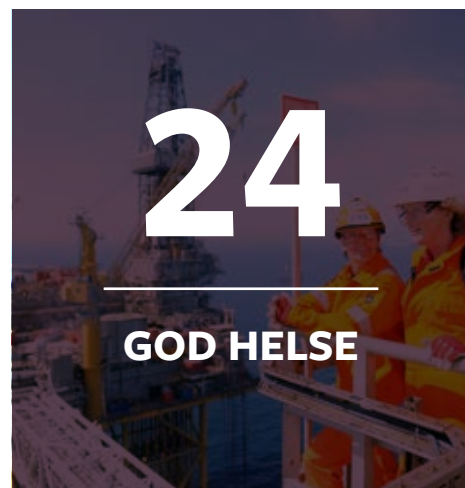




BÆREKRAFTSRAPPORT

Compass Group Norge 2020/2021

INNHOOLD



Leder	6
Om Compass Group	8
Bærekraft i Compass Group	10



Miriam Halkes: Bærekraft under pandemien – Mine tanker	12
Bærekraft i alt vi gjør	14
Status 2020/2021	16

Smittevern på jobb og når du kommer tilbake	20
--	----



Cyber Security: Vi må alle beskytte oss mot trusler utenfra	22
Berøringsfri buffet	23

Økt trivsel, motivasjon og utvikling	26
Life at sea	28
Årets kvinnelige forbilde 2020	31
Renholderen i front under pandemien	32



34

EN FORSKJELL
FOR MILJØET

44

FOR EN BEDRE
VERDEN

56

VEIEN VIDERE

Miljøtiltak	36	Transparens og samarbeid	46
Matsvinn – våre tiltak	37	Krav til leverandører	47
Mer bærekraftige matkonsepter	38	Nortura:	
GreeNudge	39	Litt bedre dyrevelferd hver dag	48



40

Bier for sam-
hold på Lysaker

Retter inspirert av EAT	42
-------------------------	----

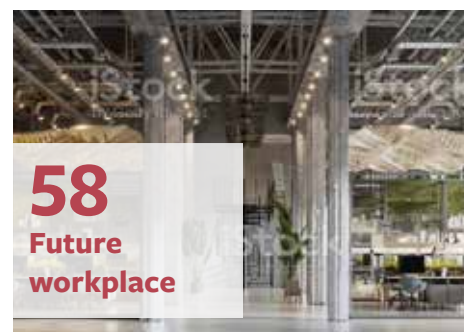


52

Huhtamaki

Huhtamaki:	
En bærebjelke i strategien	52

Lantmännen Unibake:	
Bærekraft – mer enn bare et ord	54



58

Future
workplace

Oppsummering og veien fremover	60
-----------------------------------	----

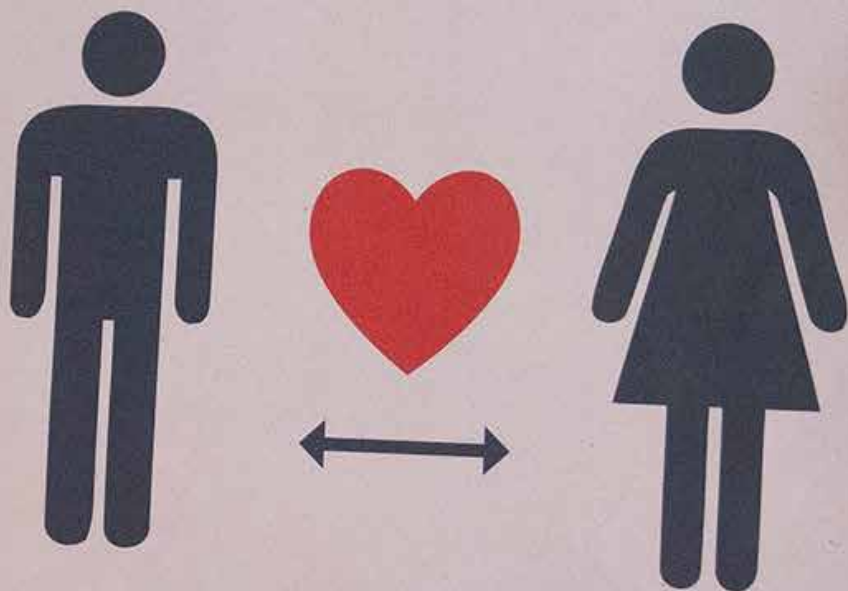
Hva vi vil oppnå i 2022	62
-------------------------	----

01

INNLEDNING

Leder	6
Om Compass Group	8
Bærekraft i Compass Group	10
Miriam Halkes:	
Bærekraft under pandemien	
– Mine tanker	12
Bærekraft i alt vi gjør	14
Status 2020/2021	16

TAKK FOR AT DU
HOLDER AVSTAND



 COMPASS
GROUP

“SOM EN AV VERDENS STØRSTE ARBEIDSGIVERE HAR VI BÅDE ET STORT ANSVAR OG STOR PÅVIRKNINGSKRAFT.”

I vår hverdag innebærer bærekraft å jobbe daglig med nye ideer, utvikle konsepter og forbedre våre egne løsninger. Bærekraft har allerede stått på vår meny i mange år. Å jobbe med bærekraft er det lengste prosjektet i virksomheten vår i dag, for vi vil aldri komme helt i mål. Derfor strekker vi oss alltid lenger for å bli bedre. Vi må hele tiden forbedre vår innsats ovenfor menneskene, for virksomheten og for miljøet.

Som en av verdens største arbeidsgivere har vi både et stort ansvar og stor påvirkningskraft. Vi kan påvirke hele verdikjeden, og på den måten støtte oppunder FNs bærekraftsmål.

Vår bærekraftstrategi er uløselig knyttet til vår forretningsstrategi, og er bygget opp rundt våre tre fokusområder:

People, Purpose og Performance

Derfor skal alle våre handlinger innen bærekraft knyttes til menneskene, formålet og vår leveranse og ytelse.

Vi lever i en verden som er i stadig endring. Endringer vi kan planlegge, men også plutselige hendelser som vi opplevde i 2020. Derfor må vår strategi utvikles og tilpasses i

takt med verden rundt oss. Vi planla godt for oppkjøpet og sammenslåingen med Fazer Food Services, men ingen kunne planlegge for den globale pandemien vi alle ble utsatt for. Bærekraft er derfor ikke et prosjekt hvor vi kan se det endelige målet i horisonten eller et svar vi kan sette to streker under.

Vi må aldri tillate at arbeidet med bærekraft blir statisk, men vi skal alltid jobbe for å opprettholde et ambisiøst nivå.



Robbie Robertson

Managing Director i Compass Group Norge



ROBBIE ROBERTSON

MANAGING DIRECTOR,
COMPASS GROUP NORGE AS

INNLEDNING

OM COMPASS GROUP PLC

Compass Group er børsnotert i London og omsetter for over 20 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 IBM, Microsoft, Google, Oscarutdelingen, Grammy Awards, Nike, ConocoPhilips og Shell.

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; Compass Group Norge AS, ESS Support Services AS og ESS Mobile Offshore Units AS. Selskapet har en omsetning på rundt 2 milliarder kroner, ca. 2100 ansatte og leverer servicetjenester på rundt 480 lokasjoner.

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 merkenavnene på neste side.



Food & Co. **MARKETPLACE**

Compass har en ledende markedsposisjon innen måltidstjenester for 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.



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



medirest

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.



ESS Support Services er Norges største selskap innen måltidsservice og forpleining i Nordsjøen. Selskapet har mer enn 30 års erfaring og leverer tjenester innen matservice, 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

Flere og flere av verdens innbyggere er sikre på at klimaforandringene i verden representerer en krise som krever rask handling. Parisavtalen som ble inngått mellom nesten alle verdens land viser dette. At USA valgte å gå inn igjen i Februar 2021, er svært viktig. Avtalen er en juridisk bindende avtale om å begrense oppvarmingen i verden til 1,5 grader.

Krav fra myndigheter og forventninger fra kunder, investorer, ansatt og gjester er økende. Store konsern verden over gjør fremskritt innenfor bærekraft og forplikter seg til å sette konkret målbare mål mot nullutslipp. Disse representerer våre kunder og de forventer at vi skal hjelpe dem med å nå målene.

Compass har gjennomført en markedsstudie (Eating at work) i 23 land med nesten 26 000 respondenter. 26% av de som er født på 90-tallet, er vegetarianere, veganere eller pescetarianere. 15 % av de spurte vil redusere forbruk av kjøtt for å minimalisere miljøpåvirkning av produksjonen. 19% av de spurte ser etter mat med lite emballasje for å redusere plastavfallet.

I Compass serverer vi mat til flere millioner mennesker hver eneste dag. Når vi vet at produksjon og distribusjon av mat står for 26 % av CO₂ utslippet i verden, har vi stor innflytelse med henblikk på valgene vi gjør. Vår strategi er beskrevet i handlingsplattformen, vi vil fortsatt øke andelen mat som er plantebasert, men fremover vil vi sette enda sterkere fokus på:

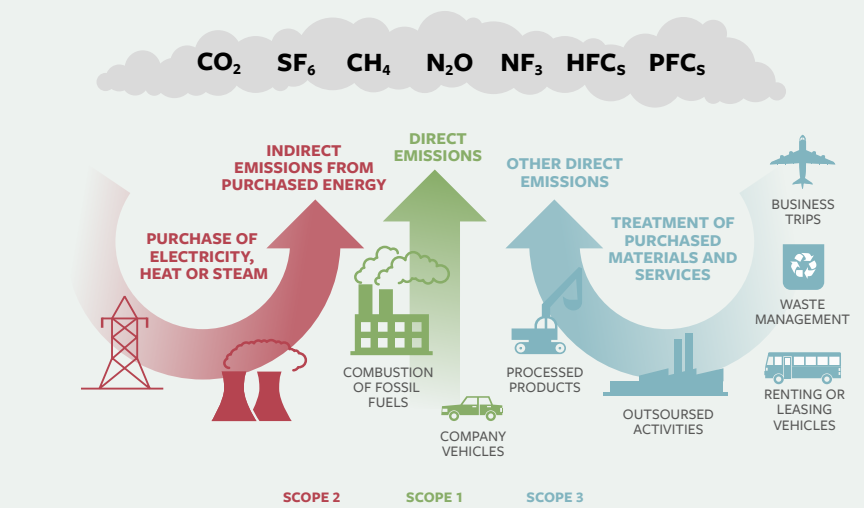
- Matavfall
- Reduksjon av vårt «karbon fotavtrykk» og kalkulering av dette
- Bilene våre og fornybar energi
- Tydelig, sterk og åpen leverandørkjede
- 100% sertifisert palmeolje
- 100% egg fra burfrie høner
- Bærekraftig fisk
- God dyrevelferd for kylling

VI DELER VÅR MULIGHET TIL Å PÅVIRKE KARBONAVTRYKK INN I TRE OMRÅDER:

Område 1 er den direkte påvirkningen vi gjør med forbrenning av fossile brennstoffer og bilene våre

Område 2 er den indirekte påvirkningen vi kan gjøre med kjøp av strøm og oppvarming

Område 3 er den indirekte påvirkningen vi gjør på andre områder, for eksempel ved tjenestereiser, prosessering av produkter, leie av biler, avfallshåndtering og innkjøpte tjenester.



Handlingsplattformen

MENNESKER

HANDLINGSPLATTFORMEN



HELSE OG VELVÆRE



Sunne, næringsrike valg



Psykisk helse



En sunn livsstil



EN FORSKJELL FOR MILJØET



Matsvinn



Plast- og engangsemballasje



Plantebaserte måltider



FOR EN BEDRE VERDEN



Ansvarlig innkjøp



Berike lokal-samfunnet



Samarbeid for å nå målene

SIKKERHET

HELSE OG VELVÆRE

Vi fokuserer både på våre ansattes og våre gjesters helse. Dette har vært spesielt viktig i 2020.

EN FORSKJELL FOR MILJØET

I Compass Group i Norge serverer vi mer en 150 000 måltider hver dag. Hvordan vi setter sammen våre menyer, hvilke råvarer vi velger og hvor disse kommer fra, er viktigere å fokusere på enn noensinne.

FOR EN BEDRE VERDEN

Vi arbeider tett med våre leverandører for å finne gode råvarer og gode ideer. Leverandørkjeden skal være kjent og åpen helt til opprinnelig produksjonsland og produsent

BÆREKRAFT UNDER PANDEMIEN – MINE TANKER

Hvis Covid-19 forsøker å fortelle oss noe, må det være at måten vi jobber og lever på trenger en radikal endring. Det er viktig at vi tar vår del i denne endringen som bransjeleder. Dette er grunnen til at jeg brenner for å kunne bidra til dette i min rolle som regional leder for både helse, sikkerhet og bærekraft.

