



2018

BÆREKRAFTSRAPPORT



# INNHOOLD



04

INNLEDNING



18

SIKKERHET FØRST  
- I ALT VI GJØR



22

HELSE OG VELVÆRE



30

EN FORSKJELL  
FOR MILJØET



34

FOR EN BEDRE VERDEN



48

VEIEN VIDERE

Leder 6

Om Compass Group 8

Bærekraft i Compass Group 10

Intervju: Federico Tonetti, Group Safety & Sustainability Director 12



Vår overordnede miljøpolitikk 14

Helse, miljø, sikkerhet og kvalitet 20

Cathrine fikk HMS-pris 21



Med sunnhet på menyen 24

Sunn livsstil 25

Økt trivsel, motivasjon og utvikling 26



Culinary Team 27

Storsamling ESS 27

Psykisk Helse 27

Vårfest 27

Plast- og engangsemballasje 30

Plantebaserte måltider 31

Matsvinn 32



Fra ansvarlig handel til redusert fotavtrykk 36

Likestilling og mangfold beriker lokalsamfunnet 38

Kristin – årets kvinneforbilde 2018 38

Lokalt samarbeid med NAV 39

Samarbeid for å nå målene 40

Intervju: TINE 42

Intervju: NorgesGruppen 44

Intervju: Unilever 46



Intervju: Nina Fuglesang, kvalitets- og miljøansvarlig i Compass Group Norge 50





# 01

## INNLEDNING

---

|   |    |
|---|----|
| Leder   | 6  |
| Om Compass Group  | 8  |
| Bærekraft i Compass Group   | 10 |
| Intervju: Federico Tonetti,<br>Group Safety & Sustainability Director | 12 |
| Vår overordnede miljøpolitikk   | 14 |





## “LIKE VIKTIG SOM Å GJØRE DE RETTE TINGENE, ER Å GJØRE DEM RIKTIG”

Som verdens sjette største private arbeidsgiver har vi både stor påvirkningskraft og et stort ansvar. En del av dette ansvaret handler om å velge bærekraftige løsninger, og holde fokus på innovasjon.

I Compass Group ser vi på bærekraft som en ramme for å tenke nytt og utvikle nye løsninger. Vi startet denne reisen for flere år siden, og nå er vår første bærekraftsrapport klar. Det har vært godt å arbeide med denne rapporten for å kartlegge og systematisere vårt bærekraftsarbeid ytterligere. Vi har allerede oppnådd mye, men målet er kontinuerlig forbedring til det beste for oss og miljøet.

Da vi startet denne reisen så vi raskt at vi måtte starte på riktig fot. Vi trengte innsikt, kompetanse og tilgang på tallmateriale. Vi måtte synliggjøre effekten av det vi gjorde. Det betød blant annet å ta kostnadene ved digitalisering og effektivisering. De fordelene som kan tas ut ved digitalisering og effektivisering, må være store nok til å forsvare kostnadene. Like viktig som å gjøre de rette tingene, er å gjøre dem riktig.

Vi er lidenskapelig opptatt av mat. Grønnere menyer er derfor en naturlig del av det grønne skiftet hos oss. Vi har siden 2009 økt antallet grønne alternativer. Vi har fjernet rødmerket sjømat, og er medlem i både næringslivsgruppen på matområdet, og Saltpartnerskapet som helseminister Bent Høie var med å starte opp. På denne måten reduserer vi miljøbelastningen på leveransene våre, og er med på å hjelpe gjestene til en sunnere diett.

Når alle våre gjester spiser bedre og mer næringsrike måltider, har dette samfunnsøkonomiske ringvirkninger i form av bedre helse. Lunsjen alene står for kanskje 25 prosent av det daglige matinntaket, og for mange – serverer vi frokost, middag og kveldsmat også.

Bærekraftsfokuset i 2018 har ledet oss inn i noen spennende prosjekter. Vi har tatt del i et svinnsprosjekt sammen med eSmiley for å utvikle et eget svinnsregistreringsverktøy for serveringsbransjen, og vi er med i bransjens felles prosjekt KuttMatsvinn2020. Vi har i tillegg begynt å benytte digitale systemer for behovsstyrt renhold både onshore og offshore, og hele driften går fra papir til digital rapportering.

Målet vårt er å ha minst mulig svinns. Det vil spare miljøet, og penger i form av varekost. Vi har som mål å klare dette innen 2030.

