



BÆREKRAFTSRAPPORT

Compass Group Norge 2019

INNHold



Leder	6
Om Compass Group	8
Bærekraft i Compass Group	10
FNs bærekraftsmål	12
	14
Laura McMullen	
Bærekraft i alt vi gjør	16
Hva vi har oppnådd i 2019	18

Helse, miljø, sikkerhet og kvalitet	22
	23
Ronny fikk HMS-pris	
Tove Marie Slettebø:	
Helse, miljø og sikkerhet i fokus	24

Sunnhet og god helse	28
	30
Life at Sea	
Økt trivsel, motivasjon og utvikling	32
Renholdernes dag	34
Elisabeth Johansen ble årets medarbeider	36
Funky Fresh – Matkurs	37

Irene på Langkaia: "Det er gøy å prøve nye vegetarretter!"	40
Samarbeid med EAT	41
Matsvinn – "Hjelp oss å redde maten"	42
	44
NHO – best på matsvinn	
Matsvinn – våre tiltak	45
Reduksjon av plast, onshore og plastposer offshore	46

Kjøkkenveien – fra praktikant til ansatt	50
Krav til leverandører	52
Dyrevelferd på agendaen	53
	54
Orkla tar føringen	
Servicesgrossistene: Bærekraft i hele verdikjede	56
Ecolab: Bærekraft nå og i fremtiden	57

	60
Veien videre	
Oppsummering og veien framover	60
Hva vi vil oppnå i 2020	62

01

INNLEDNING

Leder	6
Om Compass Group	8
Bærekraft i Compass Group	10
FNs bærekraftsmål	12
Intervju: Laura McMullen: "Bærekraft gjør oss konkurransedyktige"	14
Bærekraft i alt vi gjør	16
Hva vi har oppnådd i 2019	18



«VELKOMMEN TIL VÅR BÆREKRAFTSRAPPORT FOR 2019»

I dagens verden er bærekraftig drift avgjørende. Våre kunder, gjester og medarbeidere har et økende fokus på bærekraft og sunnhet, både for egen del og for planeten vår. Våre ansatte ønsker å jobbe i en bedrift som tar dette på alvor.

FNs 17 bærekraftsmål viser at økonomi, ytre miljø, samfunnsansvar, samt gode arbeidsvilkår for våre ansatte, henger tett sammen.

To av våre strategiområder People og Purpose, hvor helse og sikkerhet er det viktigste, avspeiler dette.

Vi har mulighet til å påvirke. De valgene vi gjør og de beslutningene vi treffer, betyr noe.

Vi har valgt å iverksette tiltak rundt tre hovedpillarer:

- Helse og velvære
- Miljøtiltak som utgjør en forskjell
- Bedre for verden

Dette er ikke mulig å gjennomføre uten våre ansatte i alle funksjoner og på alle nivåer. Det er derfor viktig at vi sammen skaper en virksomhet hvor våre ansatte trives og vil bidra.

I fjor inngikk vi et samarbeid med EAT Foundation. Dette samarbeidet vil styrke vårt fokus på sunnhet, miljø og bærekraftige menyer.

Vi står foran store utfordringer og disse må vi løse sammen. Som en stor og verdensomspennende aktør i markedet, har vi mulighet til å påvirke.

Vårt arbeid har så vidt begynt og vi gleder oss til fortsettelsen.

Kathinka Friis-Møller

Kathinka Friis Møller
Managing Director Norway & Nordics

Performance
People
Purpose

Våre tre fokusområder: people, purpose, performance er rettesnoren i alt vi gjør. Med en engasjert arbeidsstyrke skal vi levere gode økonomiske resultater og bidra positivt til samfunnet.



INNLEDNING

OM COMPASS GROUP PLC

Compass Group er børsnotert i London og omsetter for over 25 milliarder pund. Selskapet har virksomhet i mer enn 45 land, 55000 kunder og er verdens 6. største arbeidsgiver med rundt 600 000 ansatte. Compass Group er et meget solid selskap med sterke internasjonale referansekunder, som for eksempel Shell, IBM, Microsoft, Sony, Apple, American Express, Nike og Mercedes-Benz.

Vi er markedsledende i vår bransje og skaper verdi for både kunder og gjester. Vi tilstreber å levere tjenester av høy kvalitet til en fornuftig kostnad med fokus på innovasjon og bærekraft.

Compass Group i Norge

I Norge er virksomheten organisert gjennom tre aksjeselskaper; Eurest AS, ESS Support Services AS og ESS Mobile Offshore Units AS. Selskapet har en omsetning på rundt 2 milliarder kroner, ca. 2000 ansatte og leverer servicetjenester på rundt 250 enheter. Vår kjernevirksomhet er måltidstjenester, men vi leverer også skreddersydde serviceleveranser innenfor Facility Management, drift av pasienthoteller samt offshore- og anleggsforpleining. Compass Group har et bredt spekter av kunder innen privat og offentlig sektor. Virksomheten har administrasjonskontorer i Asker og Stavanger.

Merkevarene

Vår virksomhet er strukturert for å gjenspeile markedene vi opererer i. Vi har derfor egne merkevarer for hver sektor vi jobber innenfor, med både internasjonal og lokal spisskompetanse innenfor det respektive markedet. I Norge opererer vi i fem ulike sektorer under disse merkenavnene:



Eurest Services er selskapets forretningsområde innen Facility Management. I tillegg til måltidstjenester tilbys en rekke tjenester som renhold, kontorservice, planteservice og vaktmestertjenester med mer. FM-konseptet "Signature" bygger på at våre kunder skal oppleve arbeidsplassen som et veldrevet hotell med sømløs og profesjonell service.



Eurest har en ledende markedsposisjon og serverer daglig ca. 50.000 måltider på rundt 250 kantiner / personalrestauranter. Selskapets serveringssteder kjennetegnes av høy mat- og servicefaglig kompetanse, og et fokus på å skape en helhetlig måltidsopplevelse. Selskapet leverer også kommersielle restauranter, kaffebarer og kiosker.



Medirest er markedsledende i sitt segment, og har driftet pasienthotell og rehabiliteringssentre siden 1998. Selskapet tilbyr måltidstjenester, renhold, kiosk og andre støttetjenester til helsesektoren. Medirest sin rolle er å være helse- og velferdssektorens verktøy, for å sikre optimal ivaretagelse av drift og omsorg, innovasjon og effektivisering.

Siden November 2019 har vi hatt ansvaret for driften av Forsvarets velferdskantiner i hele Norge. I konseptet er det lagt vekt på at rekruttene opplever adspredelse og sosiale aktiviteter, ro og hvile, samt god og omsorgsfull service.

ESS Support Services er Norges største selskap innen måltidsservice og forpleining i Nordsjøen. Selskapet har mer enn 30 års erfaring og leverer tjenester innen matservering, innkvartering, drift av kantiner og anlegg, catering og kontorstøtte.



Eurest Konferanse & Selskap driver flere konferansesenter i Oslo, og har lang erfaring med små og store møter, kurs, selskap og andre arrangement. Alle senterne byr på flotte konferanse- og selskapslokaler, møterom i flere størrelser, topp teknisk utstyr og selvsagt førsteklasses mat og service.



INNLEDNING

BÆREKRAFT I COMPASS GROUP

Bærekraftsstrategien til Compass Group ble formulert og satt i 2018. I 2019 har vi fokusert på å gjennomgå, bekrefte og iverksette. Strategien er satt sammen av tre hovedprioriteringer som støttes opp av 9 ulike handlingsplattformer.

Handlingsplattformen

HELSE OG VELVÆRE	EN FORSKJELL FOR MILJØET	FOR EN BEDRE VERDEN
Næring, helse og velvære helt i tråd med våre verdier	Målsatte tiltak med stor miljøpåvirkning	Vi vil påvirke langt utenfor vårt virksomhetsområde
 Sunne, næringsrike valg	 Matsvinn	 Ansvarlig innkjøp
 Psykisk helse	 Plast- og engangs-emballasje	 Berike lokal-samfunnet
 En sunn livsstil	 Plantebaserte måltider	 Samarbeid for å nå målene

Helse, miljø og sikkerhet – vår prioritet nr 1

Verden står overfor store utfordringer som vi ikke lenger kan ignorere:

60% av **forbrukerne** mener det er viktig at **maten vi kjøper og spiser** er **produsert** på en **bærekraftig** måte.
(Insight`s Food and Health Survey 2018)



Bærekraftig produksjon

Antall milliarder mennesker på Jorden vil øke fra **8,5** i dag til nesten **10** i **2050**. Det er derfor viktig å **redusere kjøttproduksjonen** og heller bidra til at vi kjøper og spiser mer **plantebasert mat**.
(United Nations)



Plantebasert mat

Arbeidsgivere som **leverer** og **produserer bærekraftig** tiltrekker seg **gode medarbeidere** og bidrar til **utvikling og mangfold**.
(The 2019 Global Talent Trends Report)



Bære kraft i arbeidslivet

Planeten vår har begrenset plass og ressurser. Vi er derfor nødt til å **redusere avfallet** og bevege oss mot **resirkulering og gjenbruk – sirkulær økonomi**. Dette gjelder særlig **plastavfallet** og **maten** som kastes.



Sirkulær økonomi

Vi er nødt til å samarbeide lokalt og globalt for å få til disse viktige endringene. FNs bærekraftsmål bidrar til dette.

INNLEDNING

FNs BÆREKRAFTSMÅL

Bærekraftig utvikling handler om å ta vare på dagens behov, uten å ødelegge fremtidige generasjoners muligheter til å dekke sine. Bærekraftsmålene reflekterer de tre dimensjonene i bærekraftig utvikling: klima og miljø, økonomi og sosiale forhold.

«Det er sammenhengen mellom disse tre dimensjonene som avgjør om noe er bærekraftig. FNs bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030. Da målene ble vedtatt i 2015, var det med en ny forståelse for at økonomi, ulikhet og miljø påvirker hverandre i større grad enn det vi trodde tidligere. For ikke å bruke opp den eneste kloden vi har, må vi finne løsninger som balanserer belastningen på miljøet med forbruket og økonomien vår, og vi må finne bedre måter å fordele ressursene på. Det er bærekraftig både for mennesker og miljøet» (FN sambandet 2020)



I Compass Group kan vi bidra og forplikter oss til 9 av disse 17 målene.



PÅ BAKGRUNN AV VÅR MILJØUTREDNING OG FNs BÆREKRAFTSMÅL, SKAL VI FOKUSERE PÅ:

- Sikkerhet og mattrygghet
- Våre gjester og medarbeideres helse og velvære
- Ernæring og en sunn livsstil
- Matsvinn
- Engangsservise og plast
- Plantebaserte måltider
- Samarbeid i de områder hvor vi har virksomhet
- Vi vil bidra til at flere kommer i arbeid og får muligheten

til å utvikle seg. Som en av verdens største arbeidsgivere kan vi bidra til rettferdige og sikre arbeidsforhold. Vi vil tiltrekke oss og utvikle medarbeidere som ønsker å arbeide i en bærekraftig virksomhet

► Ansvarlig innkjøp. Vi vil være sikre på at våre leverandører og deres underleverandører produserer under menneskeverdige forhold, og at leveransen ikke påvirker miljøet negativt.

INTERVJU: LAURA MCMULLEN

«BÆREKRAFT GJØR OSS KONKURRANSEDYKTIGE»

“Dersom bedrifter skal være relevante i fremtiden er de nødt til å ta bærekraft på alvor. Det gjelder i aller høyeste grad oss i Compass Group også.”