Det siste året har vi opplevd at våre kunder, våre kolleger og teamene i enhetene våre bare har vært en “zoom-samtale” unna. Deling av beste praksis i hele regionen er betydelig forbedret, og vi samhandler raskere globalt. Da vi stod midt i pandemien var vårt fokus helt rettet mot å holde gjester og ansatte trygge. Vi måtte også skape nettsamfunn for å holde kontakten og sørge for at teamene våre følte seg sterke i disse utfordrende tider. Gjennom arbeidet hjemmefra tok kollegene fra de forskjellige hovedkontorene seg tid til å utarbeide nye konsepter som driver Compass Group fremover og som reduserer vårt fotavtrykk underveis.

Sunn mat er vår måte å støtte samfunnet på, og dette skal ta oss sterkere ut av denne pandemien. Jeg vil tro at dette er mye av årsaken til at Compass Group ble tildelt førsteplass i vår bransje, i Fortunes mest beundrede selskaper i 2020.

ETT SKRITT TILBAKE – TO FREM

Hvis vi ser på bærekraftstrategien, må reduisering av engangsplass ta et skritt tilbake før vi kan ta to skritt frem. Matsikkerheten må alltid komme først. Den prioriteres selv på bekostning av bærekraftstiltak. I 2020 har vi opplevd at pakket mat har bidratt til den generelle følelsen av trygghet. Samtidig har andre områder hatt nytte av pandemien. Den nye arbeidsmåten har for eksempel redusert drivstofforbruket og våre bevegelser massivt, og vi har funnet ut at vi fortsatt kan jobbe effektivt sammen selv om vi ikke ser hverandre hver dag.

Vi har vært innovative. I vår kamp mot matsvinn lanserte vi et europeisk partnerskap, Too good to go. Dette samarbeidet styrker verktøykassen vår for virkelig å redusere matsvinn i alle enheter, spesielt når vi åpner igjen for fullt etter pandemien. Vi har sett kreative podcaster laget av våre bærekraftsledere. Vi har team som har forberedt måltider for mennesker i nød, og som brukte produktene vi har på lager som vi ikke kunne bruke fordi folk på kontorene måtte bli hjemme. Det er inspirerende å se hvor kreative teamene ble for å sikre at ingen mat ble kastet.

FREMTIDEN ER Å BLANDE BUSINESS MED PRIVAT

Fremover skal vi finne nye og innovative måter å redusere fotavtrykket vårt på. Vi overholder Parisavtalen og setter kursen for å levere i forkant av dette ved å jobbe tett med våre kunder, våre leverandører og våre team. Ny teknologi som å skanne matavfall, introdusere karbonnøytral mat samt vise fotavtrykket i menyene, hjelper kunder til å ta gode valg.

“You can’t connect the dots looking forward, you can only connect them looking backwards. So we have to trust that the dots will somehow connect in the future. You have to trust something – your gut, destiny, life, karma, whatever”.
– Steve Jobs

Ok, så la oss stole på at vi sammen kan gjøre endringer til det bedre. Forbedre vårt generelle velvære og ta vare på planeten vår. Vi kan alle gjøre en forskjell hver eneste dag, både privat og på jobb.

Gjenta dette i morgen, i overmorgen og neste dag. Da blir vi hele tiden en bedre versjon av oss selv. ○



MIRIAM HALKES

REGIONAL LEDER FOR HELSE,
SIKKERHET OG BÆREKRAFT,
COMPASS GROUP PLC

INNLEDNING

BÆREKRAFT I ALT VI GJØR

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

Dette reflekteres også i den tredelte bunnlinje, som viser at det er en sammenheng mellom økonomisk velstand, miljø og sosial rettferdighet.

Det en bedrift foretar seg skal gi fordeler for både bedriften selv, forbrukerne og miljøet. Fordelene for en bedrift må ikke bare måles etter økonomiske fordeler, men også etter i hvilken grad de sikrer sosial rettferdighet og tar hensyn til miljøet rundt dem. Dette er viktig for at bedriften skal kunne oppnå en langsiktig bærekraftig utvikling og suksess over tid. *Kilde: John Elkington «Cannibals with forks» 1997.*

De tre bunnlinjene er:

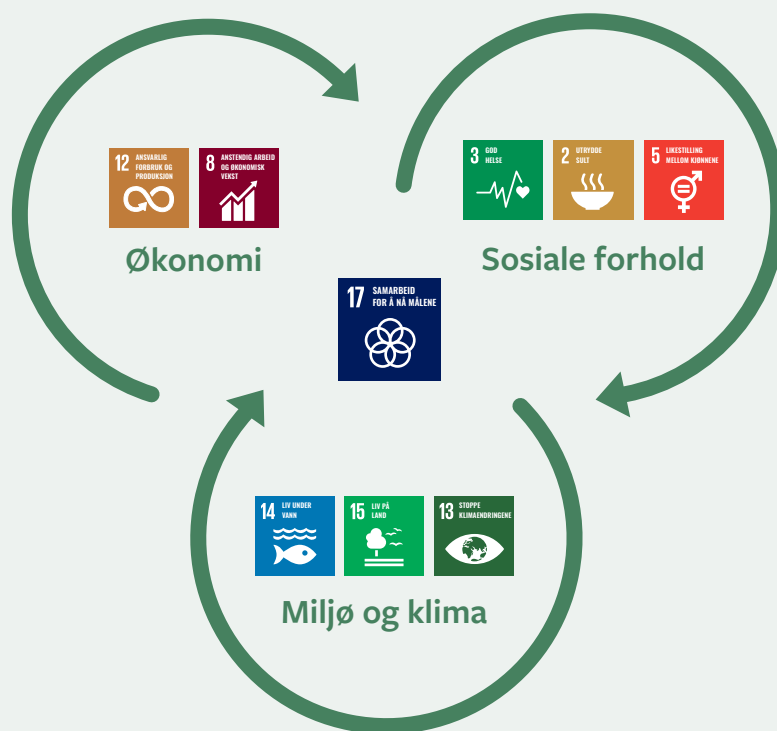
- Profit (økonomisk fremgang)
- Planet (miljømessig ansvar)
- People (Sosiale forhold)

Compass Groups bærekraftsstrategi omfatter også disse tre dimensjonene

People, Purpose, Performance

Bærekraft påvirker alt vi gjør. Det er våre ansatte som skal levere og skape resultatene – innenfor økonomien og for våre kunder og gjester. Trivsel, trygghet og skadefrie arbeidsplasser er viktig. Samtidig skal vi gjøre vårt for å sikre bærekraftige samfunn, påvirke miljøet minst mulig og sikre ansvarlige innkjøp. ○

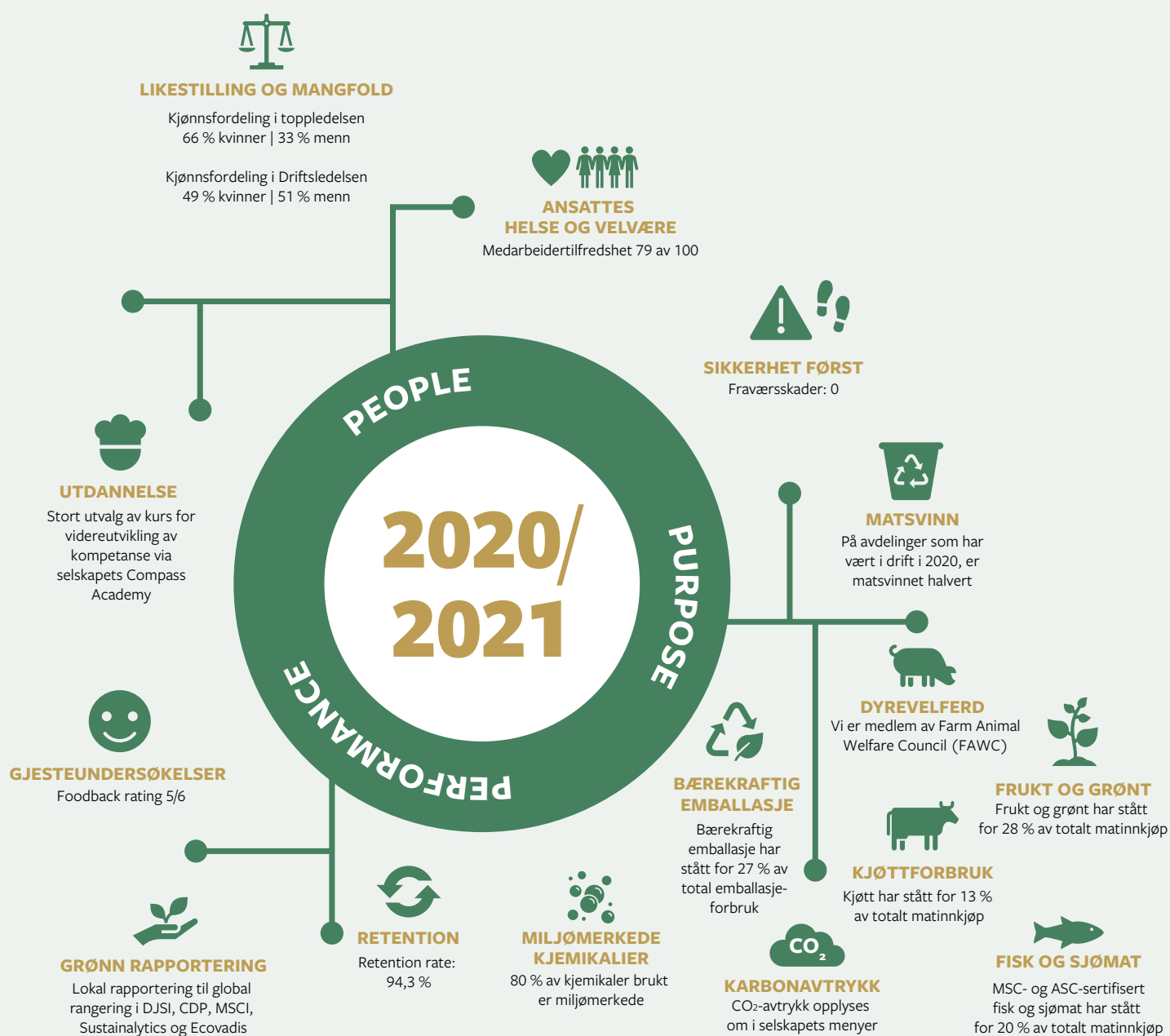
I Compass Group kan vi bidra og forplikter oss til 9 av FN's 17 bærekraftsmål



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.

Resultater av bærekraftsarbeidet



INNLEDNING

STATUS 2020/2021

	MÅLOMRÅDE	TILTAKET
Sikkerhet	Null skader	See, Care, Share kurs for alle mellomledere Safety Walks Erfaringsoverføring gjennom historiefortelling Riktig verneutstyr
Helse og velvære	Næringsriktige valg	Redusere kjøttforbruket
		Øke innkjøp av grønnsaker og frukt
	Mental helse	Øke trivsel og motivasjon
	Sunn livsstil	Øke antall ansatte som mottar treningsrefusjon
Miljøtiltak som betyr noe	Matsvinn	Redusere matsvinnet
		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.
	Plantebaserte måltider	Øke antall veganske og vegetariske oppskrifter
For en bedre verden	Ansvarlig innkjøp	Tilfredstille krav i Bronze level i løpet av våren 2019 og Silver Level i løpet av 2020
		Øke andel MSC- og ASC-sertifisert fisk
		Øke andel miljømerkede renholdsmidler
	Sosialt ansvar	Lære- og praksisplasser
	Samarbeide for å oppnå den store forskjellen	Samarbeide med næringslivet
		Samarbeide med våre leverandører
		Samarbeide med miljøorganisasjoner
		Samarbeide med myndighetene

FNs BÆREKRAFTSMÅL

STATUS



Vår HMS kultur skal bidra til at vi reduserer skadefrekvensen ytterligere. Våre medarbeidere skal arbeide skadefritt. Vi hadde ingen fraværsskader i 2020/2021.

Sykefraværet ble redusert med omtrent 3 prosentpoeng fra 2019 til 2021



På grunn av nedstengte salutarer i 2020/2021 har andel kjøtt totalt sett økt med 8 prosentpoeng fra 2019 til 2021.

Andel frukt og grønt har allikevel økt med 6 prosentpoeng fra 2019 til 2021.

Det har ikke vært så enkelt å trene på treningsentene i 2020. Vi har imidlertid oppmuntret våre ansatte til å ta pauser og gå en tur ut fra hjemmekontoret. Offshore har det vært fokus på trening med registrering av gjennomført aktivitet på digital plattform i My Compass.



Til sammen 30 enheter registrerte matsvinnet i 2020. Svinnet måles i produksjonsavfall, mat som er gått ut på dato, feil- eller overproduksjon samt gjestesvinn.

