

## **Lantmännen och näringslivet i debattartikel: Klimatfrågan måste in i valrörelsen**

I en debattartikel i Aftonbladet uppmanar Lantmännen, Axfood, Folksam, Stena Recycling, Löfbergs, Coca-Cola Europacific Partners Sverige, JM, VAROPreem, Övik Energi och Hagainitiativet politiken att ge klimatfrågan större tyngd i valrörelsen. Budskapet är att klimatet inte ska behandlas som en särfråga, utan måste ses som en fråga om konkurrenskraft, jobb och svensk försörjningstrygghet.

Följande lyftes.

- Klimatpolitik är näringspolitik. Företagen bakom debattartikeln menar att tydliga och långsiktiga spelregler är avgörande för om Sverige lyckas attrahera investeringar, kompetens och framtidens jobb – eller tappar fart i omställningen.
- Klimatomställningen beskrivs också som en fråga om långsiktig robusthet. Med mer inhemsk förnybar och fossilfri energi och bränslen, starkare infrastruktur och mer cirkulära flöden står Sverige bättre rustat vid kriser, geopolitisk oro och störningar i försörjningen.
- Företagen framhåller att näringslivet redan investerar i omställningen, men att stabil politik krävs för att investeringarna ska kunna fortsätta långsiktigt. Därför uppmanar undertecknarna politiken att lyfta in klimatfrågan tydligare i valrörelsen och behandla den som en central samhälls- och näringslivsfråga.

Debattartikeln är undertecknad av Per Arfvidsson, vice vd Lantmännen, Simone Margulies, vd och koncernchef Axfood, Ylva Wessén, koncernchef Folksam, Arjan Wiertz, vd Coca-Cola Europacific Partners Sverige, Mikael Åslund, vd och koncernchef JM, Tobias Narvinger, vd Stena Recycling, Anders Fredriksson, vd Löfbergs, Magnus Heimburg, vice vd VAROPreem, Roland Nordin, vd Övik Energi, och Nina Ekelund, ordförande Hagainitiativet.

Läs debattartikeln i [Aftonbladet](#).

### **Relaterad information**

- [Grön uppväxling](#) (pdf): Rapporten Grön uppväxling, skriven av Lantmännen, LRF, Arla, Livsmedelsföretagen, LRF och Scan Sverige. visar hur svensk livsmedelsproduktion kan växa samtidigt som klimat- och miljömål nås. Den pekar också på vilka investeringar och reformer som krävs för att stärka konkurrenskraft, beredskap och hållbarhet.
- [Klimat & Natur](#): Klimat & Natur är Lantmännens odlingsprogram för framtidens jordbruk. Programmet samlar konkreta åtgärder som minskar klimatpåverkan och stärker den biologiska mångfalden i odlingen.
- [Framtidens jordbruk](#): Lantmännens långsiktiga satsning för ett mer hållbart, produktivt och lönsamt jordbruk. Arbetet utgår från målet om klimatneutralitet till 2050 och bygger på kunskap, praktiska bevis, erbjudanden till lantbrukare och samverkan i hela värdekedjan.

**För mer information, kontakta gärna:**

Lantmännens presstjänst

Tel: 010 556 88 00

E-post: [press@lantmannen.com](mailto:press@lantmannen.com)

#### **Om Lantmännen**

Lantmännen är ett lantbrukskooperativ och norra Europas ledande aktör inom lantbruk, bioenergi och livsmedel. Företaget ägs av 17 000 svenska lantbrukare, har fler än 10 000 anställda, verksamheter i ett tjugotal länder och omsätter 60 miljarder SEK på årsbasis. Med basen i spannmål förädlas åkermarkens resurser för ett livskraftigt lantbruk. Några av Lantmännens mest kända varumärken inom livsmedel är AXA, Kungsörnen, Scan, Korvbrödsbagarn, GoGreen, FINN CRISP och Bonjour. Företaget är grundat på kunskap och värderingar som har funnits i generationer hos ägarna. Genom forskning, utveckling och verksamhet i hela värdekedjan tar Lantmännen ansvar från jord till bord.

Läs gärna mer på [www.lantmannen.se](http://www.lantmannen.se)