Det er den klare oppfordringen fra Laura McMullen, som er Sustainability Manager i Compass Group. Forskning viser at bedrifter som har bærekraft høyt på agendaen oppfattes som mer positive og sterke, men tallene viser i tillegg at de ofte scorer bedre på avkastning.

– Forskningen som er blitt gjort på dette feltet det siste året viser at bærekraft er bra for bedriften. I Compass Group tar vi bærekraft på alvor. Vi er ikke best ennå, men vi er definitivt langt fremme i arbeidet, sier Laura.

I fremtiden tror Laura at bedrifter kommer til å bli målt på bærekraft. Det er allerede i gang, men det vil være en klar forventning om at en bedrift skal drive bærekraftig.

HØYE AMBISJONER

Lauras ambisjon er at vi som markedsleder også skal ta føringen og være en bedrift som viser vei innen bærekraft. Det blir viktig i tiden fremover å gjøre bærekraft til en del av stammespråket, og innarbeide det i alle rutiner slik at det ligger i bakhodet hver eneste dag, i hver eneste oppgave.

– Da tenker jeg vi kan ta en førende posisjon, hvilket ikke bare vil være bra for selskapet, slik som forskningen viser, men det skaper troverdighet, god internkultur og en ekstern stolthet som er viktig i bedrifter som vår, sier Laura.

ET SAMFUNNSANSVAR

I fremtiden tror Laura at bedrifter kommer til å bli målt på bærekraft. Det er allerede i gang, men det vil være en klar forventning om at en bedrift skal drive bærekraftig.

– Det kommer til å være en forventning til bærekraft fra myndigheter, av kunder, leverandører, samarbeidspartnere, investorer og ansatte. Å neglisjere betydningen av dette i fremtiden kan gjøre deg lite attraktiv og mindre konkurransedyktig. Alle må kunne vise til en plan for at man tar samfunnsansvar, sier Laura.

Ifølge Laura handler bærekraft om et større bilde enn bare egen bedrift. Hun mener noen må våge å gå foran med et godt eksempel. Da kan vi dra med oss samarbeidspartnere, kunder og leverandører. En felles dugnad for å nå målene.

– Jeg tror at hvis vi ønsker å oppmuntre andre til å være ansvarlige, må vi sette standarden selv. Vi må være klar over at vi er på en reise og ikke kan gjøre alt perfekt til å begynne med, men bare noen få endringer vil utgjøre en forskjell, avslutter Laura.



LAURA MCMULLEN

- Laura er født og oppvokst i Storbritannia, men har også bodd i Sør-Amerika, Singapore og Frankrike.
- Laura har en MBA i Business Administration. Hun startet sin karriere innen finans, via konsulentvirksomhet innen bærekraft, og kom til Compass Group som Sustainability Manager i november 2018.
- «Bærekraft og samfunnsansvar. Vi må ruste oss godt for fremtiden ved å gjøre de riktige grepene allerede nå.»

INNLEDNING

BÆREKRAFT I ALT VI GJØR

Mat er en av våre viktigste ressurser og vi er mange mennesker som jobber med dette hver eneste dag, året rundt. Å jobbe med mat handler om å tenke på hvem vi handler fra, hva vi velger å servere og ikke minst hvordan vi serverer.

Hos oss handler det om hvordan våre flotte medarbeidere hver eneste dag jobber for gode opplevelser for våre gjester. Mange ansatte møter arbeidslivet for første gang hos oss. Det gir oss et samfunnsansvar. Vi har et spredt mangfold. Mange kulturer møtes på en og samme plass. Det beriker vårt selskap og gjør oss til en viktig påvirker. Samtidig handler det også om hvem vi er og hvordan vi som en samfunnsaktør kan være med på å bidra positivt i samfunnet.

I Compass Group er vi opptatt av å være tydelige på hvilken rolle vi spiller i det store bildet. Vi har en systematisk plan rundt hvordan vi jobber med de ulike interessentene. I vår verdikjede, slik at vi minsker miljøpåvirkningen. Vi er aktive deltakere i ulike bærekraftsnettverk, blant annet fra NHO, slik at vi kan påvirke og sette standarden i bransjen.

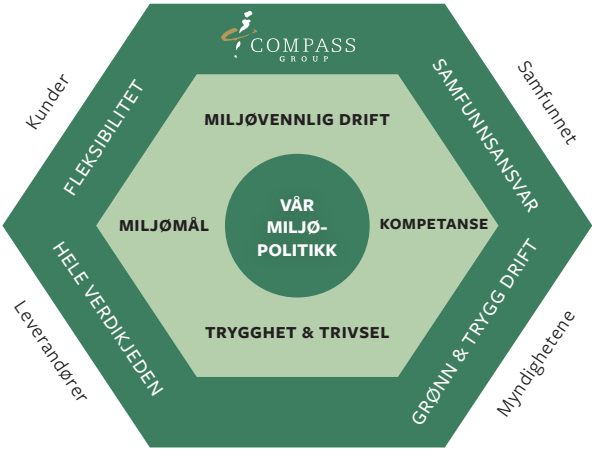
SLIK JOBBER VI MED BÆREKRAFT

Informasjon er viktig, og vi må få ut budskapet til alle våre sluttbrukere. Vi har en dedikert HMS-avdeling som sørger for at bærekraft hele tiden er langt fremme i alt vi gjør. Derfor er også bærekraft nevnt som en av våre tre P'er, Purpose.

- Bærekraft er med når vi:
- ▶ velger leverandører
 - ▶ velger produkter
 - ▶ setter sammen menyer
 - ▶ presenterer maten
 - ▶ unngår matsvinn og utnytter råvarene maksimalt

Ulike kunder har ulike behov, men som leverandør jobber vi tett med hver enkelt kunde for å bidra til at de når sine miljømål. Vi samarbeider tett med våre leverandører for å sikre gode og bærekraftige råvarer, og sporbarhet i hele verdikjeden.

Ved å snakke om det vi er opptatt av, vise det og gjennomføre det, kan vi påvirke gjestene våre til å ta kloke og bærekraftige valg, både i våre kantiner og hjemme i det daglige.



INNLEDNING

HVA VI HAR OPPNÅDD I 2019

	MÅLOMRÅDE	TILTAKET	FNs BÆREKRAFTSMÅL	STATUS
Helse og velvære	Næringsriktige valg	Redusere kjøttforbruket	3 GOD HELSE 13 STOPPE KLIMAEENDRINGENE 8 ANSTENDIG ARBEID OG ØKONOMISK VEST 5 LIKESTILLING MELLOM KJØNNENE	Forbruket av kjøtt er ytterligere redusert i løpet av 2019. Kjøttprodukter utgjør nå mindre enn 1/5 av maten vi kjøper inn. Kjøttet er erstattet av plantebaserte proteinkilder, mer fisk samt gode kjøtterstatningsprodukter.
		Øke innkjøp av grønnsaker og frukt		
	Mental helse	Øke trivsel og motivasjon		Antall ansatte som mottar treningsrefusjon har økt, og det gjennomføres trening på kontoret i Asker hver eneste mandag. Det er iverksatt tiltak for å øke trivselen til våre ansatte, deriblant vårfest, utdeling av prisene Årets Medarbeider og Årets Enhet, høyt fokus på faglig utvikling og markering av renholdernes dag.
	Sunn livsstil	Øke antall ansatte som mottar treningsrefusjon		
Miljøtiltak som betyr noe	Matsvinn	Redusere matsvinnet	12 ANSVARLIG FORBRUK OG PRODUKSJON 2 UTRYDDE SULT 13 STOPPE KLIMAEENDRINGENE 3 GOD HELSE	I Eurest er antall enheter som måler matsvinn økt fra 8 til 30 i løpet av høsten 2019. Svinnet måles i produksjonsavfall, mat som er gått ut på dato, feil- eller overproduksjon samt gjestesvinn. Matsvinnet er redusert med 27% i 2019.
		Øke antall siter som måler matsvinn		
	Engangsartikler - plast	1. Redusere forbruk av engangsartikler med 40% i løpet av 2020. 2. Redusere engangsartikler av plast med 100 % i løpet av 2020.		Det er iverksatt tiltak for å redusere forbruk av engangsartikler totalt samt utviklet et sortiment for engangsservise av andre materialer enn plast. Der hvor det ikke finnes alternativer har vi benyttet plast basert på mais eller sukkerrør. Engangsservise av plast er redusert med 13 % siden 2017-2018. Forbruk av engangsservise er redusert med 20 % siden 2010-2011, målt i kroner av non-food varekost.
	Plantebaserte måltider	Øke antall veganske og vegetariske oppskrifter		Til sammen er det nå opprettet ca 340 veganske og vegetariske oppskrifter. I tillegg kommer mer enn 50 varierte salatblandinger samt smoothies. Antall retter med kjøtterstatning er 15. Offshore har antall vegetariske tilgjengelige oppskrifter økt fra 58 til 90.
For en bedre verden	Ansvarlig innkjøp	Tilfredstille krav i Bronze level i løpet av våren 2019 og Silver Level i løpet av 2020	14 LIV UNDER VANN 15 LIV PÅ LAND 13 STOPPE KLIMAEENDRINGENE 8 ANSTENDIG ARBEID OG ØKONOMISK VEST 17 SAMARBEID FOR Å NÅ MÅLENE	Kravene til våre leverandører øker og fokus på menneskerettigheter, bærekraft og dyrevelferd styrkes.
		Øke andel MSC- og ASC-sertifisert fisk		Andel MSC- og ASC-sertifisert fisk er opprettholdt i Eurest og ESS.
		Øke andel miljømerkede renholdsmidler		Andel miljømerkede kjemikalier er økt til 50 % på renhold.
	Samarbeide for å oppnå den store forskjellen	Lære- og praksisplasser		Mer enn 50 kandidater pr år via Kjøkkenveien – vårt program for å integrere de som står utenfor arbeidslivet. 18 kandidater i Oslo har fått plass i vårt Chef Express-program, et unikt samarbeid med NAV Oslo.
		Samarbeide med næringslivet		Compass samarbeider tett med næringslivet, bransjen, andre innkjøpere samt våre leverandører for å oppnå bærekraftsmålene. Vi er blant annet knyttet til flere bransjenettverk, som for eksempel KuttMatsvinn 2020, Saltpartnerskapet og NHOs bærekraftssamarbeid.
		Samarbeide med våre leverandører		
		Samarbeide med miljøorganisasjoner		
		Samarbeide med myndighetene		

Målene for Eurest AS omfatter både drift av kantiner, FM-tjenester, sykehushoteller samt kurs og konferansesentrene. ESS er forpleining offshore.

02

SIKKERHET FØRST – I ALT VI GJØR

Helse, miljø, sikkerhet og kvalitet	22
Intervju: Ronny er best på HMS i 2019	23
Intervju: Tove Marie Slettebø: Helse, miljø og sikkerhet i fokus	24



SIKKERHET FØRST – I ALT VI GJØR

HELSE, MILJØ, SIKKERHET OG KVALITET

HMS er vår førsteprioritet. Vårt mål er en sikker, skadefri og sunn arbeidsplass. Vi ønsker å levere tjenester som alltid er trygge for våre kunder, samt å påvirke miljøet så lite som mulig i hele vår leveranse. Alle som jobber i Compass Group har et moralsk ansvar for å verne om hverandre, kundene og miljøet.