På grunn av smittevern tiltakene er svinnet mer enn halvert pr enhet.

Forbruk av engangsartikler i plast økte på grunn av smittevern hensyn i 2020 og 2021. Allikevel har vi redusert antallet med mer 800 000 fra 2019 til 2021.

Antall veganske og vegetariske oppskrifter er opprettholdt i 2020 og 2021.



Kravene til våre leverandører øker og fokus på menneskerettigheter, bærekraft og dyrevelferd er styrket. Arbeidet med å tilfredsstille Silver Level i 2020 videreføres i 2022.

Andel sertifisert fisk er redusert fra 25% til 20% fra 2019 til 2021

Andel miljømerkede kjemikalier er opprettholdt i 2020-2021

Arbeide med lærings- og praksisplasser videreføres og styrkes i 2022



Vi har samarbeidet godt og nært med våre leverandører i 2020 og 2021 for å oppnå den nødvendige fleksibilitet med henblikk på vareflyt og enkeltprodukter.

02

SIKKERHET FØRST – I ALT VI GJØR

Smittevern på jobb og når du kommer tilbake	20
Mottok HMS-pris fra Shell	21
Cyber Security: Vi må alle beskytte oss mot trusler utenfra	22
Berøringsfri buffet	23



SIKKERHET FØRST – I ALT VI GJØR

SMITTEVERN PÅ JOBB OG NÅR DU KOMMER TILBAKE

Sikkerheten til våre ansatte og våre gjester kommer alltid først i alt vi gjør. Forståelse og kunnskap om smittevern er viktig for å skape trygghet nå som samfunnet åpner opp igjen etter pandemien.

Usikre tider gjorde at graden av nedstengning kan variere fra dag til dag. Kurs om smittevern i MyCompass tar for seg det viktigste man trenger å vite for en trygg arbeidshverdag, og for å redusere smittefare. Hensikten med kurset er at alle som jobber eller spiser i kantine skal få oppdatering på de siste kravene fra myndighetene.

Kurset er ingen gjennomgang av alle vanlige rutiner og IK-mat/mattrygghet, men hensikten er å trekke frem det som er ekstra i denne situasjonen rundt smittevern. Kurset ble laget 08. mai 2020 og er basert på de til enhver tid gjeldende krav fra myndighetene. Det betyr at kurset oppdateres fortløpende.

Underveis i kurset stilles syv kjernespørsmål som skal besvares. Når alle spørsmål er besvart korrekt vil man motta en melding om at kurset er fullført og bestått. Kurset kan fullføres etter eget ønske, men det er viktig at det gjøres før eventuell reåpning av kantine. For de som jobber i kantine vil avdelingen få et bevis på at alle som jobber i deres kantine har fullført og bestått kurset. Kurset er kort, og terskelen er lav slik at alle kan ta seg tid til å gjøre dette så snart anledningen byr seg.

TRAFIKKLYSARMBÅND

Etter sommeren 2020 åpnet Norge enda litt mer opp. For å gjøre overgangen fra to meters avstand til mer normal kontakt ble det på Compass Group Norges hovedkontor i Asker innført en trafikklysordning.

Ved inngangen kunne man velge ut armbånd i fargen rød, gul eller grønn. Rød var for de som ønsket vanlig avstand. Gul for de som ønsket en avstand som tilsvarte å hilse med albue. Grønt armbånd for de som var komfortable med kontakt slik vi hadde det før pandemien.

Ved å vise med armbånd hva man var komfortable med unngikk man usikkerhet blant de ansatte, og det var aldri noen usikkerhet rundt hverandres komfortsoner. ○





MOTTOK HMS-PRIS FRA SHELL

22 mai 2020 mottok Shell Nyhamna HMS-pris for arbeidet de legger ned hver eneste dag.

- Å få en slik pris er utrolig gøy, og en god annerkjennelse og en påminnelse om hvor viktig oppgavene som renholdere, Kokker, kantinemedarbeidere og resepsjonister utfører hver dag er, forteller Regional Operations Manager for Compass Group på Shellkontrakten Stian Winum.

At dette kommer fra en aktør som Norske Shell AS, som setter HMS som noe av det viktigste i sin drift, gjør at denne prisen kommer ekstra høyt på listen. Alt fra kommunikasjon ut mot kunder fra resepsjonen, til måltidet som skal nytes under trygge rammer, til grundig rengjorte fasiliteter har vært viktige parametere som har gjort at prisen har funnet veien til Nyhamna.

- At oppgavene vi utfører oppleves som en trygghet ute blant våre gjester og beboere er et mål vi alltid strekker oss etter og er glade for at blir lagt merke til.

GODT SKUSSMÅL FRA SHELL

Det var prisen «Monthly Asset Goal Zero Hero Award» som ble tildelt denne dyktige gjengen. I sin begrunnelse for å dele ut prisen skriver Shell: «Eurest har i arbeidet relatert til covid-19 vist en meget god evne til å raskt omstille seg til nye krav og behov. Det har gjennom NYH Task Force kommet en rekke bestillinger som har krevd åpning av flere brakker i camp, revidert matserveringsprogram, åpningstid resepsjon i camp og endringer i renholdsrutiner for å nevne noen. Her

har Eurest vist en meget god omstillingsevne som vi ønsker å trekke frem. Vi har gjennom observasjonssystemet og en rekke muntlige henvendelser mottatt mye positive tilbakemeldinger på hvordan Eurest har levert sine tjenester. I et HMS-perspektiv er dette meget viktig da god kvalitet i tjenestene gir god stemning, et godt arbeidsmiljø som igjen bidrar til riktig fokus i sikkerhetsarbeidet vårt. Eurest har stått i fremste linje og rengjort potensielle smitteeksponeringspunkter og på den måten bidratt betydelig i å holde oss friske. En velfortjent Goal Zero Hero vinner for mai.»

MOTIVERER TIL Å VÆRE GODE

- Våre medarbeidere ble veldig stolte og glade over å få denne prisen. Moralen ble løftet i en tøff tid. Dette var en viktig «boost» etter en tung og vanskelig periode, der våre medarbeidere og ledelse på lokasjonen hele tiden måtte forholde seg til nye retningslinjer og metoder å jobbe på i begynnelsen av Covid-19, for å kunne holde åpen en hel Camp med beboerrom ved å ivareta smittevernet, forteller Winum.

Suksesshistorien og erfaringsoverføringer ble også gjort til våre andre Shell-lokasjoner, både i Norge og på den globale Shellkontrakten, for å dra nytte av hvilke gode tiltak vi hadde satt i stand på vår lokasjon på Nyhamna i forhold til å jobbe med Smittevern under pandemien. ○

SIKKERHET FØRST – I ALT VI GJØR

VI MÅ ALLE BESKYTTE OSS MOT TRUSLER UTENFRA



Cyberangrep er en økende trussel for bedrifter og private. For vår alles sikkerhet må vi derfor være våkne når vi ferdes i den digitale verden.

De siste årene har forsøk fra kriminelle som ønsker å overta kontrollen over systemer og informasjon økt i omfang. Bedrifter i hele verden opplever stadig flere angrep, og gjerne fra uvedkommende som ønsker å kapre informasjon, for så å ville selge kontrollen tilbake. Det betyr at de holder tilgang til systemer og informasjon som gissel inntil motpart betaler for å få dette tilbake. Derfor er det viktig at ansatte lærer seg å se hva som kan være et forsøk på et mulig fiendtlig angrep, som et førstelinjeforsvar for Compass Group.

HACKERIO OG CYBERIO

I året som var har kampanjer med Hackerio og Cyberio dukket opp i mailbokser i Compass Group. For å bevisstgjøre viktigheten av å sikre seg mot datainnbrudd har ansatte jevnlig blitt påminnet hvordan man skal unngå å gå i forskjellige feller, eller gjøre vanlige hverdagslige feil som kan sette datasikkerheten i fare. Disse fellene kan gi uvedkommende tilgang til dine dokumenter, og de kan gi videre tilgang inn i hele Compass Group sine IT-systemer.

De mest vanlige truslene er for eksempel misbruk av informasjon, tyveri av informasjon, tyveri av bedriftsinformasjon og såkalt phishing. Alle som bruker IT-systemer i Compass Group, kan være mål for slik virksomhet. I tillegg er vi også utsatt dersom leverandører og eventuelle tredjeparter blir berørt. Det er derfor viktig at vi får med oss eksterne partnere i vårt arbeid mot datakriminalitet.

VÆR OPPMERKSOM HELE TIDEN

Kampanjen som har dukket opp i eposter ukentlig har ikke bare tatt for seg direkte datainnbrudd, men fokuser også på hvor sårbare vi er som beveger oss fysisk ute i den digitale hverdagen. Uforsiktig bruk av pc offentlig kan være nok til at noen får tak i informasjon som kan føre til skade. Gratis WIFI, bruk av skjerm slik at alle kan se, muntlig deling av informasjon i en telefonsamtale, bruk av mobil på gjestenett eller rett og slett det å legge fra seg it-utstyr ubevoktet er eksempler på ting som kan skje de fleste av oss dersom vi ikke er oppmerksomme på forhånd. ○



BERØRINGSFRI BUFFET

– innovasjon under pandemien

Buffet handler om valgfrihet. Det er enkelt å servere buffet på en trygg og god måte. Det gjør vi i alle våre kantiner hver eneste dag. Gjester ønsker å velge maten sin selv, og der er buffet den beste løsningen. Vi som leverer kantine til bedrifter på fastlandet og offshore, har forpliktet oss til å levere buffet fordi kundene ønsker dette.

Valgfrihet trenger ikke å gå på bekostning av sikkerhet og kvalitet. Når vi legger opp våre buffeter oppfyller vi alle krav. Vi har eliminert mulighetene for å forsyne seg med felles gripebestikk. Alle valgmuligheter som kunder ønsker seg kommer pakket i egne glass, hvor gjesten selv kan plukke garnityr og tilbehør etter eget ønske, uten at man kommer i kontakt med noe andre har berørt. Dette er også buffet. Alt bestikk ligger pakket i servietter slik at ingen kommer i kontakt med andres. Vi har retningsbestemte linjer i våre kantiner, hvor vi har merket opp avstand slik at gjester hele tiden vet hva som trygt.

I helhet kan vi si at vi har et nytt konsept: Berøringsfrie kantiner. Vi har salatbar hvor man fortsatt kan velge hva man vil uten å komme i kontakt med noen felles kontaktpunkter. Vi «tæpper» når vi betaler, og kantinemedarbeidere og gjester smiler til hverandre gjennom plexiglass. Vi var redd det skulle skape distanse, men vi ser at smil fortsatt gir varme og glede selv om vi har en meter luft eller en centimeter glass mellom oss. ○



03

GOD HELSE

Økt trivsel, motivasjon og utvikling	26
Life at sea	28
Årets kvinnelige forbilde 2020	31
Renholderen i front under pandemien	32



GOD HELSE

ØKT TRIVSEL, MOTIVASJON OG UTVIKLING



Compass
Commitments

Compass er en bedrift hvor menneskene er viktig. Kvaliteten av det vi leverer er avhengig av dedikasjonen og dyktigheten til våre ansatte. Forpliktelsene er et sett med tre enkle, klare prinsipper som definerer hva vi kan tilby våre ansatte i retur for engasjement og ferdigheter. Vi vil at Compass skal være en organisasjon der våre ansatte føler seg verdsatt, respektert, støttet, at vi bryr oss om dem og at de har det bra.

Forpliktelsene er:

SAMARBEID

VI JOBBER SOM EN DEL AV ET
POSITIVT OG OMSORGSFULLT TEAM

Vi jobber i flotte team. Vi bryr oss om hverandre og våre kunder, og vi liker jobben vår.

RESPEKT

VI BEHANDLER HVERANDRE
RETTFERDIG OG MED RESPEKT

Vi vet at rettferdighet, respekt og høflighet kommer først. Vi verdsetter individualitet og setter pris på alle bidrag.

VEKST

VI HAR MULIGHETER TIL
Å UTVIKLE OSS

Vi utvikler medarbeiderne våre. Vi støtter og oppfordrer alle til å utvikle ferdighetene sine og nå hele potensiale sitt.

Disse forpliktelsene representerer grunnstenen i vår kultur som plasserer våre ansatte i hjertet av virksomheten. De fungerer som et sett med standarder - og en oppfordring til handling - til oss alle med henblikk på hvordan vi oppfører

oss og behandler hverandre hver eneste dag. Vi oppfordrer alle til holde seg til disse forpliktelsene hver dag, slik at vi kan fortsette å bygge en kultur vi kan være stolte av.



Helse og sunnhet

Å holde seg frisk - i både sinn og kropp - har vært spesielt viktig i 2020. For å redusere kontakten med andre har mange arbeidet alene på hjemmekontoret i lang tid.

