver redovisa klimatinformation. Redan idag efterfrågar större företag en viss redovisning av hållbarhetsdata av sina leverantörer och framåt kommer det bli alltmer information som alla företag behöver redovisa genom hela kedjan, fram till slutkund. Produktpass eller digital tvilling är begrepp för hur data skall samlas in. Men oavsett benämning har EU har en ambition att alla produkter skall kunna redovisa klimatinformation, likt en innehållsförteckning för livsmedel.

Alla metoder bygger på att samla in data om företaget och genom att först ta fram ett indikativt klimatvärde har företaget bättre möjlighet att bestämma vilken typ av klimatdatablad som behövs på komponentnivå.

Det interna flödet brukar utgöra en liten del av produkters totala klimatpåverkan. Detta innebär att för att ta fram representativ klimatinformation behöver företaget samla in alla källor till företaget och sammanställa information om allt som lämnar företaget dvs produkter men också avfall, spillvatten, utsläpp till luft m.m.

Data som används bygger på företagets produktion under ett normalår. Faktorer för klimatpåverkan, så kallade emissionsfaktorer, bör vara specifika data som företaget får från dess partners. Utifrån företagets klimatpåverkan kan sedan klimatpåverkan beräknas för en fiktiv medelprodukt, vilket är tillräcklig noggrannhet för vissa företag. Om det finns en stor variation på de produkter som beräknas kan mer faktiska data tas fram för en specifik produkt/komponent.

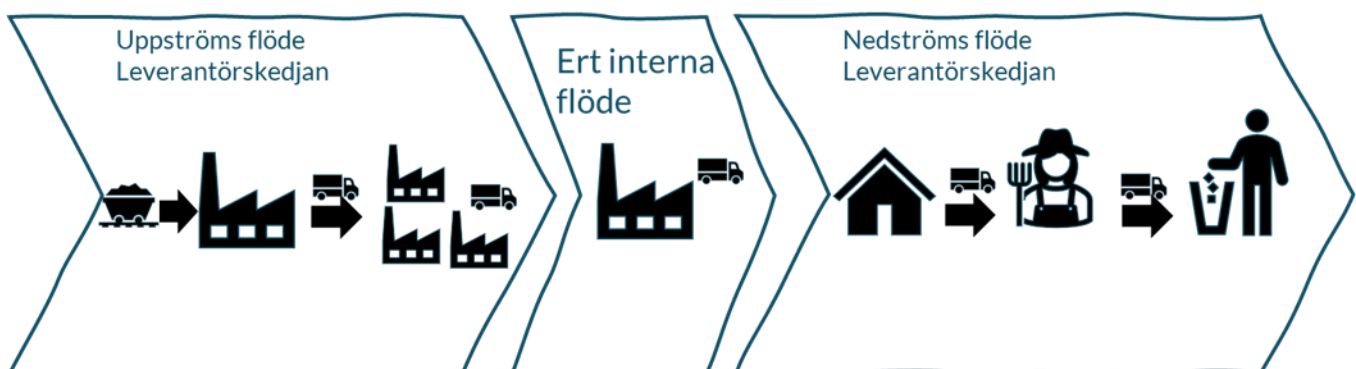
## Kommunikation och varumärke

Företag med en tydlig hållbarhetsprofil blir alltmer intressanta för kunder, banker och investerare.