Vi jobber etter en nullfilosofi. Null skader på mennesker, null skader på materiell og null skader på miljø. For å få til det må vi skape en god sikkerhetskultur. Hvis alle bryr seg om sin egen sikkerhet og sidemannens sikkerhet, og sier ifra om man ser noe som er feil - da kan vi få det til.

Det handler om å ikke styres av prosedyrer, men å være bevisst og til stede i nuet. Da oppdager man ting i forkant og kan forhindre at det skjer en ulykke.

Gjennom programmet «See, Care, Share» vil vi proaktivt skape sikkerhet. Tanken er at vi skal være tilstede, bry oss, si i fra, og dele erfaringer, tanker og ideer. På den måten vil vi skape en god og trygg arbeidsplass for våre ansatte og gjester.



Kutthansken er en del av vår uniform, og brukes stolt av alle våre ansatte.

RONNY ER BEST PÅ HMS I 2019

«AT ANSATTE SKAL HA EN TRYGG OG SIKKER ARBEIDSPLASS ER FOR MEG EN SELVFØLGE»



Alle må bidra for å skape en god og sunn kultur, sier Ronny. Her sammen med gode kolleger. F. v. Tina Finstad, Cathrine Taulow og Vanja Øverland på Eurets Vårfest 2019.

En god HMS-kultur kommer ikke av seg selv, den skapes og blir en del av den naturlige tankegangen i hverdagen til ansatte. Vi som ledere må ta ansvar, tilrettelegge og ha en positiv holdning til HMS, sier Ronny Malmberg, site manager hos Statnett Nydalen og vinneren av HMS-prisen 2019.

Ronny har lang erfaring fra Horeca og flybransjen. I 2011 begynte han å jobbe i Compass Group. Her har han nå blitt værende i nesten 8 år.

– For meg er Compass Group et fantastisk spennende selskap å få være del i. Det var utrolig hyggelig å vinne en pris som symboliserer arbeidsmiljøet vi har på Statnett SF, og jeg deler seieren med de utrolige flinke, initiativrige og positive kollegene mine der som bidrar til en god HMS-kultur, sier Ronny om seieren.

Man bygger en god HMS-kultur sammen

Ronny blir beskrevet som en leder som ser sine ansatte, korrigerer hvis det trengs, alltid gir ros og tar seg tid til en

prat. For Ronny er det viktig å bygge HMS-kultur, og han motiverer til et godt arbeidsmiljø. Dette vises blant annet i et stabilt sykefravær på hans enhet.

– At ansatte skal ha en trygg og sikker arbeidsplass er for meg en selvfølge. Med et bredt spekter som skal dekkes innenfor HMS, er ikke dette lederens ansvar alene. Her må alle medvirke, sier Ronny.

Han avslutter med noen gode tips til hvordan andre ledere kan gjøre HMS til en naturlig del av arbeidshverdagen:

– Vær aktiv, følg opp avvik, ta del i HMS-arbeid og ikke minst; gå foran som et godt eksempel, smiler Ronny.

INTERVJU: TOVE MARIE SLETTEBØ

HELSE, MILJØ OG SIKKERHET I FOKUS

Etter 38 år i Compass Group har Tove Marie Slettebø rukket å fylle mange roller. Som Forpleiningsleder offshore er hun en nøkkelbrikke i å få ansatte til å like plattformlivet. HMS har høyeste prioritet når Tove Marie er på vakt.

– Vi kan ikke forvente at folk skal glede seg til å være lenge på jobb, altså borte fra venner og familie, men klarer vi å skape en følelse av at det kjennes kjekt og helt greit å reise ut på 14 dagers turnus, har vi kommet langt, forteller Slettebø entusiastisk.

HMS HANDLER OM TRYGGHET

For Tove Marie handler HMS om trygghet. Trygghet kan ledere skape ved å vise at de er oppriktig opptatt av de ansattes ve og vel. Man må ta seg tid til å se hvert enkelt menneske.

– Skal du lykkes med HMS-arbeid må du først og fremst skape trygghet på arbeidsplassen. Det er et ledelsesansvar. Du må ærlig, og inderlig føle og tro på den jobben du gjør. Du må kommunisere godt og tydelig, og vise en genuin interesse



Tove Marie Slettebø
Forpleiningsleder på Ekofisk

på arbeidsplassen. Da skaper du en mye hyggeligere, tillitsfull og trygg atmosfære for alle rundt deg, sier hun.

For at man skal ha overskudd til å tenke klart, være konsentrert og ikke gjøre feil må grunnleggende behov dekkes.

God HMS på arbeidsplassen er viktig for den enkeltes psykiske og fysiske helse. Er man offshore legges det stor vekt på sikkerhet. For at man skal ha overskudd til å tenke klart, være konsentrert og ikke gjøre feil må grunnleggende behov dekkes.

– Jeg ønsker å legge til rette for at man har det godt på jobb. Det er grunnleggende. Vi bruker så mye av tiden vår på arbeidet at det som påvirker oss her, også legger grobunn for hvordan vi har det privat. Derfor er jobben et sted som både kan løfte oss, men også knekke oss. Da må vi sammen sørge for at vi løfter hverandre og ikke knekker hverandre, sier Tove Marie.

LANG FARTSTID

Etter 38 år i Compass Group har hun rukket å lære mye, og det har formet henne til den ledere hun er i dag. Tove Marie er sikker på at hun har fått mye god lærdom av å jobbe seg opp i systemet, fra å være en av dem på grasrota til selv nå å være leder for dem.

– Jeg tror det at jeg har rukket å jobbe i så mange forskjellige roller gjør at jeg lettere setter meg inn i utfordringer den

enkelte har. Riktignok har verden forandret seg, men jeg kan lett relatere meg til problemstillinger som ofte kan gå under radaren for ledere som ikke har den samme erfaringen, sier Tove Marie.

Siden 1982 har Tove Marie rukket å fylle mange roller. Det har gått fra å være en av de første i Norge til å ta fagbrev som renholder, til videre utvikling fra renholdsleder til fagleder, HMS-leder, driftsleder på landbaserte anlegg og de siste 20 årene som Forpleiningsleder hovedsakelig på Ekofisk.

– Jeg er egentlig utdannet innen handel og kontor, og det er vel det som har bragt meg dit jeg er i dag. Da jeg var liten jente var drømmen å jobbe og drive kafe. Du kan vel si at jeg har fått oppfylt den drømmen, men jeg har fått en mer actionfylt kafe-jobb, så dette er mye bedre enn jeg noen gang hadde drømt, avslutter hun.



Ekofisk

FEM RÅD TIL DEG SOM VIL BLI GOD PÅ HMS:

- ▶ Vis interesse for jobben som gjøres i alle ledd.
- ▶ Ha faglig integritet opp mot jobben som skal gjøres.
- ▶ Gå foran med et godt eksempel.
- ▶ Vær oppmerksom og se alle.
- ▶ Ha en god dialog ved å være åpen og ærlig.

03

GOD HELSE

Sunnhet og god helse	28
Life at Sea	30
Økt trivsel, motivasjon og utvikling	32
Renholdernes dag	34
Elisabeth Johansen ble årets medarbeider	36
Funky Fresh – Matkurs	37



GOD HELSE



SUNNHET OG GOD HELSE

Mat og følelser er ofte knyttet sammen. Vi spiser ikke bare for å spise, men for å feire, kose oss, belønne og trøste oss selv. Det å ha et sunt og godt kosthold som gir de næringsstoffene man trenger kan bidra til bedre helse, både psykisk og fysisk.

Compass Group ble i 2016 rangert som nummer 33 på Fortunes «Change the World» liste over selskaper som bidrar mest i arbeidet med å skape en positiv utvikling i verden. Magasinet skrev den gang: «Compass Group er mat- og serviceleverandøren du aldri har hørt om, men som stille og rolig forandrer hvordan du spiser, på måter som er bedre for planeten og helsen».

Nedenfor finner du 11 gode råd med henblikk på hva, hvor mye og hvordan du skal spise. Valgene har betydning både for helse og for miljøet. (Kilde: Helsedirektoratet – Vurdering av de norske kostrådene i et bærekraftsperspektiv)

1. Ha et variert kosthold med mye grønnsaker, frukt og bær, grove kornprodukter og fisk, og begrensede mengder bearbeidet kjøtt, rødt kjøtt, salt og sukker.
2. Ha en god balanse mellom hvor mye energi du får i deg gjennom mat og drikke, og hvor mye du forbruker gjennom aktivitet.
3. Spis minst fem porsjoner grønnsaker, frukt og bær hver dag.
4. Spis grove kornprodukter hver dag.
5. Spis fisk til middag to til tre ganger i uken. Bruk også gjerne fisk som pålegg.
6. Velg magert kjøtt og magre kjøttprodukter. Begrens mengden bearbeidet kjøtt og rødt kjøtt.

7. La magre meieriprodukter være en del av det daglige kostholdet.
8. Velg matoljer, flytende margarin og myk margarin, fremfor hard margarin og smør.
9. Velg matvarer med lite salt, og begrens bruken av salt i matlagning og på maten.
10. Unngå mat og drikke med mye sukker til hverdags.
11. Velg vann som tørstedrikk.
12. Vær fysisk aktiv i minst 30 minutter hver dag

Kast så lite mat som mulig. Husk at frukt og grønnsaker er følsomme produkter – kjøp ikke mer enn du trenger og oppbevar produktene riktig for å redusere matsvinnet

MINDRE SALT, FETT OG SUKKER, OG MER KOSTFIBER

Helse- og omsorgsminister Bent Høie har nedsatt en næringslivsgruppe for økt fokus på bedret folkehelse. Vår administrerende direktør, Kathinka Friis-Møller, deltar som bransjens representant i gruppen. Formålet er å identifisere og iverksette konkrete tiltak som vil bidra til å bedre kostholdet i tråd med kostanbefalingene og NCD- målene.

COMPASS GROUP ER MED I SALTPARTNERSKAPET

Saltpartnerskapets overordnede formål er å iverksette arbeidet med saltreduksjon i matvarer og bearbeidet mat. Det utarbeides veiledende mål for saltreduksjon i ulike matvaregrupper, og i serveringsbransjen arbeides det med å få ned saltinnholdet i maten som serveres. Gruppen har som mål å redusere saltinntaket med 30% innen 2025. Bearbeidede matvarer bidrar i snitt med 70-80 % av saltinntaket og vi er svært bevisst bruk av alternativer til salt i maten som tilberedes i våre kjøkken.

Tiltak vi har gjennomført for å redusere saltinnholdet:

- ▶ Redusert bruken av salt i våre oppskrifter
- ▶ Valg av lavsaltprodukter der det er tilgjengelig.
- ▶ Vi bruker urter og krydder framfor salt i våre oppskrifter for å gi den gode smaken.
- ▶ Vi har fjernet saltbøsser fra serveringsbordene
- ▶ Vi velger ofte rene råvarer da 75 % av saltet vi spiser kommer fra industrifremstilt mat.

VISSTE DU AT...

- ▶ 1 kg oksekjøtt forårsaker 7,5 ganger så mye utslipp som kylling
- ▶ 1 kg norske tomater forårsaker mer enn 10 ganger så mye utslipp som 1 kg gulrøtter
- ▶ 1 kg ris forårsaker 10 ganger som så mye utslipp som 1 kg norske poteter
- ▶ Maten vår står for rundt 30 prosent av klimautslippene og produksjonen kan true miljø, arts mangfold og helse.