I Compass har vi fokusert på å gjennomføre hyggelige sosiale samlinger på Teams – med morsomme aktiviteter og spill. De ansatte er anmodet om å komme seg ut, gå turer og delta på de trim-aktiviteter som er tilgjengelige.

I ESS har det vært fokus på trening med registrering av gjennomført aktivitet på digital plattform i My Compass.



Salt

Ferdige krydderblandinger er fjernet fra våre oppskrifter fordi disse ofte inneholder mye salt. Vi vil heller bruke tørkede urter og blande disse selv.

Som en konsekvens av Covid-19 og smittefri drift, ble salt-og pepperkverner fjernet fra bordene i kantinen våre. Det tilbys i stedet salt og pepper i porsjonspakker i kasseområdet eller ved bestikkstasjonen. Vi har også et bredt utvalg av brød med lavt saltinnhold i vårt sortiment.

Kurs i mattrygghet offshore



Alle ESS ledere og kokker har gjennomført 4 timers e-læring innen HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) og mattrygghet.



Fagopplæring av våre ansatte

I tett samarbeid med Fønix søker vi årlig om Kompetansepluss-midler til videreutdanning av våre ansatte.

I 2020 har vi utdannet 12 ansatte innen institusjonskokkfaget og 12 ansatte som renholdsoperatører. Etter bestått praksisprøve vil de alle ha et godkjent fagbrev fra utdanningsetaten.

Videreutdanning og fagopplæring av våre ansatte er et viktig satsningsområde for oss, og en svært god mulighet for våre ansatte til å videreutvikle seg innen sitt fag og interesseområde.



Chef Express

Chef Express er et nytt prosjekt og satsningsområde i samarbeid med NAV. 15 kandidater som ellers ville falt utenfor arbeidslivet, blir plukket ut av NAV til å gjennomføre et opplæringsløp i Compass Group.

Etter endt periode vil kandidaten sitte igjen med et praksisbrev som institusjonskokk med godkjent stempel fra utdanningsetaten. Dette er et godt utgangspunkt til å ta fagbrevet som institusjonskokk.

Vi har i 2020 hatt alle de 15 kandidatene inne på enheter hos oss for å jobbe tre dager i uken, i tillegg til skolegang 2 dager i uken. Målet er at alle kandidatene skal tilegne seg kompetansen som trengs for å sikre seg en plass i arbeidslivet.

GOD HELSE



LIFE AT SEA

Arbeidet med Offshore Refresh er videreført i 2020, men ble litt endret av smittevern hensyn. Prosjektet handler først og fremst om å styrke den grønne og sunne profilen offshore, men det handler like mye om utvikling og forbedring.

KUNNSKAP OG KONSEPT

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. Formålet var å etablere en utviklingsplattform med fokus på å fremme mat – og prestasjonskultur. Kunnskapsløftet inkluderer praktiske små seanser on-site. Seansene skal fremme presentasjon og variasjon på plantebasert mat.

KOMMUNIKASJON OG IDENTITET

Formålet med denne delen er å skape felles identitet og gjenkjennelse gjennom standardisert profil med synlige og hyggelige utstyrspakker, uniformer og logoer. ○

GJESTENS TILBAKEMELDINGER

Gjestene er fornøyde. De finner konseptet smakfullt og variert.

«Smakfulle salater og godt brød i kantinen.
Dette var virkelig positivt»

«God mat og flott presentasjon»

– Gjester offshore



MyCompass som kommunikasjonskanal

Året 2020 ble året da vi for alvor implementerte MyCompass i arbeidshverdagen. For å sikre raskere og hyppigere informasjonsflyt blir MyCompass en viktig erstatte for intranett og nyhetsbrev.

I Compass Group Norge står kommunikasjon og dialog med våre ansatte og kunder sterkt. Dette er viktig for selskapet, for å kunne holde alle parter jevnlig oppdatert, informert og engasjert i det vi driver med i Compass Group. Et viktig ledd i kommunikasjonen mot våre ansatte er våre interne kommunikasjonskanaler – det er derfor viktig å ha et system eller en applikasjon som kan bistå selskapet i å “treffe” på sin kommunikasjon. Her kommer MyCompass inn som et viktig redskap for alle fagområder i selskapet, for å kunne nå ut med deres kommunikasjon og informasjon.

Intranett hadde med andre ord gjort sin tjeneste i Compass Group og tiden var moden for å se på nye løsninger som er mer innovative og “up to date”.

MER MODERNE

Vårt gamle intranett, eller “det grønne monsteret” som det populært ble kalt, var i bruk frem til slutten av 2019. Tidligere var Intranett en ganske statisk webside. Den var ikke levende og den engasjerte heller ikke våre ansatte annet enn å være en portal for ulike linker og skjemaer, i all hovedsak. Intranett hadde med andre ord gjort sin tjeneste i Compass Group og tiden var moden for å se på nye løsninger som er mer innovative og “up to date”. Her kommer MyCompass inn i bildet.

Løsningen ble da å se til Danmark og deres system, Actimo. Det ble raskt opprettet et prosjekt blant våre stab-/støttefunksjoner og involverte, for å kunne implementere Actimo hurtig som vår nye kommunikasjonsplattform.



I løpet av Desember 2019 til januar 2020 fikk Actimo navnet MyCompass, og alt relevant innhold ble flyttet over fra vårt gamle intranett til MyCompass. Tekniske løsninger ble satt opp og systemet gikk “live” til alle i Compass Group 20.01.2020.

På en drøy måned var altså løsningen satt opp, slik vi kjenner MyCompass i dag.

VEIEN VIDERE

Fremover vil vi satse enda mere på utvikling av MyCompass. I dag bruker vi modulene Communication, Social wall og Train. Her er det rom for ytterligere utvikling. Med tiden som kommer vil vi også kunne bruke modulen “Lead”, som vil kunne ivareta forholdet mellom leder og medarbeider, med en smidigere oppfølging av ansattforholdet. MyCompass slik det fremstår i dag er et stort løft fra vårt gamle intranett. Vi har nå en portal som lar oss kommunisere direkte med våre medarbeidere, vi kan dele erfaringer via Social Wall, vi kan enkelt tilby kurs og kursoppfølging, vi kan lansere nyheter direkte via våre nyhetsfeeder og vi kan til enhver tid bygge nye fleksible løsninger.

Men, ikke noe system er perfekt. Vi er i en konstant utvikling og tilpasser systemet til nye behov og krav som måtte komme.

Look to MyCompass and stay tuned! 📢

GOD HELSE

**SPEAK UP**

Forebygging av mobbing og trakassering er sentralt i arbeidet for et bedre arbeidsmiljø. I Compass Group er det satt særlig fokus på dette.

Compass Group har en intern varslingstelefon og et felles program for hele konsernet som gir hver og en av oss mulighet til å ta opp hendelser eller handlinger vi opplever som utrygge, ukorrekte, uetiske eller ulovlige. Dette programmet kalles Speak Up.

Programmet gir de ansatte trygge rammer og mulighet for å varsle dersom noe ikke er greit.

**KVINNEDAGEN**

8. mars markerer vi den internasjonale kvinnedagen. På denne dagen anerkjenner vi alle våre kvinner i Compass Group og hedrer i tillegg et knippe utvalgte. Disse nomineres av ansatte i selskapet i forkant av selve dagen og skal være kvinner som inspirerer, bidrar og får til mer enn det som forventes.

På bakgrunn av nominasjonene plukkes det ut noen kvinner som får en liten gave, heder og ære. En hovedvinner blir i tillegg intervjuet og dette legges ut som egen sak på vårt intranett.

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.

FOKUS PÅ NÆRVÆR

I Compass Group arbeider vi aktivt med å forebygge sykefravær og fremme nærværet til arbeidsplassen. Ved å skape en god dialog og være tilstede reduserer vi sykefraværet, får ansatte raskere tilbake i jobb og skaper en god kultur.

Vi arrangerer årlig kursing av våre ledere innen sykefraværsoppfølging og forebygging. Kursoppsett og innhold varierer iht. behov og vi samarbeider med bedriftshelsetjenesten (Aktimed) og NAV om å lage gode relevante kurs for våre ansatte og ledere.

I tillegg samarbeider vi tett med NAV for å ta imot praktikanter. Disse er en del av vårt nærværarbeid og vårt sosiale ansvar.

ESS har inngått samarbeid i IA-avtalens Bransjeprogram i regi av Norsk Olje og Gass, etablert august 2019 og avsluttes ved utgangen av 2022. Målsettingen er å redusere sykefravær, forebedre arbeidsmiljøet og redusere frafall. Videre er det gjennomført lederopplæring i regi av IA-Bransjeprogram med fokus på lederrollen og psykososialt arbeidsmiljø.

Prosjektet startet med en kartlegging av arbeidsmiljøet høste 2020 med 94% deltakelse. På bakgrunn av denne ble det



ÅRETS KVINNELIGE FORBILDE 2020

Ragnhild Westerlund ble kåret til årets kvinneforbilde i 2020. – Anerkjennelsen fra mine kollegaer betyr utrolig mye for meg, sier Ragnhild.



– Jeg må innrømme at dette var temmelig overraskende. Man kommer på jobb hver dag og trives med kollegaene, og da gjør det utrolig godt å vite at noen setter like stor pris på meg tilbake, sier en tydelig lykkelig Ragnhild Westerlund.

Men, Ragnhild er tydelig på at man ikke får en slik pris fordi man på egenhånd har vært en god person. Selv er hun, ifølge seg selv, bare et produkt av folkene hun omgir seg med til daglig.

– Det er mine kollegaer som inspirerer meg til å være en bra person. Jeg påvirkes av omgivelsene og den atmosfæren vi alle skaper når vi jobber sammen.

STOLT AV ARBEIDSPLASSEN

Siden mai 2015 har Ragnhild vært ansatt i Eurest og har jobbet ved hovedkontoret til Schlumberger i Stavanger som resepsjonsleder og facility administrator hele perioden. Etter nesten fem år i jobben trives hun bedre enn noen gang.

Vi er en stor gjeng her som er stolte og kry av arbeidsplassen vår.

– Det var kjempestas å få en slik pris. Jeg er så glad i mine kollegaer, og det er utrolig kjekt å få bekreftet at de setter like stor pris på meg. Jeg ble faktisk både satt ut og rørt da jeg fikk nyheten. Det er en god følelse å vite at man påvirker andre på en positiv måte, og kanskje til og med utgjør en liten forskjell i noen annens hverdag. Jeg er jo opptatt at vi skal jobbe godt i team og at vi skal ha god kjemi mellom oss. Vi er en stor gjeng her som er stolte og kry av arbeidsplassen vår, sier Ragnhild.

GODE RÅD TIL ANDRE FORBILDER

Selv har hun ingen forbilder hun virkelig ser opp til. De beste og viktigste forbildene til Ragnhild er alle de som står henne nær. Det er kollegaer som hun tilbringer mesteparten av dagen sammen med. Det er familie og det er venner. Samtidig deler hun noen gode råd hun mener alle kan reflektere over.

– Vær flink til å se hvert enkelt menneske. Vi må ha respekt for at folk er forskjellige. For oss som jobber i team er det viktig å anerkjenne at alle personligheter skal ha en likeverdig plass på jobben. Alle roller på arbeidsplassen er like viktige. Er du en positiv person er det lettere å få folk med deg på laget, og jeg vil oppfordre alle til å behandle hverandre med respekt og ydmykhet, sier Ragnhild.

Å være aktiv er en viktig årsak til at Ragnhild presterer godt og kan møte blid og fornøyd på jobb hver dag. Et friskt sinn vedlikeholdes best ved å være i bevegelse og å bruke kroppen.

– Jeg har alltid vært en aktiv person utenfor jobb. Nå som jeg ikke lenger driver med hest slik som tidligere, er friluftsliv blitt en viktig hobby i min hverdag. Gjennom interessen for friluftsliv får jeg også mye gratis trening som hjelper meg å holde meg frisk og fin. Da skaper jeg overskudd som jeg kan ta med meg på jobb, sier Ragnhild.

Selv om hestesporten tilhører fortiden har hun drømmer om en fremtid som involverer ridning.

– Jeg har en stor drøm om å få dra til Italia og ri fra vingård til vingård. Det tror jeg hadde vært en annerledes og spennende reise, avslutter Ragnhild. ○

GOD HELSE



RENHOLDEREN I FRONT UNDER PANDEMIEN

Å være renholder under pandemien har vært annerledes og utfordrende. Nå har renholderen blitt en markant frontkjemper som gjør hverdagen tryggere til havs og på land.

– For våre renholdere offshore har det helt klart vært et annerledes år. Vi som rengjør offshore har opplevd at vi ikke bare blir sett og satt pris på i økende grad, men vi har også kunnet glede oss over 60 nye kollegaer som en følge av at vi har måttet innføre nye tiltak, sier fagleder for renhold i ESS Torill Marcusson.