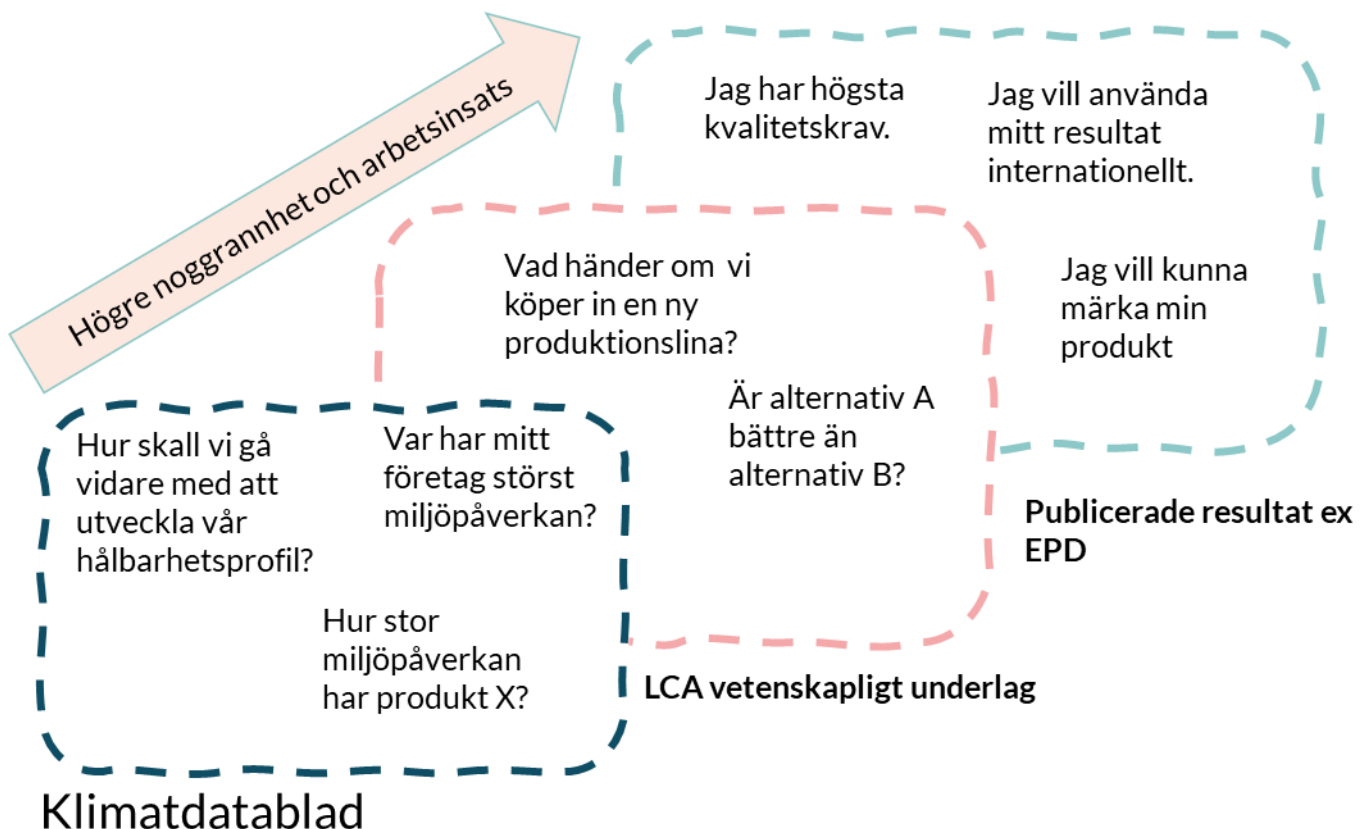
## Klimatinformation i produktionskedjan



## Klimatdatablad-Information i produktionskedjan



# Vanliga frågor och syften för livscykelarbetet



Utifrån det behov ni har kommer resultatet ha en hög acceptans och trovärdighet för företaget. Resultat skall även kunna användas inom företaget för att sätta mål för att ytterligare förbättra klimatpåverkan.

## Vad skall ett produktdatablad användas till?

Syftet är att kostnadseffektivt ta fram tillräckligt underlag för att kunna redovisa klimatpåverkan till kund men också kunna användas som underlag för att visualisera företagets önskade position, inom hållbarhet, och därmed ge råd om vilka verktyg som företaget har behov av. För en del företag kommer produktdatablad vara tillräckligt för en lång tid framöver, medan andra kan ha behov att utveckla sig genom att anamma andra verktyg.

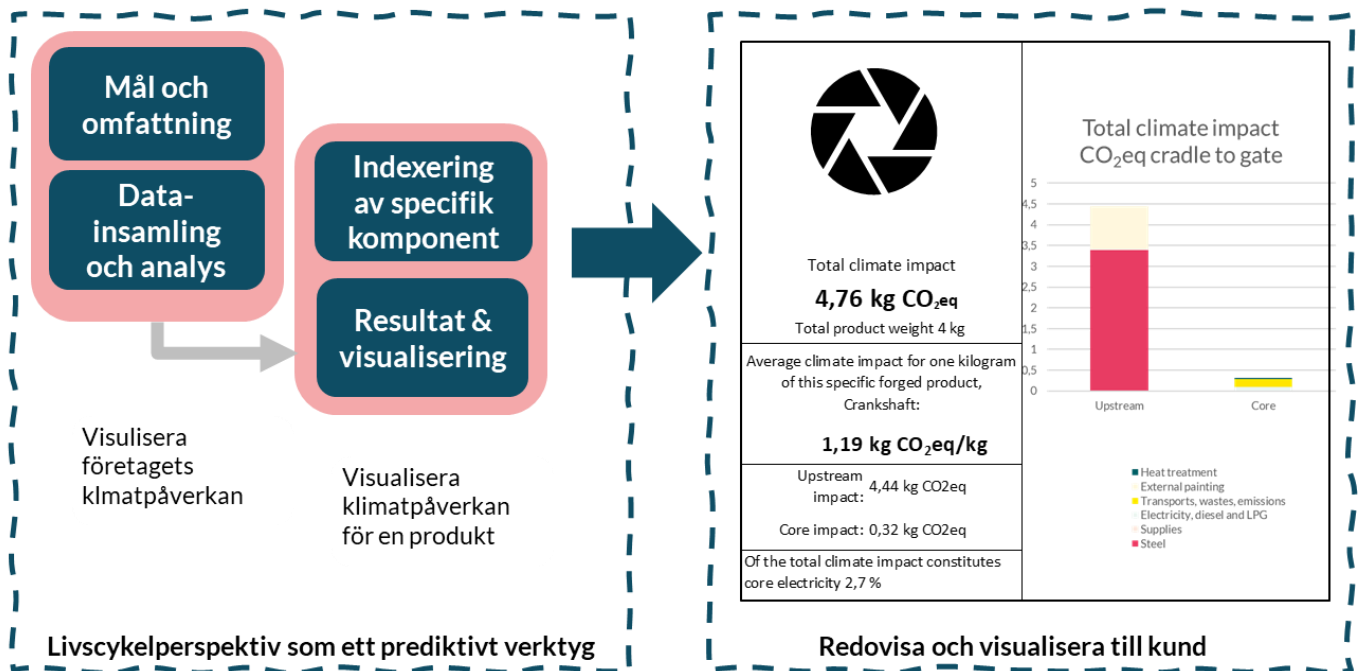
Det finns en mängd olika sätt att visualisera klimatpåverkan och olika verktyg för att arbeta med miljömål. Alla metoder och verktyg baseras på datainsamling och livscykelperspektivet. Beroende på i vilket syfte data skall samlas in finns olika anpassade verktyg:

För att sätta upp och följa mål på företagsnivå finns verktyg för miljöledning i exempelvis GHG Protocols, Zero waste approach och Net zero asset managers initiative.

Vid jämförelse av två olika alternativ är det vanligt att inte genomföra en fullständig livscykelanalys utan endast analysera en del av produktens livscykel, tex användningsfasen.

När klimatpåverkan ifrån en produkt skall användas i marknadsföring finns regler för vad som får lov att kommuniceras. Grunden är att endast redovisa klimatpåverkan utifrån egna produkter utan att jämföra sig med konkurrenter. Den mest erkända metoden redovisas som en miljövarudeklaration ofta kallad EPD (environmental product declaration).

## Predikativt resultat att kommunicera internt och externt



### Upplägg

För att kunna ta fram produktdatablad behövs utbildning och coaching. Detta genomförs enligt följande:

#### Steg 1: Visualisera företagets miljöpåverkan

Workshop 1: Första mötet skapar förståelse för hållbar affärsutveckling, vilka hållbarhetsfrågor som är viktigast för ditt företag. Du får en introduktion till verktyget för att börja samla in data.

Workshop 2: Vid det andra tillfället diskuteras de problem som ni stött på vägen samt hur klimatinformationen skall beräknas.

#### Steg 2: Visualisera klimatpåverkan för en produkt

Workshop 3: Vid tredje mötet går vi igenom resultatet för företagsnivå och för en fiktiv medelprodukt. Utifrån detta väljs en specifik produkt ut, där miljöpåverkan indexerats utifrån era faktiska produktionsprocesser. Arbetet påverkar genom att indexera miljöpåverkan till en specifik produkt/komponent.

Workshop 4: Vid fjärde mötet diskuteras resultatet och hur detta skall kommuniceras mot kund.

### Projektet

Allt fler företag har behov att systematiskt kunna arbeta med klimatinformation. De verktyg som finns idag är kostnadskrävande och företag upplever det svårt att veta vilket verktyg de skall använda för att komma igång.

Då det fortsatt finns ett stort behov av att standardisera hur klimatinformationen skall tas fram har Tillväxtverket finansierat detta projekt för små och medelstora företag.

Under 2022-2023 pågår arbetet med att ta fram metodiken. I detta ingår att testa metodiken på ett antal företag, utvärdera att resultatet kan användas för kommunikation till kund men också för att ta fram en metod för att validera att resultatet är tillräckligt, dvs innehåller tillräcklig information med tillräcklig noggrannhet.

Deltagande företag betalar inget för att delta, och får coaching och stöd för att ta fram klimatinformation för en specifik komponent. I utbyte behöver företagen bistå med sin tid, synpunkter angående hur produkten skall utformas avseende utbildningsprogram och utformning av produktdatabladet.

Ambitionen är att metodiken skall framöver bli en erkänd metod och kunna appliceras på en mängd olika produktgrupper.



EUROPEISKA  
UNIONEN  
Europeiska  
regionala  
utvecklingsfonden

Tillväxtverket har beviljat bidrag till projektet Konkurrenskraftig hållbarhet för SME:s.  
Bidraget tas ur det Operativa programmet Nationella regionalfondsprogrammet REACT-EU.

FKG är projektsamordnare och projektet genomförs med samverkansparter enligt ovan.