Kilde: Framtiden i våre hender

VÅR KUNNSKAP ER DIN TRYGGHET

I Medirest har vi driftet hotelltjenester i regi av de norske helseregionene i over 20 år. Vi har lært den norske pasienten og hotellgjesten å kjenne. Vi vet at man som beboer på pasienthotell eller rehabiliteringssenter ofte er i en sårbar situasjon.

Oppholdet kan for mange knyttes opp mot store livsendringer. Da er det ekstra viktig å bli møtt av blide og serviceinnstilte ansatte. Få god og næringsrik mat, og tilbringe tiden i hyggelige og avslappende omgivelser.

Målet vårt er å gi gjestene den tryggheten og omsorgen de trenger, slik at de kan fokusere på egen helse.



GOD HELSE



ESS utvikler sin mat- og serviceleveranse med prosjektet Offshore Refresh. Med fokus på det sunne, på helse og på miljøet, jobbes det målrettet mot en grønnere profil gjennom konseptet Life at Sea.

Bærekraft er grunnmuren i Offshore refresh; med fokus på helse og miljø. Vi jobber enda mer målrettet mot en grønnere profil. Mer plantebasert mat, mindre sukker og salt, mer grovt og fiberrikt og mindre plast. Brødskolen, Det Grønne og Kunnskapsløftet er hovedelementene i Life at Sea.

Formålet er å øke innkjøp av plantebasert mat samt redusere kjøttforbruket. I tillegg skal rettene inneholde mindre salt og sukker.

BRØDSKOLEN

Brødskolens formål er å øke kunnskap om brød samt skape bakeglede gjennom økt fokus på brød.

Vi har blant annet utviklet et eget Offshore-brød til glede for våre gjester, digitale kurs for våre ansatte, QR-presentasjon av allergener og næringsinnhold, samt en egen Brødhåndbok.

DET GRØNNE OG DET SUNNE

Formålet er å øke innkjøp av plantebasert mat samt redusere kjøttforbruket. I tillegg skal rettene inneholde mindre salt og sukker. Dette skal blant annet oppnås ved hjelp av opplæring, en digital kunnskapsbank og en egen vegetarhåndbok.

PLAST

Formålet er å redusere plastforbruket offshore. Engangsartikler i plast skal gradvis erstattes med artikler i andre materialer gjennom 2020.

KUNNSKAPSLØFTET

Kunnskapen rundt grønne måltider, sunne brød og bruk av plast skal økes blant annet gjennom on-site opplæring av vårt Culinary Team.

Culinary Team ble etablert i 2019. Tre av våre dyktige kokker ble håndplukket for å bidra med kunnskap og utvikling, i tillegg til å implementere Offshore Refresh på alle skift og alle enheter.



DET GRØNNE OG DET SUNNE

Formålet er å øke innkjøp av plantebasert mat samt redusere kjøttforbruket.

CULINARY TEAM

Tre av våre dyktige kokker ble håndplukket for å bidra med kunnskap og utvikling.



BRØDSKOLEN

Brødskolens formål er å øke kunnskap om brød samt skape bakeglede gjennom økt fokus på brød.

GOD HELSE

ØKT TRIVSEL, MOTIVASJON OG UTVIKLING

Våre ansatte er vår viktigste ressurs. Hvis de ansatte trives og får utvikle sine faglige interesser, øker vi kompetansen og engasjementet i bedriften. Vi gjennomfører en rekke tiltak for å sikre et trygt arbeidsmiljø som motiverer til økt trivsel og videre utvikling.



SPEAK UP

Forebygging av mobbing på arbeidsplassen står sentralt i arbeidet for et bedre arbeidsmiljø.

Tiltak som bedrer det psykososiale arbeidsmiljøet generelt, vil også virke positivt mot mobbing. Vårt program Speak Up gir trygge rammer for de ansatte hvor de kan si ifra om noe ikke er greit. Dette er en intern varslingstelefon hvor man kan rapportere hendelser eller handlinger man opplever som utrygge, ukorrekte, uetiske eller ulovlige.

COMPASS ACADEMY OG LEADERSHIP IN ACTION

Utvikling og læring er selve grunnlaget for Compass Academy, Compass Groups egen kurskatalog. Her er alle opplærings- og utviklingskurs selskapet tilbyr samlet i en felles katalog. Kursene holdes av interne foredragsholdere, eller i samarbeid med våre leverandører.

Leadership in action har startet opp med mål om å skape fantastiske arbeidsplasser for alle våre ansatte. For å få til dette må vi først forstå oss selv og menneskene vi har rundt oss. Kurset setter fokus på «Hvordan være den beste lederen hver eneste dag?».

Kurset er informativt og krever aktiv deltakelse i workshops og diskusjoner. I tillegg til å vektlegge godt lederskap får også kursdeltakerne noen hjelpemidler på veien mot å bli nr. 1 på mat og service.



Bilde fra første gjennomførte kurs i Leadership in Action

COMPASS COMMITMENTS

Vi lanserte nylig våre Compass Commitments over hele verden. De tre forpliktelsene - Respekt - Vekst - Samarbeid - definerer hva vi ønsker å tilby til alle som jobber her. Vi ønsker at Compass skal være en organisasjon der vårt folk føler seg verdsatt, respektert, støttet, ivaretatt og lykkelig. Forpliktelsene sikrer vår oppførsel - både som organisasjon og overfor hverandre.



MEDARBEIDERTILFREDSHET

Årets medarbeiderundersøkelse ble gjort internasjonalt. Engasjerte ansatte gav en god svarrate og vi scoret høyt på våre Compass Commitments – respekt, vekst og samarbeid. Mange er tilfredse i selskapet, og føler seg inkludert. I Compass Group er vi tilstede for hverandre. Det kan vi være stolte av!

NÆRVÆRSARBEID

I samarbeid med bedriftshelsetjenesten (Aktimed) og NAV, har Compass Group fagdag med tema «sykefravær» for ledere med personalansvar. Vi fokuserer på forebyggende arbeid ift. muskel- og skjelettplager, helsefremmende arbeid og psykososialt arbeidsmiljø. Fagdagen består av foredrag, praktiske øvelser og workshop for ledere som skal følge opp sykmeldte. Ved å skape en god dialog og være tilstede kan vi redusere sykefravær, få ansatte raskere tilbake i jobb og skape en god kultur. Gjennom NAV har vi også praktikanter i lengre avtaler. Disse er en del av nærværarbeidet vårt, og skal følge oss gjennom de neste årene.



KVINNEDAGEN

8. Mars er den internasjonale kvinnedagen. Opp mot denne dagen kan man nominere en kvinne som inspirerer, bidrar og får til mer enn det som forventes. Hun kan bety mye for deg, for kundene eller for Compass Group. Denne aktiviteten hjelper oss å reflektere og sette pris på de rundt oss, samtidig som vi kan vise vår takknemlighet til de som fortjener en ekstra klapp på skulderen.

GOD HELSE

RENHOLDERNES DAG

Sola skinner på CatoSenteret, der det ligger lunt til på en høyde ved tettstedet Son. Utsikten til Oslofjorden er fantastisk. Fantastiske er også renholdsteamet, representert av Gosia Misiewicz, Linda Orskaug og Anne Lahtela. Vi er på plass for å hedre de. Det er første mandag i desember og renholdernes dag.

Det er en herlig gjeng som møtes til lunsj. Husøkonom Anne har jobbet på Catosenteret i snart 20 år, mens Linda har jobbet her i 1,5 år og Gosia i 2 år. Anne er opptatt av samarbeid og teamwork, og det er lett å se at teamet er sammensveiset.

– Selv om vi jobber alene mye av dagen så er vi et team. Hvis en har mye å gjøre i sin sone, hjelper vi andre til, sier Anne.

Gjengen på CatoSenteret er kanskje ekstra heldig for samholdet de har. Mange renholdere jobber alene hele dagen og de fortjener oppmerksomhet og anerkjennelse.

Vi tar det ofte for gitt at det er rent rundt oss, men bak dette står en renholder som har utført en viktig jobb.

ALLE KAN VASKE, MEN IKKE ALLE KAN RENHOLD

– Vi tar det ofte for gitt at det er rent rundt oss, men bak dette står en renholder som har utført en viktig jobb. Riktig utført renhold er avgjørende for varigheten av materialer og levetiden for bygningsmassen, sier Nils Finstad, utviklingssjef renhold i Eurest.

Renhold er et fag. Bruker man feil kjemikalier kan man ødelegge gulvbelegg og membraner. Gosia liker utfordringene i hverdagen.

– Vi må hele tiden løse problemer. For eksempel å finne ut av hvordan man fjerner spesielle flekker. Anne har mye erfaring og hjelper oss med gode råd slik at vi hele tiden kan bli bedre. Vi samarbeider godt og fordeler oppgavene oss imellom, smiler Gosia.

ALL HEDER OG ÆRE

Det er tydelig at gjengen på CatoSenteret er en godt integrert del av miljøet på huset.

– Jeg trives kjempegodt. Utrolig gode kolleger og brukerne her gjør en fantastisk jobb, smiler Linda.

Linda, Gosia og Anne er en viktig del av hverdagen på rehabiliteringssenteret, og det er også renholderne på din arbeidsplass. Vi oppfordrer deg til å bli kjent med og hilse på dem som gjør rent på din arbeidsplass. Takk de for den fantastiske jobben de gjør. Ikke bare i dag på Renholdernes Dag, men resten av året også.



RENHOLDERNES DAG

Initiativet til renholdernes dag kom fra Ullevål sykehus i Oslo for 18 år siden. Det var høyt sykefravær og lite motivasjon blant renholderne. Undersøkelser viste at de ansatte følte at de hadde et lavstatusyrke. For å skape økt bevissthet på viktigheten av renhold og anerkjenne deres arbeid startet de renholderens dag. Nå markeres denne dagen over hele landet, samt også internasjonalt.

Vi gratulerer alle våre renholdere med dagen!
Vi er stolte av det arbeidet dere utfører.

“GODE OG STØTTENDE KOLLEGER GJØR AT MAN LETTERE TAKLER SMÅ OG STORE UTFORDRINGER.”

En god medarbeider er for meg en trygg, positiv og blid person som evner å gi det lille ekstra av seg selv. Det skaper trygghet og trivsel på arbeidsplassen, sier Elisabeth Johansen, årets medarbeider i Compass Group.

Med erfaring fra sykehus, sykehjem, hjemmetjenesten, laboratorier og legesenter har Elisabeth opparbeidet seg en faglig trygghet som gir ro til både gjester og medarbeidere på Ullevål pasienthotell. Her har hun jobbet som sykepleier, og resepsjonist siden 2017, og hun har på denne tiden blitt en viktig del av miljøet på pasienthotellet.

KLIPPEN PÅ ULLEVÅL HOTELL

«Elisabeth er vår klippe. Hennes gode humør sprer glede, latter og positivitet. Et godt forbilde og en sosialt inkluderende dame som tar enhver utfordring på strak arm og finner beste løsning for alle parter» skrev kollegene da de nominerte Elisabeth til prisen årets medarbeider.

Det var en stor ære å bli nominert som årets medarbeider. At jeg også vant prisen gikk rett til hjerte og jeg er utrolig takknemlig for at den jobben jeg utfører, faktisk betyr noe for dere alle. Det gir en enorm motivasjon til å stå på videre, sier Elisabeth.

GOD STØTTE FRA KOLLEGER GIR STÅ-PÅ-VILJE

Elisabeth stiller alltid opp for kolleger og gjester på Ullevål Hotell. Hvis noe er vanskelig eller uklart, tar hun seg tid til å forklare og hjelpe. Støtte fra kolleger er også en stor pådriver for Elisabeth i hverdagen.