Årsaken til at man har måttet øke ansatte er fordi man har vært nødt til å skape en ny rolle som kalles desinfeksjonsstilling. På 20 rigger trenger man tre skift, og dermed har man måttet øke staben med hele 60 personer.

– Rollen som desinfeksjonspost innebærer å desinfisere alle personnære flater to til tre ganger i løpet av døgnet. Selv om antall beboere på riggene har gått ned har vi måttet øke ansatte, forteller Marcusson.

HØY AKTIVITET OGSÅ PÅ LAND

Renholderne har fått en annerledes arbeidshverdag også på land, fordi de har fått utøket sine arbeidsoppgaver til også å gjelde temporært renhold – det vil si renhold som bare skjer periodisk og ikke omfattes av det daglige renholdet.

– Dette vil for eksempel være aktiviteter som handler om teppe- og møbelrens, og innvendig vinduspuss. Dette har ofte vært satt ut til andre, men nå har man fått tid til disposisjon til å kunne gjøre disse tingene selv, forteller fagleder for renhold i Compass Group Norge Vanja Øverland.

Selv om renholderne ofte har rengjort tomme lokaler har mange renholdere nå lært seg nye ferdigheter som temporært renhold og det å bruke foggermaskin. I tillegg har man fått mer kunnskap om hvilke flater det er ekstra viktig å holde rene.

– Vi har også måtte øke antall arbeidsoppgaver på renhold ved å drive ekstrarengjøring på berøringspunkter og kontaktflater. Dette er selvsagt utfordrende for alle renholdere som allerede har travle dager. Da har vi måttet tenke smart, og vi har måttet se til nye løsninger, sier Øverland.



NYE HJELPEMIDLER

En foggermaskin er en liten håndholdt maskin som brukes til å dampe overflater. Den tar bakterier og virus, men samtidig legger den ned en beskyttende hinne som kan ligge i inntil syv dager som forebygger smitte. Denne hinnen lar seg heller ikke vaske vekk. Å bruke en foggermaskin er raskere og mindre tidkrevende enn en vanlig smittevask.

– Vi benytter nå slike foggermaskiner til å utføre eventuell smittevask, men også forebyggende vask. Slike bruker vi både i Medirest og i andre avdelinger og offshore. Rundt juletider fikk vi endelig bekreftelse fra leverandøren av disse om at desinfiseringen er godkjent av Statens Legemiddelverk til å brukes på våre institusjoner. Siden da har dette vært et viktig arbeidsredskap for våre ansatte, forteller Øverland.

PSYKISK HELSE I FOKUS

Blant renholderne har det vært en reell frykt for å bli smittet. Spesielt i offshore-sektor har man merket at renholderne er i mye mer kontakt med de øvrige på riggen enn for eksempel kantineansatte.

– Renholderne er rundt på hele lokasjonen og treffer mye folk. Derfor har man snakket mye sammen og vært nøye på å ha god dialog, for å ikke gå rundt med frykt. Vi har hatt tett kommunikasjon med forpleiningsleder og sykepleier. Alt for å skape trygghet, forteller Marcusson.

Både Marcusson og Øverland håper at når pandemien er over vil kundene fortsette å se betydningen av å øke frekvensen på renholdet. Kunder har ofte ikke renhold av kontoret mer enn en gang i uken, men nå kan det tenkes at mange ser at det er helsemessig gunstig å øke vask og rens av kontoret.

Torill Marcusson,
fagleder for
renhold i ESS



Vanja Øverland,
fagleder for
renhold i
Compass Group

– Jeg har jobbet med renhold i 35 år og jeg brenner veldig for renholdernes arbeidshverdag. Tenk at det måtte en pandemi til for å se hvor viktig denne jobben er. Jeg tror renholdere kommer til å bli sett og satt pris på i langt større grad i fremtiden enn hva man har sett til nå, avslutter Torill Marcusson i ESS. ○

04

EN FORSKJELL FOR MILJØET

Miljøtiltak	36
Matsvinn – våre tiltak	37
Mer bærekraftige matkonsepter	38
GreeNudge	39
Bier for samhold på Lysaker	40
Retter inspirert av EAT	42





EN FORSKJELL FOR MILJØET

MILJØTILTAK



Alle våre supportfunksjoner og driftsenheter samarbeider om å gjennomføre miljøtiltakene.



Avdeling for utvikling av matkonsepter legger vekt på at maten skal være sunn og fremme plantebaserte valg.



Oppskriftene tilpasses konseptene slik at fokus på sunne og plantebaserte valg ivaretas.



Innkjøpsavdelingen sikrer utvalgelse av de beste leverandørene og utarbeider en varebok som gjør det mulig for avdelingene å velge riktige varer.



Avdelingene utarbeider egne mål og iverksetter tiltak.



Samarbeidet lokalt, nasjonalt og globalt gjør at Compass Group oppnår fastsatte mål og på den måten bidrar til å redusere verdens karbonutslipp



Plast

I hele verden benyttes alt for mange engangsartikler av plast. I Compass Group har vi i flere år arbeidet for å redusere forbruket av engangsartikler samt erstatte plasten med andre materialer.

Det er besluttet å innføre et forbud mot å benytte bestikk, tallerkener, sugerør, ballongpinner, rørepinner og bomullspinner i plast, samt matbeholdere, drikkebegre og drikkevaremballasje av isopor. Forbudet trådte i kraft 3. juli 2021. (*Regjeringen.no 11.03.2021*)

I 2020/2021 har vi av smittevern hensyn vært nødt til å emballere maten og porsjonere i matcontainere. Dette har øket forbruk av engangsartikler i forhold til flergangs, men vi har fokusert på å bruke produkter av andre materialer. I antall er forbruket allikevel redusert fordi så mange avdelinger har vært stengt eller vært åpne med redusert drift.

MATSVINN – VÅR INNSATS

Offshore har vi hatt tre matsvinn-piloter i gang noen måneder. Innen utgangen av driftsåret 2020-2021 er Foodwaste, måleverktøyet vårt, implementert på samtlige av våre offshore-enheter. De daglige målingene vil gi oss talldata som gjør oss i stand til å lage målrettede tiltak for å redusere matsvinnet offshore de kommende årene.

Onshore har vi fortsatt å måle matsvinnet på mange åpne enheter. En oversikt tyder på matsvinnet er halvert under Covid-19. Årsaken er blant annet at både varm mat og salater er porsjonert av vårt personale av smittevern hensyn.



Fra Ula, som var andre piloten ut i prosjekt matsvinn offshore. Bak fra venstre: Stian Furnes, June Borge. Foran: Reidar Sandstå.

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.



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 2021 deltok over 30 Compass-land, inkludert Norge. Vi fikk nesten 3 millioner eksponeringer på Group LinkedIn, Twitter og Google search ads og over 20,000 reaksjoner og kommentarer.



Compass Group har vært med å utvikle svinregistrerings-systemet 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 internkontrolldelen av eSmiley på alle sine enheter, og ser nå på videre utrulling av matsvinn-løsningen FoodWaste.



*Enkelt og bra
– for deg og miljøet!*

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.



Too Good To Go

I partnerskap med Too Good To Go-appen har Compass Group de siste 4 årene spart over 80 000 måltider fra å bli kastet, dette tilsvarer 200 tonn CO₂. I Norge benyttes Too Good To Go-appen for salg av restemat på våre kommersielle steder.

EN FORSKJELL FOR MILJØET

MER BÆREKRAFTIGE MATKONSEPTER

Gjestene forventer å få servert nylaget mat fra bunnen av. Bærekraftig mat laget med omtanke for miljøet, god smak og med en innbydende presentasjon. Derfor sier vi at bærekraft har aldri smakt bedre!

Food & Co.

Food & Co merkevaren representerer svært høy kvalitet og skal være kjent som de beste personalrestaurantene på markedet.

Konseptet handler om lidenskapelige kokker og ansatte som elsker å lage smakfulle, næringsrike og inspirerende måltider, fylt med smak og energi. Vi jobber tett med førsteklasses leverandører for å lage en naturlig, bærekraftig og variert meny. Bevisst på hva mat gjør for helsen vår, serverer vi kjærlig sunne valg med minneverdig smak.

I Food & Co deler vi gjerne vår kompetanse om kokkefaget, og gir alltid gjestene våre omsorg og personlig service.

MARKETPLACE

Marketplace er et uformelt, praktisk og kostnadseffektivt tilbud, som samtidig består av høy matkvalitet, et solid bærekraftig fundament og masse inspirasjon. Vår tilnærming er variert, sunn og deilig mat som alle skal like.

WICKED RABBIT

Eat your greens



Wicked Rabbit er en helvegetarisk modul for våre restauranter. Det er vårt svar på fremtidens vegetarmat.

Her tilbys innbydende vegetarmåltider, som appellerer både til kjøttelskere og vegetarianere. Vi har som mål at en kjøttelsker skal være like fornøyd med å velge vegetarisk som kjøttbasert.

Trenden i Europa er at den jevne europeer er blitt mer opptatt av å redusere personlig kjøttinntak.

Flere undersøkelser viser også at de yngre generasjonene, millenials og generasjon Z, er mer åpne for å omstille dietten til vegetarisk eller vegansk enn hva deres foreldre er, generasjon X.

De viktigste helsemessige fordelene med å spise mer plantebasert er redusert risiko for hjerte- og karsykdommer, hjerneslag og type 2-diabetes.

I Compass Group ønsker vi å ta ansvar gjennom å tilby fristende plantebasert mat.



Green Corner

Green Corner er en plantebasert tilleggsmodul som passer de fleste av våre restauranter. Dette er en egen stasjon i en forlengelse av salatbaren der vi serverer lune grønnsaker, fristende vegetarretter, spennende salater og gode proteinalternativer for de som ønsker å velge bort kjøtt.

GreenNudge

– Små dytt for sunnere og mer bærekraftige valg

Nudging handler om å hjelpe våre gjester til å ta sunne og bærekraftig valg gjennom å «nudge»/dulte dem i riktig retning. Compass er en samarbeidspartner med organisasjonen bak GreenNudge i Norden og har bistått med forskningen rundt konsepter.

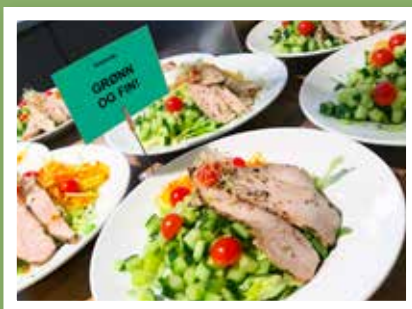
Vi jobber systematisk for å veilede gjestene våre til å ta bedre valg, og selve målsetningen er å få gjestene våre til å velge mer grønt. Ved å presentere de sunneste valgene først, gjøre presentasjonen av de grønne rettene lekre og fristende, og

porsjonere på tallerken, gir vi gjestene en vennlig dytt i en grønnere og sunnere retning. Gjennom GreenNudge benyttes seks konkrete virkemidler:



PRIMING

Kommunisere helse og trivsel - anbefale grønnsaker og frukt på menyen



PLAKATERING (MERKING)

Merke sunne valg i serveringssonen med mer og i ukesmenyen



PLASSERING

Plassere de sunneste valgene først.



PORSJONERING

Porsjonere rettene når mulig



POSISJONERING

Tilby dagens salat ved varm mat



PRESENTASJON

God sammensetning og farger i presentasjonen

BIER FOR SAMHOLD PÅ LYSAKER

Et birøkteprosjekt på Lysaker har knyttet sterke bånd mellom kunde og leverandør. – Dette viser at vi kan så mye mer enn mat og for kunder kan vi tilby en stor pakke, utover den tradisjonelle leveransen, sier kjøkkensjef Christopher Østberg hos Storebrand i Oslo.



– Det gjør at vi kommer tettere på hverandre og man skaper et avhengighetsforhold til hverandre. Jeg tror både vi og Storebrand setter stor pris på hverandres engasjement. Det gjør det også lettere å beholde kontrakter videre, fordi vi fører en del prosjekter det ikke nødvendigvis er så lett å føre videre uten de faste menneskene, sier Christopher Østberg, som er Site Manager på Storebrand.

Å ha et felles prosjekt gjør at man knytter sterke bånd til kunden. Da blir man ikke bare kunde og leverandør, men man blir også kollegaer. Dette er positivt for samarbeidet og relasjonen man utvikler.

BLE INSPIRERT

Ideen til selve prosjektet kom i gang ved at Østberg var nysgjerrig på et prosjekt med bier som en venn drev. Etter flere gode samtaler ønsket han å sjekke om det kunne være mulig å drive noe tilsvarende på sin egen location hos Storebrand, på deres hovedkontor på Lysaker.