Gode og støttende kolleger gjør at man lettere takler små og store utfordringer. Ros og gode tilbakemeldinger, både faglig og sosialt fra medarbeidere, gjør at man føler seg sett og verdsatt. Dette skaper trivsel, og trivsel gir trygghet og vilje til å stå på litt ekstra når det er nødvendig, avslutter Elisabeth.



Kathinka Friis-Møller og Elisabeth Johansen.

ÅRETS MEDARBEIDER

Årets medarbeider har en «vi-kan»-holdning til mulighetene og utfordringene de står overfor. De tar ansvar og er en skikkelig lagspiller som yter service utover det ekstra både til gjester, kunder og medarbeidere. 5 ansatte nomineres av kolleger og vinneren kåres hvert år på Eurest Vårfest.

FUNKY FRESH – MATKURS

Da Compass Academy etterspurte et Funky Fresh Food-matkurs tok vår leverandør Haugen-Gruppen utfordringen på strak arm. Resultatet ble en kveld med spenstige smaskombinasjoner, fargesprakende retter og en inspirert gjeng som er klare for å overraske våre gjester med sin egen vri på Funky Fresh Food.

– Da vi ble spurt om å lage et kurs som het Funky Fresh Food, tenkte vi med en gang at nøkkelen lå i digg mat, som ser kul ut og smaker masse, sier Jørgen Peterson, Key Account Manager i Haugen-Gruppen.

Peterson innledet kurset med fusion-te og -iste uten kalorier, uten sukker, men rik på naturlig smak. Han gav så ballen videre til sin kollega Mats Johansson, corporate chef og konseptutvikler. Med spennende fakta, kreative kokkeevner og en god dose svensk sjarm tok Johansson kursdeltakerne på en reise fra Tabasco-sausens fødested, i Louisiana, til Kikkoman soyasaus i Japan.

ENDORFINER OG CHILI

– Hvorfor er chili bra? spurte Johansson, mens han fortalte om råvarenes historie og utfordret alle til å smake på chilifrøene Tabasco lages av.

Mens de modigste kursdeltakerne smakte, noen mer tårefulle enn andre, forklarte Johansson at chili er bra fordi det kickstarter endorfiner og får i gang smaksløkene.

– Alt smaker sterkere etter å ha spist chili, fordi smaksløkene utvides. Litt chili i forretten er med andre ord ikke dumt, smiler Johansson.

UMAMI

Smaksreisen gikk videre til Japan og soyasausen Kikkoman. Johansson kunne fortelle at man både i Tabasco og soyasaus finner smaken umami.

Umami betyr god smak på japansk og er den femte smaken ved siden av surt, søtt, salt og bittert. Gammeldagse prosesser som fermentering er en av flere måter å bringe frem denne smaksbomben på.

– Det er vår oppgave å skape sensasjonelle smaker, smiler Johansson, før han resten av kvelden disket opp den ene spenstige retten etter den andre. Det brukes klesklyper og airbrush, Tabasco og Kikkoman. Det smakes, stilles spørsmål og nikkes anerkjennende blant kursdeltakerne.

SPENSTIGE SMAKSOPPLEVELSER

Glade og fornøyde forsvant de fleste kursdeltakerne hjem etter kurset. De som stod igjen sa at de følte seg inspirert og gledet seg til å lage litt Funky Fresh Food fremover. Det er ingen tvil om at våren kommer til å by på noen spenstige salatbarer og smaksopplevelser i Eurests kantiner.



04

EN FORSKJELL FOR MILJØET

Intervju: Irene på Langkaia:	
"Det er gøy å prøve nye vegetarretter!"	40
Samarbeid med EAT	41
Intervju: Matsvinn	
– "Hjelp oss å redde maten"	42
Restedisken på NHO	44
Matsvinn – våre tiltak	45
Reduksjon av plast, onshore og plastposer offshore	46



INTERVJU: IRENE PÅ LANGKAIA

«DET ER GØY Å PRØVE NYE VEGETARRETTER!»

Gjengen på Langkaia synes det er spennende å prøve nye ting, og har i det siste eksperimentert med vegetarretter til glede for kantinenes gjester. Vi tok en prat med kjøkkensjef Irene Dale om kreativ bruk av råvarer, matsvinn og spennende smaker.

Vegetarrettene på Langkaia har blitt så populære blant gjestene at de nå arrangerer egne vegetardager. Irene er ikke vegetarianer selv, men mener det er viktig å spise variert, og at man ikke nødvendigvis må bruke fisk og kjøtt som de eneste proteinkildene i hverdagen. Interessen for å lage vegetarmat startet med en konkurranse.

– For noen år siden vant vi en konkurranse. Premien var midler til å gå ut og spise sammen. Vi valgte en veganrestaurant og ble overrasket over hvor velsmakende det var. Dette inspirerte oss til å utforske vegetariske retter i kantinen vår, sier Irene.

SPENNENDE SMAKER

Økt bevissthet blant gjestene, et økt fokus på bærekraftige måltidsløsninger og en interesse hos teamet for å eksperimentere med smaker er med på å utvikle tilbudet. Samt et variert tilbud fra leverandører.

Leverandørene leverer mye spennende og det er mye godt man kan lage. Krydder og smakstilsetninger er viktig, særlig spicy krydder, smiler Irene. Og gjestene elsker smakene.

– De spør etter retter de liker godt. Hjemmelaget chilipasta eller Sriracha, som består av chili, tomat og hvitløk er særlig populært. Dessuten er vegandressing vår, laget av kikertkraft, ettertraktet. Risoni al funghi med spinat, sopp og litt parmesan ble også godt mottatt.

BRUK HELE RÅVAREN

I likhet med smak er Irene opptatt av å bruke hele råvaren, og hun har nok av tips til hvordan man kan bruke deler av en råvare som man vanligvis kaster.

– Kikertkraft fra bokser med kikerter kastes ikke. Dette kan brukes i veganske dressinger og i vegansk marengs. Dessuten er jeg svært streng med matavfallet. Avskjær kan brukes i sauser og supper. Det er viktig å tenke alternativt. Vi kan kutte matsvinnet ved å bruke kreativiteten, avslutter Irene.

Hennes kunnskap rundt bruk av råvarer, samt matsvinn, gir en god grunn til å besøke henne og resten av gjengen på Langkaia.

FIRE KJAPPE MED IRENE:

- Favorittråvare: Gresskar, sopp og grønnkål
- Favorittredskap på kjøkkenet: Stekebord, blender og stavmikser
- Beste matopplevelse: Risoni al funghi med spinat, sopp og litt parmesan eller ferske blåskjell
- Favorittrett: Grillet blekksprut som nytes på en liten gresk øy med et ørlite glass ouzo til.



SAMARBEID MED EAT

Compass Group har gått i partnerskap med organisasjonen EAT, en non-profit organisasjon som har som formål å endre verdens matvaner for å sikre god helse både for mennesker og planeten.

Samarbeidet mellom EAT og Compass Group vil sikre at vi utvikler og tilbyr et variert utvalg av gode, sunne, næringsrike og bærekraftige måltidstilbud.

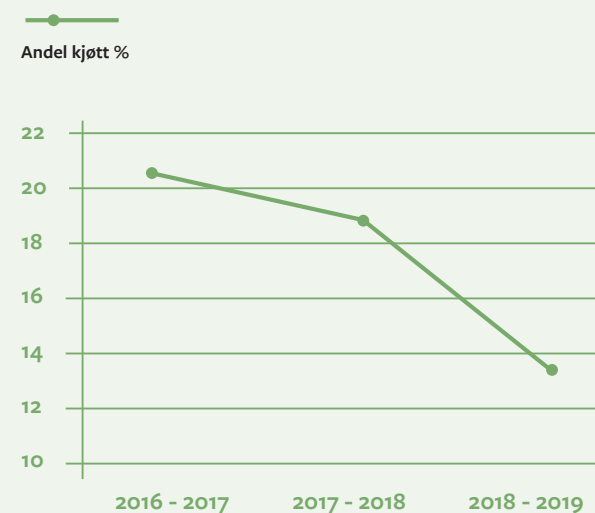
Spesielt spennende blir arbeidet med å utvikle og introdusere stadig nye og velsmakende retter basert på plantebaserte råvarer. Vi begynner pilotering av EAT i Compass Group i Danmark og vil overføre læring til Norge. Arbeidet baseres på innholdet i den nylig publiserte EAT-Lancet-rapporten som definerer et sunt og bærekraftig kosthold rikt på plantebaserte proteiner og med færre animalske matvarer.

EAT-Lancet Planetary Health Diet legger vekt på et biologisk mangfoldig utvalg av grønnsaker, nøtter, frø og belgfrukter, samt bærekraftig hentet fisk, egg, meieriprodukter og kjøtt. Piloten vil fokusere på å senke mengden kjøtt som

serveres, øke serveringen av grønnsaker, samt øke antall sesongbaserte og bærekraftige oppskrifter. I tillegg skal kokkene få opplæring i å tilberede retter med et lavere karbonavtrykk.



ANDEL KJØTT MÅLT I NOK I % AV VAREKOST MAT



Plantebasert kosthold

Grønnsaker, belgvekster (bønner, linser, kikerter, erter og eventuelt soyaprodukter), frukt, bær, fullkornsprodukter, nøtter og kjerner danner basis i et plantebasert kosthold.

Vi vil ikke fjerne kjøtt og fisk helt fordi de inneholder **viktige næringsstoffer**, men det er ikke så mye som skal til for å dekke behovet.

Det siste året har vi økt antall **vegetariske** og **veganske** oppskrifter med mer enn **100**. Det benyttes mer **bønner** og **kjøtterstatningsprodukter**. Resultatet er at andel kjøtt er redusert med mer enn **35 %** siden **2016-2017**.

EN FORSKJELL FOR MILJØET

MATSVINN – «HJELP OSS Å REDDE MATEN»

– Skal vi lykkes med å kutte matsvinn er vi nødt til å fokusere på folks holdninger. Det er en felles dugnad som må til for å lykkes, og alle kan være med og gjøre litt.



Anna Robsahm
OPEX Kvalitetskoordinator.



Kari Anne Dørum
Stab/støtte koordinator.

Anna Robsahm snakker entusiastisk sammen med Kari Anne Dørum om prosjektet de fikk overta for halvannet år siden. Siden de overtok prosjektet «Matsvinn» med slagordet «Hjelp oss å redde maten», har de økt antall enheter som registrerer matsvinn fra 8 til 32. Målet er å skape bevissthet om hvor mye mat vi kaster – i jobb og privat.

– Prosjektet går ut på å kartlegge hvor mye mat vi kan redde. Altfor mye som kunne vært spist går rett i søpla. Det er unødvendig. I Norge er det et stort overforbruk. Knapt nok noe sted i verden opplever en slik overflod av alt, som vi gjør i Norge. Dermed ligger det i kulturen vår, og det er en vane vi kan endre på, sier Anna Robsahm.

Private husholdninger kaster 58 prosent av maten som produseres i landet.

– Til sammenlikning kan vi se at det kastes mye mindre i vår bransje. Vi er faktisk nede på 14 prosent sammenliknet med privathusholdninger, landbruk og fiskeri, og leverandør og grossist, sier Anna.

FORSKJELLIGE LØSNINGER – STORE FORSKJELLER

For å skaffe god oversikt har man fokusert på å gjøre gode målinger. Derfor måles produksjon, produksjonsvinn, lagersvinn (varer som er gått ut på dato), tallerkensvinn fra gjester og møtemat.