– Jeg opplever Storebrand som en aktiv og spennende kunde å jobbe med, som ønsker å være med på spesielle prosjekter, som for eksempel sikrer bærekraft, men også prosjekter som er til hygge for de ansatte. Jeg tok kontakt med Nordisk driftssjef i Storebrand, Yngvar Christiansen, og fikk umiddelbart tomme opp til å starte opp prosjektet.

Dette førte til at Østberg og souschef Radek tok birøkterkurs gjennom ByBi. Nå røkter de bier sammen med en de ansatte på Finans i Storebrand. Kostnadene er det Storebrand som bærer.

– Det er en utrolig artig måte å få jobbe sammen med Storebrand på, og ikke minst at vi også har med oss en som jobber i Storebrand, for å dele lidenskapen vår. Vi føler oss utrolig privilegerte, og vi merker også at interessen for biene er stor blant de ansatte, sier Østberg.

ANSVARLIG BÆREKRAFT

Å drive birøkting i byområder er et ansvar man kan velge å ta. Det bidrar til bærekraftig og er en viktig måte å hjelpe naturen på. Birøkting av honningbier må allikevel ikke gå på bekostning av bestanden av ville bier. Dessverre foretrekker tamme honningbier de ville biene dersom de konkurrerer om ressurser.

– Vi har 208 biearter i Norge, hvorav 207 er villbier og en art, honningbiene, er tamme. Det er derfor man har definert sårbarhetssoner hvor man sørger for å ikke sette ut tambier slik at de ville artene beskyttes, sier Ragna Ribe Jørgensen i By Bie.

Birøkting i urbane miljøer er ikke noe nytt fenomen. Funn fra middelalderen i Oslo viser at honningbier har vært del av Oslonaturen i minst 900 år. De første skriftlige nedtegnelser

derimot finner vi ikke før 1865, da Heinrich Rinnè søkte om og fikk statsstøtte, for å jobbe med bier og å utvikle birøkt som landbruksnæring i sin egen hage på Bygdøy. Senere skulle han utvide og ende opp med å røkter bier også på selve Bygdøy Kongsgård.

– ByBi er Oslos urbane birøkterlag og et nettverk av røktere, urbane bønder, bi-entusiaster, pollineringsinteresserte og byutviklere, som ønsker å bedre pollinatorenes levestandard. Gjennom tjenesten ByBi forsøker vi å være en aktiv pådriver til økt biologisk mangfold i byen vår, forteller Ribe Jørgensen.



SKAPER BEGEISTRING

Selv om bier ikke akkurat er et kosedyr, så er det et vesen som skaper kos og begeistring på stedet. Østberg forteller at han får mange henvendelser fra ansatte i bygget, om spørsmål og ikke minst om det kommer til å bli mulig å kjøpe den kortreiste honningen.

– Drømmen er at vi skal få vår egen «slynge» slik at vi kan høste honningen selv, i stedet for å sende den inn til Honningcentralen. Da er vi også sikret å kunne selge vår egenproduserte honning, og etterspørselen er stor, sier Østberg.

Han anslår at de i løpet av et år kan produsere mellom 85 og 100 kilo honning og man vil kunne merke på smaken hvilken årstid den er produsert og hva slags pollen biene har foret seg på. Samtidig er ikke biene et forstyrrende element i området ettersom bier er fredfulle og lite nysgjerrige dyr.

– I motsetning til veps livnærer bier seg utelukkende på pollen. De er ikke kjøtteterer og har ingen interesse av menneskemater. Derfor holder de seg unna mennesker, dersom de får være mest mulig i fred. Bier er ikke innpåsletne i det hele tatt, og jeg kan fint være nær og rundt kubene uten drakt, men når jeg behandler kubene er det greiest å ha på drakten, avslutter Østberg. ○

EN FORSKJELL FOR MILJØET



RETTER INSPIRERT AV EAT

Som verdens største leverandør av måltidstjenester har vi i Compass Group og våre kunder en reell mulighet til å påvirke positivt. Vi vil at du skal oppleve gleden av mat som er bra for både deg og miljøet, fordi våre valg gjør en forskjell.

Ved å se etter den oransje sirkelen på menyen kan du velge retter som er inspirert av vårt samarbeid med EAT-Foundation. På den måten ønsker vi å øke serveringen av grønnsaker, samt øke antall sesongbaserte og bærekraftige oppskrifter med et lavere karbonavtrykk. Samtidig inneholder alle EAT-retter mindre enn 20 prosent kjøtt.

Verden trenger en mer rettferdig fordeling av det globale matsystemet, og ved å se etter den oransje sirkelen kan du starte fordelingen allerede i dag.

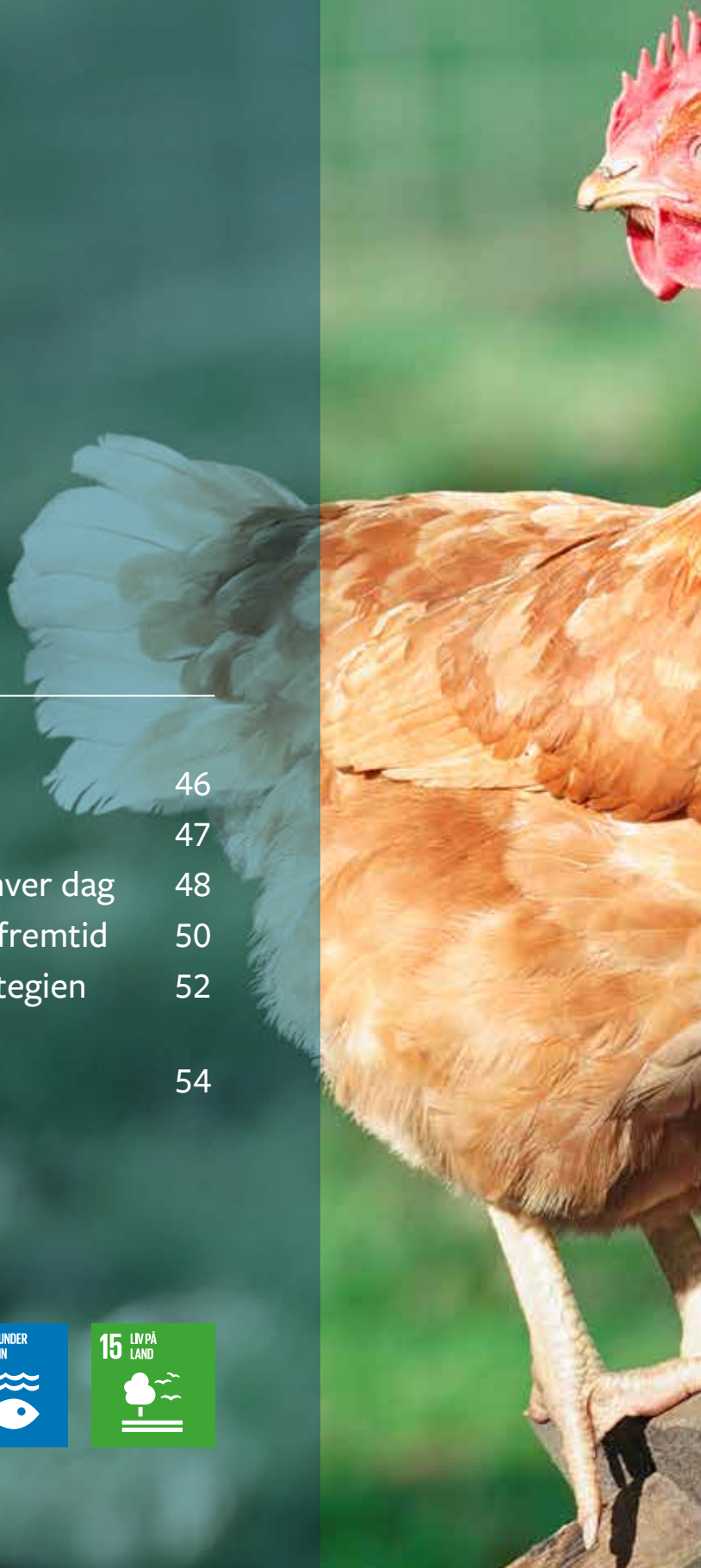
God fornøyelse



05

FOR EN BEDRE VERDEN

Transparens og samarbeid	46
Krav til leverandører	47
Nortura: Litt bedre dyrevelferd hver dag	48
ASKO: Forbereder en utslippsfri fremtid	50
Huhtamaki: En bærebjelke i strategien	52
Lantmännen Unibake: Bærekraft – mer enn bare et ord	54







TRANSPARENS OG SAMARBEID

Vi arbeider tett med våre leverandører for å finne gode råvarer og gode ideer. Leverandørkjeden skal være kjent og åpen helt til opprinnelig produksjonsland. I Compass er det definert standarder for hvilke krav som skal settes til leverandørene, særlig når det gjelder mattrygghet og bærekraft.

I Compass settes dyrevelferd høyt. Vi stiller derfor krav til våre leverandører om å følge opp dette hos sine produsenter. Dette er i tillegg et godt argument for å spise mer plantebasert mat

For at vi skal nå målene må vi samarbeide, både over landegrensene og lokalt. Compass Group er et stort globalt konsern som har virksomhet i mange land. Bærekraftsarbeidet representerer et sterkt og koordinert samarbeid mellom landene.

I Norge samarbeider vi tett med bransjen forøvrig, myndighetene og våre leverandører. Vi deler den beste praksis mellom egne avdelinger og landområder både i Norge og i våre naboland. ○



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 barnarbeid, forbud mot diskriminering og forbud mot tvangsarbeid.

Det skal ikke forekomme tvangsarbeid eller barnarbeid. Leverandøren skal ha et system for oppfølging av sin leverandørkjede, for å hindre bruk av barnarbeid 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.

INTERVJU: NORTURA

”I praksis har vi snart kun frittgående eggproduksjon i Nortura”



LITT BEDRE DYREVELFERD HVER DAG

I Norge har vi over mange år ligget i front når det gjelder å ha friske dyr og strenge krav til dyrevelferd. Vi skal likevel aldri slå oss på brystet og si at vi er i mål, men skal hele tiden tilstrebe bedre løsninger enn gårsdagens.

Vi ser stadig at det er mulig å finne bedre og smartere løsninger som gir dyra et tryggere, mer innholdsrikt og variert liv, samtidig som smittevernet og mattryggheten ivaretas. Konkret har Nortura gjennom det siste tiåret bidratt til innføring av grundige eksterne revisjoner av dyrevelferden på våre rugerier og slakterier, samt at det har blitt innført egne dyrevelferdsprogram for kylling- og eggproduksjonen.

KONKRETE TILTAK

De siste årene har vi også både på kylling og til verpehøns innført konkrete trivselstiltak som stimulerer dyra til lek, aktivitet og mer naturlig atferd. Mange har nok også lagt merke til omleggingen bort fra de gamle høneburene til miljøinnredning eller frittgående eggproduksjon, der hønene har frihet til å bevege seg i hele hønsehuset. For å dekke etterspørselen etter egg fra frittgående høns har mange eggprodusenter gjort store investeringer for å være med på framtidens produksjon. I praksis har vi snart kun frittgående eggproduksjon i Nortura.

HVA SKILLER OSS FRA DE ANDRE?

Sammenlignet med resten av Europa er hovedforskjellen at vår egg- og kyllingproduksjon er tett knyttet til familiegårdsbruk, og ikke industrialisert på samme måte som i mange andre land. På flere områder har vi strengere krav, som for eksempel på dyretetthet hos kylling. I tillegg har vi som et av svært få land etablert oss som helt salmonellafrie både i egg- og kyllingproduksjonen.



Atle Løvland
Veterinær, Dr. med. vet
Hvitt kjøtt, optimalisering og utvikling
Nortura

SAMVIRKE GIR FORDELER

Dyrevelferdsarbeid og -utvikling er selvsagt den mest sentrale delen av bærekraftsarbeidet i Nortura og for Nortura-bonden. I tillegg til dyrevelferd er bærekraftsmålene som går på matforsyningen, klima og økonomisk utvikling helt sentrale for oss. Selve forretningsmodellen vår som et samvirke, der det er bonden selv som eier matindustrien og dermed kan påvirke sin egen andel av verdiskapingen i større grad, er et viktig fortrinn for oss på mange områder.

Som fjørfedyrlege har det vært moro å følge denne utviklingen over de snart 25 årene jeg har vært tett på produksjonen, og det skal bli interessant å se hvor vi er om nye 25 år! ○

FORBEREDER EN UTSLIPPSFRI FREMTID

ASKO jobber for et fremtidsrettet transportsystem med minimalt CO₂-avtrykk. Hovedrollen i dette skiftet er det de ansatte som skal spille.