– Størst forskjell ser vi på kontrakter der vi har buffetløsning, hvor folk betaler en fastpris sammenliknet med kantiner der man kun betaler for det man tar. Buffetkantiner har 35 til 40 gram matsvinn per gjest. Der folk betaler for det de selv spiser ligger matsvinet på 14 til 15 gram per gjest. Når folk kjøper maten selv blir man mer bevisst på hva man spiser og hva man kaster, sier Kari Anne.

De fleste kontraktene som selges inn er buffetløsninger. Jevnt over er kundene mer fornøyd med dette enn andre løsninger, ifølge tilbakemeldingene.

– Det er forventede svar. Vi jobber ikke for å endre konseptene som allerede er solgt inn. Buffet er for tiden et

viktig tilbud fra oss. Buffet-løsninger oppleves som noe som gir «mer valuta for penga». Derfor må vi heller jobbe med kultur og for en holdningsendring. Vi lever i en kultur hvor vi gjerne forsyner oss ukritisk og dermed kaster mye mat bare fordi vi ikke spiser opp. Vi er ubevisst redd for at vi ikke skal få utnyttet matpengene mest mulig, sier Kari Anne.

ET VIKTIG VERKTØY

For å måle hva som går i søpla brukes en nettbasert løsning som heter Esmiley. Med et nettbrett kan kjøkkenet måle presist hva som kastes. Det skilles mellom avfall som kunne vært spist og avfall som ikke ville blitt spist.

– Vi måler ikke mat som vanligvis ikke ville blitt spist. Det er for eksempel eggesskall og skall fra frukt. Gulrotskrell og potetskrell er derimot noe som kunne vært spist. Derfor måles dette som matsvinn, sier Kari Anne.

I tillegg utstyres enkelte avdelinger med skjermer hvor personalet kan skrive inn hvor mange kilo mat som er kastet. Da kan gjestene til enhver tid se resultatet.

– Her kan vi vise hvor mye CO₂ det tilsvarer, og vi kan vise til eksempler på hva slik besparelse kunne ført til. Da blir prosjektet mer levende for alle involverte, avslutter Anna.



KUTT
MATSVINN

EN FORSKJELL FOR MILJØET

«BESTE-PRAKSIS»-KANTINE PÅ NHO MØTESENTER

Som ett ledd i KuttMatsvinn2020 har vår kantine på Næringslivets Hus vært med i et "Beste praksis kantine"-prosjekt i samarbeid med Matvett og NHO.

Initiativet til pilotprosjektet «Beste praksis-kantine» ble tatt i 2018 som en pilotstudie i KuttMatsvinn2020 Forskning. Hensikten var å kartlegge matsvinn fra møte- og konferansemat, og tallerkensvinn. Dette for å se omfanget matsvinn i ulike ledd, finne årsaker, samt iverksette tiltak. Tidlig tall fra prosjektet viser at det i snitt kastes 54-55 gram mat per gjest. Prosjektets målsetting var å redusere dette med 20% til 44-45 gram per gjest innen september 2019.

Prosjektet ble en suksess og resulterte i en helhetlig og systematisk tilnærming til hvordan gårdeier og kantinevirksomheter kan samarbeide for å redusere matsvinn, ikke bare i byggets kantine, men også i møte- og konferansemat. Modellen ble delt med hele bransjen under KuttMatsvinn2020-Forum i oktober 2019 for å inspirere andre møte- og konferanseaktører til å gjennomføre liknende tiltak. Her ble også teamet på NHO Møtesenter tildelt utmerkelse av Matvett for beste samarbeidsprosjekt.

SAMARBEID GIR RESULTATER

Prosjektet har vist at samarbeid og kunnskapsdeling mellom kantineoperatør og oppdragsgiver skaper unike resultater. Involvering av ansatte i alle ledd, samt god dialog mellom gårdeier og kantineleverandør er med på å avdekke utfordringer og finne løsninger. Sammen oppnådde vi å halvere matsvinnet fra møtemat og konferanser.

Matsvinnet fra møtemat er redusert med 54 prosent i gram per gjest fra september 2018 til september 2019. Tallerkensvinnet ble redusert med 25 prosent i samme periode. Spørreundersøkelse blant kantinegjestene viste at 90 prosent økte bevisstheten om matsvinn og 74 prosent spiste opp maten de forsynte seg med.



DE VIKTIGSTE TILTAKENE VAR:

Ansatte

- Kursing og deling av matreddertips på sosiale medier

Kantine og kaffebar

- System og rutiner for måling av matsvinn fra møtemat, tallerken og overproduksjon (eSmiley)
- Restekjøledisk i kantinen, med gratis overskuddsmat fra møte- og konferansematen
- Overskuddsfrukt fra avdelingene blir til smoothie i kaffebaren
- Too Good To Go-salg fra kaffebar, møter og kantine
- Utstilling av mat som ble kastet dagen før, samt informasjon om hvor mye som blir kastet fra kantinegjestene ved avfallsstasjon

Møtemat

- Gjøre møtematmenyen mer oversiktlig og gi bedre veiledning ved bestilling
- Rundstykker servert på brett med assortert pålegg, slik at noen brett kan beholde plastdekket på for bedre holdbarhet
- Oppfordring til konferansegjester om at de får mat og at de skal melde fra om at de kommer selv om arrangementet er gratis

Kutt Matsvinn

- Materiell og to KuttMatsvinnuker

MATSVINN – VÅRE TILTAK

KUTT MATSVINN

KuttMatsvinn2020 ble lansert i 2017 og over 1800 serveringsteder har nå blitt med. Hensikten er å synliggjøre de største områdene hvor matsvinn oppstår, og fokusere på de områdene som gir størst CO2-utslipp og er mest kostnadsdrivende. Compass Group er en av aktørene som har vært med fra starten, og vi bidrar aktivt i samarbeidet.

Eurests kantine hos NHO Møtesenter er blant annet med som «Beste praksis»-kantine.



Compass Group har vært med å utvikle svinnregistreringssystemet eSmiley FoodWaste og bruker systemet til å registrere hva vi kaster, hvor mye og hvorfor. Dette gir oss data som vi kan bruke til å gå inn i den enkelte kantine og se hvordan de kan jobbe bedre med verdikjeden. eSmiley er i utgangspunktet et internkontrollsystem for mattrygghet. Compass Group har igangsatt interkontrolldelen av eSmiley på alle sine enheter, og ser nå på videre utrulling av matsvinnløsningen FoodWaste.



*Enkelt og bra
– for deg og miljøet!*



Stop Food Waste Day er en internasjonal merkedag utviklet av Compass Group USA og Save the Food for å øke bevisstheten rundt matsvinn. Dagen markeres hvert år i løpet av den siste uken i april, som er Earth Week.

I 2018 deltok 34 Compass-land, inkludert Norge. Det ble delt nesten 6000 innlegg på Twitter og Instagram under hashtaggen #stopfoodwasteday og det er estimert at mer enn 10 millioner forbrukere ble påvirket. Globalt var det over 10.000 enheter i 38 Compass-land som deltok i 2019. 100 land deltok i sosiale medier og vi nådde over 89 millioner mennesker.

Med «Tøm-buffeten»- selger vi maten som har vært frembudt ved lunsjbuffeten samme dag, men som ikke er blitt spist/solgt under åpningstiden ved dagens slutt. På denne måten kaster vi mindre mat.

«Tøm buffeten» har flere steder blitt et svært populært tiltak, der enkelte avdelinger selger opp mot 150 enheter hver uke, og har omtrent eliminert svinnet på lunsjrestene, og redusert det daglige svinnet betraktelig.

EN FORSKJELL FOR MILJØET

REDUKSJON AV PLAST ONSHORE OG PLASTPOSER OFFSHORE

Plastforsøpling er ikke bare skjemmende, det utgjør også en betydelig trussel mot miljøet og dyrelivet. Vi jobber tett med leverandører for å finne alternativer, og oppfordrer kunder og forbrukere til å tenke nytt om bruken av engangsservice og emballasje.

Verden drukner i stadig mer plast, og det haster å gjøre noe. Hvert eneste minutt havner om lag 15 tonn plast i havet.

Disse gjenstandene er det ingen grunn til å ha i plast og skal derfor forbys. EU har vedtatt en forordning og i Norge vil disse artiklene forbys i løpet av 2021:

- Plastbestikk
- Tallerkener i plast
- Plastsugerør
- Spisepinner i plast
- Q-tips i plast
- Rørepinner i plast

Plast i seg selv er ikke farlig hvis det sorteres rett. Siden vi ikke kan garantere for hvor plasten vi sender fra oss havner, har vi bestemt oss for å gå for treverk og papp i bruk av engangsemballasje. Nedbrytningstiden på treverk og papp er kortere enn nedbrytningstiden til plast, og vil gjøre mindre skade om det skulle havne i naturen.

Vi har utviklet en egen varebok som kun inneholder engangsartikler av papp- og trematerialer. Samtidig er det fortsatt viktig å redusere forbruket av engangsservice.

PLASTPOSER OFFSHORE

I Offshore sektor har ESS spesialsydd tøysekker som brukes av renholdere til frakt av kluter og mopper opp til renholdsvognen, og ut til renholdsstasjonen. Kluter og mopper ble tidligere fraktet i plastposer.

Tøysekkene vaskes sammen med moppene og brukes igjen og igjen.

Hver renholder skifter tøysekk 1 gang pr dag til kluter og mopper. På denne måten er forbruket av plastposer redusert med nesten 50 000 plastposer hvert eneste år.



plastKUTT

- Compass Group opprettet sommeren 2018 en prosjektgruppe som skulle kartlegge plastbruken i organisasjonen. Gruppen satte sammen et varesortiment bestående av engangsmateriell i treverk og papp etter en nøye gjennomgang av ulike alternativer.
- Prosjektgruppen formulerte også disse målene:
- Redusere forbruk av engangsartikler med 40% i løpet av 2020.
- Redusere engangsartikler av plast i våre serveringsområder med 100 % i løpet av 2020.

DETTE ØNSKER VI Å OPPNÅ:

40%

Reduksjon av forbruk av engangsartikler i løpet av 2020

100%

Reduksjon av engangsartikler i plast i serveringsområdene i løpet av 2020



Ryddedugnad



PÅ KONTORET I STAVANGER

I mai 2019 gjennomførte ansatte på kontoret i Stavanger en ryddedugnad i regi av "Hele Rogaland Rydder".



PÅ KONTORET I ASKER

I september gjennomførte ansatte i Asker en ryddedugnad i området rundt kontoret. På en halv time var mer enn 10 sekker fylt med plast som var havnet i naturen.

05

FOR EN BEDRE VERDEN

Kjøkkenveien – fra praktikant til ansatt	50
Krav til leverandører	52
Dyrevelferd på agendaen	53
Intervju: Orkla tar føringen	54
Intervju: Servicesgrossistene – Bærekraft i hele verdikjeden	56
Intervju: Ecolab – Bærekraft nå og i fremtiden	57



KJØKKENVEIEN – FRA PRAKTIKANT TIL ANSATT

– Mange er ivrig og vil ut i jobb. De brenner virkelig for det, forteller en engasjert Tor Erik Langås. Han koordinerer Eurests program «Kjøkkenveien», og har gjort en kjempejobb med å utforme programmet til det det er i dag. Motivasjonen er et genuint ønske om å hjelpe mennesker som har falt utenfor arbeidsmarkedet.

– Vi ønsker at kandidatene skal ut i praksis senest 3 uker etter intervju, sier Tor Erik.

Kjøkkenveien er et program som setter en standard for hvordan NAV og Eurest skal samarbeide, hvordan praktikantene skal mottas på enhet og hvordan de skal tas vare på i løpet av opplærings- og praksistiden. Kjernen i programmet er gode rutiner, samarbeid og aktiv involvering av alle parter.

– Så langt har samarbeidet med NAV fungert kjempebra, og vi får gode tilbakemeldinger på programmet, smiler Tor Erik, som har brukt våren til å presentere «Kjøkkenveien» til NAVs lokalkontor i Oslo og omegn.

TETT DIALOG FRA DAG 1

Det hele starter med speedintervjuer. Disse foregår i samråd med NAV. Kommer man videre som praktikant blir man tatt godt imot av enhetsleder på sin nye praksisplass.

– Vi har satt krav til at NAV-veileder skal være med praktikanten den første dagen for å opprette en tett dialog med enhetsleder, sier Tor Erik.

Allerede etter dag to, blir det tatt en arbeidsavklaring om praktikanten er motivert og ivrig etter å lære yrket. Enhetsleder er også vurdert på forhånd for å sikre at de innehar kompetansen til å ha praktikant.

– Avklaringen er viktig for at alle parter skal få en god effekt av praksisperioden, og er satt veldig pris på av NAV, forklarer Tor Erik.

GOD DOKUMENTASJON GIR TRYGGHET FOR ALLE PARTER

Under praksisperioden evalueres praktikanten etter 2 uker, 1 måned, 2 måneder og 3 måneder. Da gjennomfører enhetsleder og praktikant et møte og går igjennom praktikantens egenvurdering.

– God dokumentasjon gjør at vi kan kartlegge med NAV-veileder og også argumentere for mer tid hvis vi føler at det er behov for mer praksis etter endt periode, sier Tor Erik.

TRE MULIGHETER ETTER ENDT PRAKSIS

Etter endt praksis er det tre alternativer for hva som skal skje med praktikanten videre. Man kan forlenge praksisperioden, ansatte praktikanten – enten rett inn på avdeling eller i vikarpool eller anbefale kandidaten videre.

– Målet er at de til slutt skal ende opp enten med en ansettelse eller en god anbefaling videre, smiler Tor Erik som har god tro på at programmet skaper gode arbeidstakere og medarbeidere.

– Du ser en forandring hos praktikantene. De går fra å være sjenerte til å blomstre.

Neste speedintervjurunde er i slutten av august. Da kjøres programmet i gang i Drammen og Oslo.

Vi ser frem til en god høst med «Kjøkkenveien» og til å ønske nye praktikanter velkommen.



“Programmet skaper gode arbeidstakere og medarbeidere. Du ser en forandring hos praktikantene.”

FOR EN BEDRE VERDEN

KRAV TIL LEVERANDØRER

**ARBEIDSTAKERRETTIGHETER
OG ARBEIDSMILJØ**

Leverandøren skal sørge for at egne ansatte har gode lønns- og arbeidsvilkår som følge av relevante tariffavtaler, og lokale lover og forskrifter.

Arbeidsmiljøet skal være sikkert og hygienisk. Det skal iverksettes tilstrekkelige tiltak for å forhindre ulykker og helseskader.

MILJØ

Leverandøren skal organisere og drive sin virksomhet slik at miljøet ikke påvirkes.

MENNESKERETTIGHETER

Leverandøren skal respektere FN's menneskerettigheter og relevante ILO-konvensjoner, herunder konvensjoner om organisasjonsfrihet, forbud mot barnearbeid, forbud mot diskriminering og forbud mot tvangsarbeid.

Det skal ikke forekomme tvangsarbeid eller barnearbeid. Leverandøren skal ha et system for oppfølging av sin leverandørkjede, for å hindre bruk av barnearbeid eller tvangsarbeid – som definert i «UN Convention on human rights and child labour».

Ingen ansatte skal bli diskriminert grunnet medlemskap i fagforening eller på grunn av kjønn, farge, opprinnelse, religion, alder eller graviditet. Ansatte skal behandles med respekt og i tråd med lokal lovgivning.

ANTI-KORRUPSJON M.V.

I innkjøpssamarbeidet GRESS-gruppen, er det nulltoleranse for korrupsjon og handlinger i strid med god forretningsskikk.

DYREVELFERD

Leverandøren plikter å påse at produsenter/ leverandører driver sin produksjon i henhold til dyrevelferdsloven.



DYREVELFERD PÅ AGENDAEN

I Norge er kravene til dyrevelferd strengere enn i noe annet land. Compass Group er en av 7 bedrifter som har inngått et samarbeid for å fremme dyrevelferd globalt.

I Norge har vi et strengt regelverk som skal sikre at dyra har det bra. Allerede i 1974 kom den første loven som omhandlet vern av dyr i Norge. Siden denne kom har vi hatt et strengt regelverk for hvordan dyr skal ha det i Norge. I 2008 kom «Lov om dyrevelferd» og i 2018 ble den endret til loven vi har i dag. Det er Mattilsynet som er den offentlige myndigheten som fører tilsyn med regelverket. De følger med på om bøndene følger regelverket og om dyra har det godt på gården.

COMPASS MED I GLOBAL GRUPPE

Global Coalition for animal welfare (GCAW) er verdens første bransjeledende initiativ som tar sikte på å fremme dyrevelferd globalt. De 7 grunnleggende bedriftene Aramark, Elior Group, IKEA Food Services, Nestlé, Sodexo, Unilever og Compass Group er alle store aktører som står sterkt alene. Samlet har de større handlekraft til å fremskynde utviklingen av standarder og drive fremgang i viktige velferdsspørsmål. Mye godt er blitt gjort, men samarbeidet sikrer at det kan stilles tøffe krav i alle ledd, for å gjøre dyrevelferd enda bedre.

DYRENES VELFERDSKRITERIER

Mens dyrevern tidligere handlet om å beskytte dyr mot fysisk mishandling, er man i dag også opptatt av å sikre at dyrene i vår varetekt har en akseptabel velferd. Den engelske Brambell-kommisjonen utredet begrepet dyrevelferd allerede i 1965, og oppsummerte den ideelle velferd for husdyr i form av de fem friheter:

- Frihet fra sult, tørst og feilernæring
- Frihet fra ubehag
- Frihet fra frykt og stress
- Frihet fra skade og sykdom
- Frihet fra å utøve normal atferd

Etter hvert som man har fått mer kunnskap har man trukket inn flere elementer i velferdsbegrepet. Spesielt er det tre forhold som får ekstra oppmerksomhet i dag:

- Dyrets biologiske funksjon: helse og produksjon
- Dyrets subjektive opplevelse av sitt daglige miljø: negative og positive følelser og opplevelser, for eksempel frykt og smerte
- Muligheten for «et naturligliv»/ mulighet for å utøve normal artsspesifikk atferd.

STILLER KRAV

På flere områder er det utfordrende å avgjøre hva som til enhver tid er god velferd for dyra. Vi i Compass Group stiller klare krav til våre leverandører og deres underleverandører. Vi forventer at våre kjøttleverandører tar dyrevelferd på alvor. I Norge skal for eksempel alle verpehøns holdes i enten frittgående systemer eller i innredede bur. Våre eggleverandører forplikter seg til å følge norsk regelverk om verpehøns, slik som kjøttleverandører forplikter seg til å følge sitt regelverk.



ORKLA TAR FØRINGEN

- For Orkla er bærekraft et satsningsområde. Ved å involvere og engasjere ønsker vi å forankre dette i hele bedriften.

Det sier Johanne Kjuus som er ansvarlig for bærekraft i Orkla. Som Nordens største matvareprodusent vil Orkla være med å skape presedens for resten av markedet. Vi tok derfor en prat med Johanne, for å bli bedre kjent med Orklas tanker rundt bærekraft.

– For oss handler det mye om engasjement. Vi er overbevist om at små endringer i hverdagen kan føre til store endringer i fremtiden. Nettopp derfor har vi kalt vår bærekraftstrategi for “en bevegelse for en bærekraftig livsstil”, for vi må mobilisere alle ansatte og aktivt engasjere til felles innsats for en bærekraftig fremtid.

Som Nordens største matprodusent har vi et stort ansvar for å løse de globale helse- og bærekraftutfordringene.

Hva innebærer bærekraft for Orkla?

– Hos oss handler bærekraft om at vi hele tiden skal strekke oss litt lengre for å utvikle produkter og løsninger som representerer gode miljøvalg i hverdagen, og som bidrar til å skape gode bærekraftige matopplevelser. Som Nordens største matprodusent har vi et stort ansvar for å løse de globale helse- og bærekraftutfordringene.

Hvordan og på hvilke områder jobber dere aktivt med bærekraft?

– Vi har satt fokus på tre hovedområder: ernæring og sunnhet, bærekraftige råvarer og miljø. Dette innebærer blant annet at vi lanserer «NATURL!» – en helt ny serie med plantebaserte produkter. Der reduserer vi bruken av plast og kommer med stadig mer bærekraftig emballaseløsninger. Vi skal klimamerke TORO, og vi kommer med klimasmarte måltidsløsninger.

Hvordan er bærekraft integrert i deres strategi?

– Bærekraft er noe som har stått høyt på agendaen til Orkla i lang tid. I 2018 lanserte vi en egen bærekraftstrategi med ambisiøse mål for 2025. Vi har kommet langt i å gjøre bærekraftsarbeidet til en integrert del av våre forretningsplaner og vår løpende drift. Samtidig må vi erkjenne at vi, som de fleste andre, fortsatt er på en bærekraftreise, og jobber hver dag med omstillingen til bærekraftig produksjon.

Hvordan spiller bærekraft inn i samarbeidet med oss, og hva forventer dere av oss som leverandør?

– Skal vi løse bærekraftsutfordringene vi møter i fremtiden må det felles innsats til. Vi vet at dagens forbrukere ønsker å spise mer bærekraftig mat og vi har sammen med Compass Group et felles ansvar for å redusere matsvinnet og klimaavtrykket til maten som serveres. Fremover ønsker vi oss et enda tettere samarbeid og fortsatt god dialog med dere som leverandør. Sammen kan vi skape gode og bærekraftige matopplevelser.

Har dere noen tips og råd til andre som vil bli gode på bærekraft?

– Engasjer og involver, er vel det beste rådet kan gi. For oss har det vært utrolig viktig å skape en felles forankring og skape et engasjement internt hos alle ansatte. Ved å hele tiden heie frem og oppmuntre hverandre til å dele gode bærekraftstiltak, har vi klart å skape et positivt bærekraftsengasjement. Vi tror at de største endringene kommer når mange gjør litt, og ikke når få gjør alt.



INTERVJU: JOHN HELGE SELLISETH, SERVICEGROSSISTENE

BÆREKRAFT I HELE VERDIKJEDEN

– For oss er det viktig at betalingen kommer til de som faktisk skal ha krav på den. Vi er opptatt av at verdikjeden må fungere, sier kvalitetssjef John Helge Selliseth i Servicegrossistene.



I store deler av verden er det ofte slik at midler forfordes. De som trenger det mest blir avspist med lite eller ingenting når for eksempel lønn skal betales. For Servicegrossistene har bærekraft blitt symbolet på å sørge for at hele verdikjeden får sin rettmessige lønn for strevet.