Hva er viktig for ASKO når det gjelder bærekraft?

Det som er viktig for ASKO er å gå foran og gjøre det vi kan i arbeidet med bærekraft og tenke langsiktig. Vi mener at et rent miljø, et bedret klima og bærekraftig drift, er noe av det viktigste vi kan bidra med for at våre barn og barnebarn skal nyte godt av de samme naturressursene som er tilgjengelig for oss i dag. Vi merker alle hvordan klimaendringene påvirker oss – og dette må vi håndtere før det er for sent. Det skylder vi samfunnet og våre etterkommere.

Hvordan arbeider dere med bærekraft og hvilke fokusområder har dere?

Vi i ASKO arbeider med flere innfallsvinkler til området bærekraft. Vi har stort fokus på våre direkte utslipp fra vår transportvirksomhet og fra vårt energiforbruk. Vi har investert i både elektriske og hydrogendrevne lastebiler. Vi har flere hel-elektriske biler på vei inn til flere av ASKO selskapene.

I tillegg jobber vi nå med en elektrisk sjødrone for transport over Oslofjorden.

Vi har investert i egne vindturbiner og produserer nå like mye fornybar energi som det vi bruker. Den fornybare energien kommer fra solceller på våre lagertak – over 100.000 m² – samt vindkraft fra syv egne vindturbiner.

Men i tillegg til å fokusere på direkte utslipp, arbeider vi også med menneskene, våre egne medarbeidere og de ansatte i leverandørkjeden. Vi har satt opp konkrete mål innen mangfold, antall lærlinger og etisk handel.

Vi tenker at samarbeid og fleksibilitet har vært viktig, og kanskje en utfordring, i Covid-19 tiden – med henblikk på åpning og stenging av kantiner/sites. Kan du si litt om dette – har dette påvirket bærekraftsarbeidet i positiv eller negativ forstand?

Vi møter snart en hverdag som er tilnærmet normal og da må vi være klare for å håndtere åpningen av f.eks. kantiner og serveringsmarkedet i sin helhet. Et samarbeid for å gjennomføre gjenåpningen på en god måte er avgjørende etter den lange nedstengingen vi alle har vært gjennom.

«Vi merker alle hvordan klimaendringene påvirker oss – og dette må vi håndtere før det er for sent. Det skylder vi samfunnet og våre etterkommere»

Andre miljø/bærekraftstiltak som er viktig for ASKO?

Nærhet til lokalmiljøet og lokalt produserte varer er to områder vi har fokus på. Vi bidrar også til lokal barneidrett gjennom flere årlige tiltak.

Vi har bygget opp et internt fond i Norgesgruppen hvor alle våre medarbeidere kan søke om støtte. Hensikten med dette har vært å bidra til at alle våre medarbeidere forsterker sitt bærekraftsengasjement, både på jobb og privat. ○





INTERVJU: HUHTAMAKI

EN BÆREBJELKE I STRATEGIEN

For Huhtamaki er bærekraft helt sentralt og det viktigste punktet i strategien. Derfor anbefaler de alltid kundene å gå for de beste miljøvalgene som er tilgjengelig.



Anne Kristin Ødegård,
Marketing Manager Nordic

– Vi i Huhtamaki har som mål å minimere den negative innvirkningen vår virksomhet har på miljøet. Samtidig ønsker vi å maksimere den positive effekten for våre interessenter, forbrukere og samfunnet. Dermed blir vår ambisjon å være våre kunders førstevalg innen bærekraftige emballaseløsninger, sier Marketing Manager Nordic Anne Kristin Ødegård.

Huhtamaki er en av verdens største emballasjeprodusenter med ca. 15 500 ansatte i 36 land. Med en betydelig markedsrett har man også betydelig påvirkningskraft.

– Vi har bærekraft med oss i alt vi gjør. For oss betyr dette at vi gjennom hele verdikjeden vurderer både positive og negative effekter av alt vi gjør når det gjelder miljø, samfunnsansvar og ledelse av bedriften, sier Ødegård.

EMBALLASJE KAN OGSÅ REDDE

Emballasje eksisterer ikke alene. Tvert imot er det en integrert del av hele produktet som emballasjen brukes til. Ødegård mener at emballasje spiller en mye større rolle enn å bare være noe som påvirker miljø og jorda i negativ retning.

– Vi mener emballasje er med på å beskytte miljøet og naturens mangfold gjennom reduksjon av matavfall. Omtrent en tredjedel av all mat som produseres i verden går tapt, eller blir kastet. Dette bidrar til omtrent åtte prosent av det totale klimagassutslippet over hele verden. Vi mener at emballasje kan gjøre en forskjell i matvaresystemets verdikjede på flere måter, blant annet gjennom å designe produkter som kan resirkuleres eller komposteres. Vi kan bruke fornybare og resirkulerbare materialer, karbonnøytral produksjon og bruk av fornybar energi, sier hun.



SAMARBEID FOR EN FRISKERE VERDEN.

– I Huhtamaki lanserte vi i 2020 vår strategi frem mot 2030, hvor all vår satsing på bærekraft og miljø er implementert og satt med konkrete mål. For at vi skal nå disse målene innen 2030 er vi nødt til å ha godt samarbeid med leverandører og kunder. Uten dem får vi det ikke til. Derfor anbefaler vi for eksempel alltid at Compass Group først vurderer de beste miljøvalgene som er tilgjengelige av serveringsemballasje, slik at man aktivt kan velge det beste for miljøet, sier Ødegård.

Compass Group var for eksempel tidlig ute med å velge FutureSmart kaffebeger fra Huhtamaki. Dette er eksempler på emballasje som tilfredsstiller alle krav både Compass Group

og Huhtamaki stiller for å kunne dokumentere bærekraftige løsninger. Future Smart-papirbegerene er laget lokalt i Norden, og av 100 prosent fornybare plantebaserte materialer. Gjennom C-14 testing kan man dokumentere at de ikke inneholder karbon som er eldre enn 100 år.

– Ved å velge en lokal samarbeidspartner med klare mål for bærekraft, og som viser at de kan gjennomføre de målene som settes ved en langsiktig tilstedeværelse i markedet, kan vi følge produktreisen mye tettere. Dette har vi lyktes med når det gjelder våre plantebaserte beger. Der kan vi dokumentere bærekraft fra leverandør og frem til kunde. Slik ønsker vi å jobbe, avslutter Ødegård. ○



BÆREKRAFT – MER ENN BARE ET ORD

For å levere på bærekraft må ordet være innlemmet i alt man gjør. For Lantmännen Unibake handler bærekraft om ansvar - overfor jorda, som arbeidsgiver og forretningspartner.

– I Lantmännen Unibake involverer vi oss i hele verdikjeden. Det betyr at vi har mange muligheter til å gjøre små og store justeringer som gagnar miljøet, og gjør vår egen og kundenes virksomheter mer effektive og bærekraftige. Vi tar ansvar fra jord til bord, sier markeds- og innovasjonsdirektør Aina Hagen.

Hagen mener at om man skal lykkes med bærekraft i en bedrift må man fylle begrepet med håndfaste tiltak og handlinger. Bærekraft kan i seg selv bli et tomt begrep, men dersom man involverer alle ansatte i aktiviteter og prosesser, slik at de forstår at alt nytter, vil bærekraft bli en naturlig del av alles hverdag – helst uten av man tenker over det.

– Bærekraft er integrert i alt vi gjør. Det handler for eksempel om å redusere tykkelsen på plastemballasjen, etablere en matreddermentalitet blant alle ansatte, tilby grovere bakervarer eller velge norsk mel og råvarer. Det er viktig for oss at bærekraft er mer enn bare et ord og at alle føler ansvar for å strekke seg litt lenger, sier Hagen.

AKTIV SATSING UNDER PANDEMIEN

Det er ingen selvfølge å investere i produksjon midt i en pandemi. I en tid hvor hjemmekontor har vanskeliggjort internarbeidet i mange bedrifter er det nettopp dette Lantmännen Unibake har klart å gjøre.

– Vi viser at vi alltid jobber aktivt med bærekraft. Rett før sommerferien 2020 kjøpte vi et moderne bakerianlegg i Lier. Sammen med vårt anlegg på Langhus kan vi benytte lokale råvarer og arbeidskraft til å produsere kortreiste bakervarer. Ved å produsere selv fremfor å transportere varer fra Europa, reduserer vi CO₂ fra transport betydelig, forteller Hagen.

Sammen med «Too Good To Go» ble det i oktober arrangert en stor matredderaksjon der nærmere 12.000 rundstykker ble reddet fra søppelkassa. Smittevernregler og begrensninger for ansamlinger av mennesker i forbindelse med pandemien, har gjort at man ikke har kunnet gjenta suksessen.



Aina Hagen,
Markeds- og innovasjonsdirektør
Lantmännen Unibake

GODE RESULTATER

Lantmännen Unibake jobber kontinuerlig med å minimere sin påvirkning på miljøet. Det vises ved å redusere matsvinn, redusert CO₂-utslipp og redusert bruk av plast. Samtidig har man et ønske om å bidra til et sunnere kosthold ved å tilby sunnere alternativer i alle produktkategorier.

– Selv om plastemballasje er nødvendig for å ivareta holdbarhet og kvalitet på matvarer, ønsker vi å bruke minst mulig. Siden 2018 vi gjort små og større tiltak som har redusert plastbruk til emballasje og transport med 63 tonn, bare for merkevaren Hatting. Ved å gjøre Hatting-posene 0,005 millimeter tynnere, reduserte vi bruken av plast med 18 tonn. Det tilsvarer 65 fotballbaner, sier Hagen.

Ifølge markeds- og innovasjonsdirektøren kaster vi i Norge 170 000 brød hver eneste dag. Derfor har de et mål om å redusere svinnet fra egen produksjon til under en prosent, og man har forpliktet seg til å følge FNs bærekraftsmål om å halvere matsvinnet innen 2030.

– Vi vet at forbrukeren opplever at fryst mat bidrar til å redusere matsvinn. Vi føler oss heldige som leverer frosne bakervarer ut til forbrukerne, som i seg selv bidrar til at våre kunder kaster mindre mat, sier Hagen.

HVORDAN SPILLER BÆREKRAFT INN I SAMARBEIDET MED COMPASS GROUP?

– Bærekraft er en bærebjelke for samarbeidet vårt med Compass Group. Deres uttalte målsetninger om å tilby gjestene sunne og næringsrike måltider, redusere matsvinn og ha tett samarbeid med leverandører, passer som hånd i hanske med det vi i Lantmännen Unibake tilbyr og måten vi jobber på. Bake-off er i seg selv en måte å redusere matsvinn på siden man kun tar opp av fryseren den mengden bakervarer man trenger. Samtidig er vi opptatt av å spille på lag med kunden for å finne de beste løsningene, og vi ønsker til enhver tid å tilby sunne alternativer i alle våre produktkategorier, enten det betyr grovere brød eller boller uten tilsatt sukker, avslutter Hagen. ○

06

VEIEN VIDERE

Future workplace	58
Oppsummering og veien fremover	60
Hva vi vil oppnå i 2022	62



VEIEN VIDERE



FUTURE WORKPLACE

Kan et bygg forbedre tilværelsen for de som bruker det hver dag? Kan en etasje legge grunnlaget for en sunnere livsstil? Og hvorfor må fremtidens arbeidsplass designes annerledes enn i dag?

Trendanalysen Future Workplace viser hvordan en arbeidsplass kan se ut i vår nærmeste fremtid, og hvor moderne arbeidsplasser og innovative bygninger kan resultere i produktive bedrifter med glade og sunne ansatte. Det er spesielt tre trender som bygger oppunder utviklingen og ønsket om slike type arbeidsplasser: Det mobile kontoret, behagelige bygninger og en holistisk arbeidsplass.