– Vi jobber jevnt og trutt med å komme i mål med «fair trade», etisk handel og at alle skal kunne leve av det man faktisk jobber med under ordentlige forhold. Det er ikke alle som har det like bra som vi har det i Norge, hvor vi er sikret å få det vi har krav på når vi gjør en jobb, sier Selliseth.

UTFORDRENDE ARBEID

Selliseth forteller at Servicegrossistene har en bærekraftstrategi som går fra 2019 til 2025. Mye av arbeidet der går med på å kontrollere lønn og menneskerettigheter i hele verdikjeden, og påvirke kunder til å gjøre riktige valg av produkter i forskjellige segmenter.

– Vi er avhengige av at folk kjøper det vi får tak i, og da må vi kunne vise til at hele verdikjeden er i henhold til de kravene som er satt opp. Vi følger blant annet også FNs bærekraftsmål tett, og følger også de krav som våre kunder setter til oss.

Blant annet følger Servicegrossistene tett opp de kravene Compass Group har satt. Samtidig må de påvirke sine leverandører slik at man hele tiden kan spore historikken til alle produkter.

– Da vi startet offshore var dette en del av kvalifikasjonsbiten. De produktene vi bruker er nøye utvalgt på bakgrunn av de riktige sertifiseringene, og om de oppfyller de krav vi er blitt

enige om med våre kunder. Ulempen med å være en liten aktør i markedet er at leverandører kan nekte å selge til oss dersom vi stiller absoluttkrav. Derfor er det viktig at alle små, mellomstore og store aktører stiller krav som noen ganger er tøffe. Da blir det umulig for leverandører og produsenter å unngå kravene, sier Selliseth.

KONTROLLERER HELE VERDIKJEDEN

For Servicegrossistene er det viktig å drive påvirkning og informasjon. Jo oftere og tydeligere alle ledd helt tilbake til produksjonslinjen blir minnet på hvilke forventninger som stilles til dem, jo snarere blir dette en del av ryggmargsrefleksen til alle involverte.

– Vi må hele tiden drive påvirkning. Vi ser stadig at det skjer en holdningsendring til jobben vi gjør. Vi er aktive med å sende ut spørreskjemaer for å kartlegge alle leddene vi jobber med. Vi har gått fra 60 prosent til 73 prosent svar på undersøkelsene våre. Det er egentlig ganske bra, sier Selliseth.

Frem til 2025 er man innstilt på å fortsette arbeidet med å kontrollere og måle alle involverte ledd. Men man må også sørge for at en hel bransje tar tak sammen.

– Jo flere som jobber med dette jo lettere blir det å få gjennomslag, og det blir vanskeligere for leverandører å ikke følge opp. Vi ser nå at de mindre leverandørene nå kommer etter. Dette har derfor vist seg å ha effekt og vi kommer til å fortsette å jobbe tett med dette for at det skal bli enda bedre, avslutter Selliseth.

BÆREKRAFT NÅ OG I FREMTIDEN

– Bærekraft har vært høyt prioritert i Ecolab i mange år. Vi jobber daglig med løsninger som ivaretar hele kretsløpet i eget hus, men også ute hos våre kunder. Her kan vi virkelig gjøre en stor forskjell med våre unike løsninger og brede kompetanse, sier Henning Brun.



Brun er Corporate Account Manager i Ecolab. For Ecolab handler bærekraft om hvordan man på smarte måter kan spare materielle og menneskelige ressurser til det beste for miljøet, helsen og økonomien.

– Bare tenk på bruken av vann. Ved å fjerne vann fra våre vaskemidler, kan vi sende mer konsentrerte produkter ut til brukerne. Før Compass Group startet å jobbe med oss fraktet dere kjemikaliedunker med helseskadelige etsende kjemikalier på over 30 kilo, hvor mesteparten av innholdet var vann. Ved å fjerne vann, leverer vi konsentrerte produkter i fast form. Dette ivaretar de ansattes sikkerhet og helse ved at forpakninger er mye lettere å håndtere, og at produktene er i lukkede systemer. Det reduserer eksponering for skadelige kjemikalier, sier Brun.

BRUKERNE I FOKUS

Konsentrerte produkter gir også store besparelser på plastavfall. Estimerer utført av Ecolab viser at totalt volum av kjemikalieforbruk hos deres enheter er redusert med om lag 65 000 kg i årlig forbruk. Samtidig viser beregninger at plastavfall på de samme produktgruppene er redusert med omlag 3 300 kg.

– Komprimerte produkter gir enorme besparelser i frakt og transport. I tillegg gjør forpakningstørrelsen noe for ergonomien til de som skal håndtere produktene, sier Brun.

Samtidig har Ecolab fokusert på å bruke «snille produkter». Det handler om sikkerheten til brukerne.

– Vi forsøker alltid å bruke de «snilleste» produktene til de oppgaver som skal løses. Det betyr at vi i størst mulig utstrekning anbefaler produkter som ikke er etsende og som ikke utgjør noen helsefare for brukerne. Det forekommer en del uhell med helseskadelige kjemikalier. Fjerner vi antall helseskadelige produkter, verner dette ansatte og ivaretar bedriftenes interesser både på kort og lang sikt, sier Brun.

ET KRETSLØP

Ifølge Brun må man ikke tenke på bærekraft som enkeltstående tiltak. For å lykkes med bærekraft må man tenke helhetlig. Alt henger sammen og det er en viktig del av Ecolabs strategi. Med høy kompetanse og satsning på forskning og utvikling vil de som markedsleder fortsette å være langt fremme på bærekraftige løsninger, også i fremtiden.

– I Ecolab kaller vi det et sunnhetskretsløp. I Ecolab ønsker vi å gjøre verden litt renere, tryggere og sunnere gjennom å levere unik teknologi, service og kompetanse til områder innenfor vannbehandling, profesjonell hygiene og energisektoren, avslutter Brun.

06

VEIEN VIDERE

Oppsummering og veien videre
Hva vi vil oppnå i 2020

60

62



VEIEN VIDERE



VEIEN VIDERE

- ▶ Styrke vårt fokus på plantebaserte og sunne menyer i samarbeid med våre leverandører, kunder og organisasjonen EAT.
- ▶ Fjerne alle plast- og kuvertartikler i serveringsarealene.
- ▶ Videreføre arbeidet med å innføre registrering av matsvinn på alle enheter.
- ▶ Samarbeide med våre leverandører, for å sikre en ansvarlig leverandørkjede.

OPPSUMMERING OG VEIEN VIDERE

”2019 var et bærekraftens år. Forståelsen for at vi alle må gjøre noe er større. Det er unødvendig å diskutere hvorvidt endringen og temperaturøkningen er menneskeskapt eller ikke. Vi står foran store utfordringer og disse må vi løse sammen” sier Nina Fuglesang, Kvalitets- og miljøansvarlig i Compass Group Norge.

I 2019 inngikk vi et samarbeid med organisasjonen EAT. De kan bidra med kunnskap og gi oss hjelpen vi trenger i utviklingen av bærekraftige konsepter og menyer.

Det utvikles også flere alternativer til kjøtt, blant annet kjøtterstatninger bestående av tofu, hvete eller soya.

Oslo har vært miljøhovedstad og det ble iverksatt mange spennende og viktige arrangementer.

Compass fokuserer sterkt på å redusere matsvinnet. Vi har øket antall enheter vi måler på fra 8 til over 30 i løpet

av kort tid og har som mål at alle skal måle og iverksette konkrete tiltak for å redusere svinnet i løpet av 2020.

I vår varebok er alle engangsartikler i plast erstattet med artikler i andre materialer, tre eller papp.

Våre kunder stiller større krav til oss. Dette innebærer at vi må strekke oss og stille enda større krav til våre leverandører.

Samarbeid i næringslivet, med våre kunder, leverandører og bransjen for øvrig, er det viktigste.

VEIEN VIDERE

HVA VI VIL OPPNÅ I 2020

	MÅLOMRÅDE	TILTAK	KOMMENTAR
Sikkerhet	Null skader	See, Care, Share kurs for alle mellomledere Safety Walks Erfaringsoverføring gjennom historiefortelling Riktig verneutstyr	Vår HMS-kultur skal bidra til at vi reduserer skadefrekvensen ytterligere. Våre medarbeidere skal arbeide skadefritt. Maten som serveres skal være sikker. Dette skal gjennomføres ved å kjøpe trygg mat og praktisere gode hygienepinsipper.
Helse og velvære	Næringsriktige valg	Benytte plantebaserte proteiner Øke innkjøp av andel grønnsaker og frukt	Vi har redusert innkjøp av kjøtt betydelig siden 2010-2011. Arbeidet med å redusere og styrke plantebaserte proteiner, samt øke andel frukt og grønt, fortsetter i samarbeid med EAT og våre leverandører. Frukt og grønt skal stå for mer enn 25% av varekost mat.
	Mental helse	Øke trivsel og motivasjon	Våre medarbeidere er vår viktigste ressurs for å nå bærekraftsmålene. Det er derfor viktig at de trives, og vi vil øke tilfredsheten ved å fokusere sterkere på oppfølging og utvikling.
	Sunn livsstil	Øke antall ansatte som mottar treningsrefusjon	Mental og fysisk helse henger sammen. Vi vil derfor tilrettelegge for og oppmuntre til at våre medarbeidere trener regelmessig.
Miljøtiltak som betyr noe	Matsvinn	eSmily implementert på alle avdelinger med omsetning over 3 millioner Gjestekommunikasjon Dele beste praksis Øke antall siter som måler matsvinn	Vi vil styrke arbeidet med å redusere matsvinnet og øke antall avdelinger som måler. Kartleggingen vil gi oss oversikt slik at vi lettere kan iverksette tiltak på områder hvor det har god effekt.
	Engangsartikler – plast	Plast og kuvertartikler fjernes fra våre avdelinger Bevisstgjørings-kampanjer og informasjon	Samarbeidet med våre leverandører styrkes slik at vi sammen kan finne fram til gode alternativer. Vi vil fokusere på å fjerne all plast, også bio- og nedbrytbar plast.
	Plantebaserte måltider	Øke bruk av veganske og vegetariske oppskrifter	Flere hundre vegetariske og veganske oppskrifter er nå opprettet. Arbeidet med å øke bruken videreføres slik at vi oppnår målet om at kjøtt ikke skal utgjøre mer enn mellom 10 og 15 % av det vi kjøper inn og bruker totalt i vår virksomhet.
Bedre for verden	Ansvarlig innkjøp	Stille krav om etikk, sporbarhet og dyrevelferd til våre leverandører Gjennomføre leverandørrevisjoner årlig Øke andel MSC og ASC sertifisert fisk Øke andel miljømerkede renholdsmidler	Vi samarbeider med våre leverandører for å sikre en ansvarlig leverandørkjede, både med henblikk på HMS, bærekraftige leveranser og sporbarhet.
	Bidra lokalt der hvor vi har drift	Samarbeid offshore. Fagforeninger og PTIL NHO Samarbeide med lokale institusjoner Lære- og praksisplasser	Vi samarbeider med bransjen, næringslivet, våre interesseorganisasjoner, våre interessenter, miljøorganisasjoner og myndighetene. Samarbeidet med KuttMatsvinn, Saltpartnerskapet og NHOs bærekraftsnettverk blir videreført og styrket.
	Samarbeide for å oppnå den store forskjellen	Samarbeide med næringslivet Samarbeide med våre leverandører Samarbeide med miljøorganisasjoner Samarbeide med myndighetene	