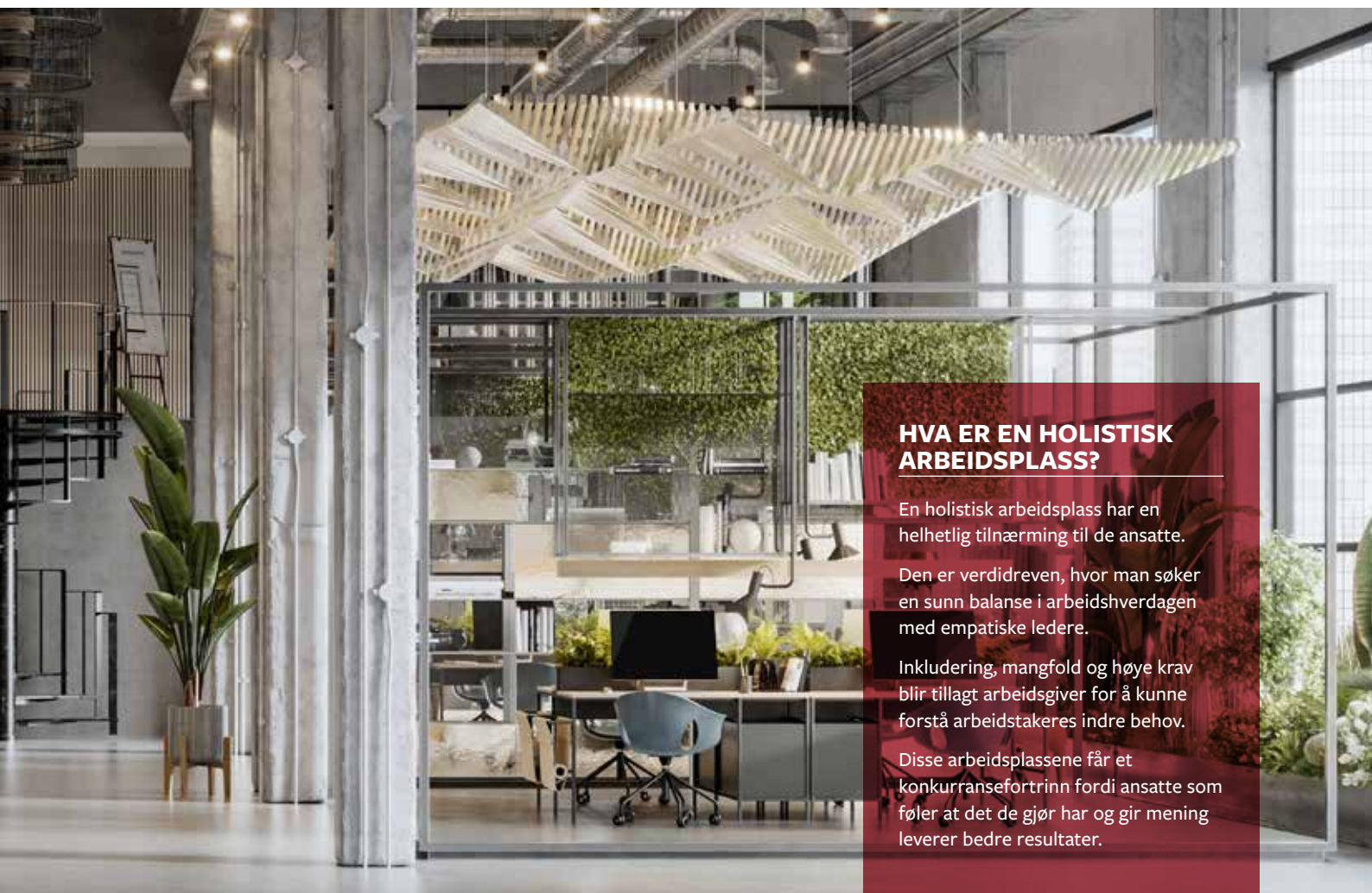
EN NY HVERDAG

Pandemien har vist at de digitale verktøyene vi besitter i dag og har kunnet nyttiggjøre oss gjør at vi kan jobbe mer mobilt. Vi har i mye større grad enn tidligere tatt i bruk verktøy som gjør at kontoret kan være hvor som helst. Digitaliseringen har gitt oss mobilitet, frihet og muligheter vi fortsatt ikke har utnyttet. Synet på arbeidsplassen har skiftet fra å være et fysisk sted til å være rettet mot mental tilstedeværelse. Jobben måles ikke lenger i antall timer, men i kreativitet og resultater.

Utviklingen hadde sannsynligvis kommet uansett, men pandemien har fremskyndet det hele. Undersøkelser viser at omstillingen i stor grad har vært vellykket. Samtidig skaper det utfordringer at vi ikke møtes fysisk. Vi vet ikke hva som vil skje i det lengre løp dersom vi slutter å møtes. Hva skjer med kreativiteten, innovasjonen, relasjonene våre til kollegaer, til kunder – sosiale øyeblikk rundt lunsjbordet og en spontan og uformell atmosfære? Ting vi tar for gitt kan distansere oss fra hverandre, fra arbeidsgiver og fra kolleger. Kanskje forsvant den gode ideen som normalt ville kommet opp ved kaffemaskinen gjennom uformelle samtaler.

HVA ER FREMTIDENS KONTOR?

Muligheten til å jobbe hvor du vil, når du vil. Men vi trenger kontorer for å være sosiale. Fysiske møter kommer fortsatt til å være viktig i en verden hvor vi jobber mer og mer isolert fra hverandre. Prosesser og beslutninger må fortsatt gjøres ved fysiske møter for å møte kompleksiteten slike møter krever. Det mobile kontoret er designet og utviklet for å møte disse viktige behovene.



HVA ER EN HOLISTISK ARBEIDSPASS?

En holistisk arbeidsplass har en helhetlig tilnærming til de ansatte.

Den er verdidreven, hvor man søker en sunn balanse i arbeidshverdagen med empatiske ledere.

Inkludering, mangfold og høye krav blir tillagt arbeidsgiver for å kunne forstå arbeidstakeres indre behov.

Disse arbeidsplassene får et konkurransefortrinn fordi ansatte som føler at det de gjør har og gir mening leverer bedre resultater.

I fremtiden stiller vi helt nye krav til bygningene vi skal oppholde oss og arbeide i. Bygget skal tilfredsstillere våre krav til fysisk og psykisk helse. Det betyr at fremtidens bygninger må ha innebygde løsninger som stimulerer til variasjon og bevegelse. Vi ønsker naturlig lys, god luftkvalitet, redusert støy, og vi ønsker et bygg som stimulerer sansene våre. Vi ønsker en arkitektur som tar naturen inn i bygningen og som skaper psykisk behagelige omgivelser for oss selv.

Fremtidens bygninger må ha innebygde løsninger som stimulerer til variasjon og bevegelse.

Vi kommer til å ønske oss holistisk arbeidsplass hvor man tenker helhetlig. Vi ønsker enkel tilgang til sunne valg. Det kan være tilgang til rom for meditasjon, yoga, trening og sosiale møteplasser. Vi ønsker mindre skiller for hva som er hjemme og hva som er jobb, også når vi er på kontoret. Dette stiller

også større krav til maten vi spiser. Vi har høyere og større forventninger til sunnhet og tilgjengelighet. Ikke bare hvor vi spiser, men også når vi spiser. Individuelt tilpassede behov blir viktigere i fremtiden, for arbeidsgivere og arbeidstakere.

HVA MED OSS?

Vår oppgave som leverandør av matopplevelser i arbeidshverdagen er å møte våre kunders ønsker. Det er et økende behov fra ansatte om fleksibilitet i arbeidshverdagen. Enten det betyr å jobbe hjemme, fra et kontorfellesskap i nærheten av hjemme eller på selve kontoret. Derfor er det mange bedrifter i dag som tilbyr de ansatte å jobbe der det passer dem best – alt for å øke motivasjonen slik at den ansatte skal prestere best mulig. Dette er hva en ny måte å tiltrekke seg arbeidskraft for fremtidens arbeidsgivere. ○

OPPSUMMERING OG VEIEN FREMOVER

2020/20201 har vært spesielle år for oss alle. Konsekvensene av en verdensomspennende pandemi har påvirket våre kunder, våre ansatte, våre prioriteringer og tiltak. Pandemien viser hvor global verden er blitt og hvor påvirket vi blir av det som skjer rundt oss.

Midt i alt det tøffe er det interessant å se hvordan konsekvensene av pandemien og tiltakene faktisk har redusert klimabelastningen vår. Det har vært minimalt med reising med fly, bil- og kollektivtrafikken er redusert, fordi majoriteten har arbeidet hjemme, og matsvinnet per gjest er redusert på grunn av porsjonering. I tillegg er plastforbruket vårt betydelig redusert fordi så mange avdelinger har måttet stenge ned eller drevet redusert - selv om mat og servise ble pakket inn store deler av perioden.

Parallelt med pandemien har bevisstheten om klimaforandringene økt i denne perioden. Verdens ledere er villige til å samarbeide, og store bedrifter forplikter seg til å ta ansvar. Det gjør også vi. I fremtiden vil vi videreføre de grepene som har hatt god effekt på klimaet. Vi vil fortsette med porsjonering av mat og jobbe aktivt med matsvinn. Vi vil igjen fjerne plast ut mot gjest, fortsette å arrangere møter over Teams istedenfor å reise unødvendig, og ta et bevisst for å kartlegge vår miljøbelastning og minimere denne.

Vi skal arbeide enda mer systematisk med tanke på hvordan vi påvirker miljøet direkte med egne aktiviteter, hvordan vi påvirker miljøet med henblikk på det vi kjøper inn og ikke minst hvordan vi indirekte påvirker miljøet ved å bruke andres tjenester. En grundig kartlegging, måling og rapportering vil påvirke vår bevissthet og gjøre at vi fortære når målene våre.

Vi ser samtidig at psykisk helse og det sosiale bærekrafts-ansvaret med å få flere tilbake i jobb vil bli viktig i tiden etter pandemien.

Som en stor aktør i markedet kan vi gjøre en forskjell – og vi er klare til å ta vårt ansvar i veien videre.



«Som en stor aktør i markedet
kan vi gjøre en forskjell»



VEIEN VIDERE

HVA VI VIL OPPNÅ I 2022

	MÅLOMRÅDE	TILTAK
Sikkerhet	Null skader og episoder knyttet til mattrygghet	See, Care, Share kurs for alle mellomledere
		Safety Walks
		Erfaringsoverføring gjennom historiefortelling og beste praksis
		Riktig verneutstyr
Helse og velvære	Næringsriktige valg	Benytte plantebaserte proteiner Øke innkjøp av andel grønnsaker og frukt
	Mental helse	Øke trivsel og motivasjon
	Sunn livsstil	Øke antall ansatte som mottar treningsrefusjon
Miljøtiltak som betyr noe	Matsvinn	Gjestekommunikasjon Dele beste praksis og oppskrifter Gjennomføre Stop Food Waste day Posjonere Øke antall siter som måler matsvinn
	Engangsartikler – plast	Plast og kuvertartikler fjernes fra våre avdelinger Bevisstgjørings-kampanjer og informasjon
	Plantebaserte måltider	Øke bruk av veganske og vegetariske oppskrifter
Bedre for verden	Ansvarlig innkjøp	Oppfylle krav til leverandører i henhold til Compass standard Silver Level
		Dyrevelferd
		Palmeolje
		Øke andel MSC og ASC sertifisert fisk
	Bidra lokalt der hvor vi har drift	Samarbeid offshore. Fagforeninger, PTIL og NAV
		Samarbeid med kunder
		Samarbeide med lokale institusjoner
	Sosialt ansvar	Lære- og praksisplasser
	Samarbeide for å oppnå den store forskjellen	Samarbeide med næringslivet
		Samarbeide med våre leverandører
		Samarbeide med miljøorganisasjoner
		Samarbeide med myndighetene

KOMMENTAR

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 med å kjøpe trygg mat og praktisere gode hygienepinsipper.

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. Kjøtt skal ikke utgjøre mer enn mellom 10% og 15% av vårt vareinnkjøp

Våre medarbeidere er vår viktigste ressurs for å nå bærekraftsmålene. Vi vil bruke Compass Commitments for å gjøre hverandre bedre og skape trygghet. Dette er spesielt viktig når de ansatte kommer tilbake etter nedstengningen.

Mental og fysisk helse henger sammen. Vi vil derfor tilrettelegge for og oppmuntre til at våre medarbeidere trener regelmessig.

Vi viderefører arbeidet ved å implementere måling av matsvinn på alle enheter i løpet av 2021. Matsvinnet skal reduseres med 50% innen 2030 med 2019 som basisår

Vi viderefører arbeidet med å fjerne alle plast ut mot gjest på våre enheter.

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 sett i vår virksomhet.

Egenevaluering og risikovurdering av leverandører i henhold til våre krav ferdigstilles i 2021 og videreføres i 2022

Ingen bruk av direkte palmeolje til steking

50% MSC og ASC sertifisert fisk

Øke antall som deltar i prosjektet Chef Express

OM COMPASS GROUP

Compass Group er et internasjonalt konsern, og en global markedsleder av måltidstjenester og andre supporttjenester, med en omsetning på £ 22 milliarder. Compass Group har over 600 000 ansatte, som leverer fantastisk service hver dag i 45 land. Selskapet har en sterk kombinasjon av internasjonal kompetanse, global rekkevidde og lokal tilstedeværelse – i tillegg til ekte lidenskap for mat og service.

I Norge er vi 2600 engasjerte ansatte, og har en omsetning på ca. 2,5 milliarder NOK. Vi har en sterk kundeportefølje, og jobber hardt for at våre ansatte skal trives, at vi skal være innovative og møte de krav som stilles i dag og i fremtiden.