Alle tiltakene våre er med på å dra oss i riktig retning. Og jo mer vi gjør, jo mer ser vi at vi kan gjøre. Vi ser at det nytter, og at man med rett fokus kan jobbe mer effektivt, mer samfunnsøkonomisk og mer bærekraftig.

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

*Kathinka Friis-Møller*

**Kathinka Friis Møller**  
Managing Director Norway & Nordics





## INNLEDNING

# OM COMPASS GROUP

Vår virksomhet er strukturert for å gjenspeile markedene vi opererer i. Hver sektor har sin egen merkevare, med både internasjonal og lokal spisskompetanse. I Norge opererer vi i fem ulike sektorer under disse merkenavnene:



Eurest har en ledende markedsposisjon og serverer årlig ca. 10 millioner måltider i rundt 250 kantiner / personalrestauranter. Selskapets serveringssteder kjennetegnes av høy mat- og servicefaglig kompetanse, og har fokus på å skape helhetlige måltidsopplevelser. Selskapet leverer også kommersielle restauranter, kaffebarer og kiosker.

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 sin arbeidsplass som et veldrevet hotell med sømløs service, profesjonalitet og kompetanse.



Medirest er markedsledende i sitt segment og har driftet pasienthotell og rehabiliteringssentre siden 1998. Selskapet tilbyr måltidstjenester, renhold, kiosk og andre støttetjenester til helsesektoren.

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



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





INNLEDNING

# BÆREKRAFT I COMPASS GROUP

Størrelse forplikter, men det gir også muligheter. Globalt favner vi bredt, dette gir oss muligheten til å påvirke både mennesker og miljø positivt. Vi deler ekspertise og en bærekraftstrategi satt sammen av tre hovedområder med ni underliggende prioriteringer. Dette gir rom for spennende prosjekter og samarbeid over hele verden.

## 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                           |

**Performance People Purpose**

Compass Group kom i fjor ut med en ny strategi med tre fokusområder; performance, people og purpose. Med en engasjert arbeidsstyrke skal vi levere gode økonomiske resultater og bidra positivt til samfunnet.

## Hvorfor er bærekraft viktig?

Mer enn **80%** av **dyrbar mark** blir brukt til husdyrhold, men dette dekker kun **18%** av **kaloriene** og **37%** av **proteinene** verdens befolkning trenger. *(Poore and Nemecek, Science, 2018)*

**30%** av **maten** som produseres – nesten 1,3 milliarder tonn – blir **kastet** årlig *(World Resources Institute, 2018)*



**Global befolkningsvekst**  
(2006 → 2050: fra 6,6 milliarder til 9,8 milliarder mennesker). *(FAO, 2018)*



**Global etterspørsel etter mat**  
(2006 → 2050: fra 1800 kcal per person per dag til 2800 kcal i 2050) *(FAO, 2018)*

## GLOBALA UTSLIPP AV KLIMAGASSER



**#1 25% Produksjon av elektrisitet og varme**      **#2 24% Landbruk, skogbruk, husdyrhold etc.**      **#3 14% Transport**  
*(Intergovernmental Panel on Climate Change (2014) and U.S EPA (2018))*

Mange av våre kunder er opptatt av hvordan vi kan hjelpe dem å bli **grønnere**. De er opptatt av **miljø, identitet og fleksibilitet** i leveransene.

**Klima** er på topp 5 av unge arbeidstakeres bekymringer *(2018 Deloitte Millennial Survey)*





# "SIKKERHET OG BÆREKRAFT ER IKKE BARE NOE MAN GJØR, MEN NOE MAN ETTERLEVER"

– Det er ikke et spørsmål om man skal være bærekraftig eller ikke. Spørsmålet man bør stille seg er om man skal gå foran som et eksempel, eller om man skal følge etter fordi man før eller senere må. Det handler om hvilken rolle man vil ta – og med vår størrelse bør vi gå foran som et eksempel, sier Federico Tonetti, Group Safety & Sustainability Director.

I mai 2018 ble Federico Tonetti HMSK direktør i Compass Group PLC. Den karismatiske Italieneren har allerede vist seg å være en inspirerende leder med klare ideer om hvordan Compass Group kan påvirke mennesker, miljøet og driften positivt.

## TRE NØKKELFAKTORER

Ifølge Tonetti er det tre ting som er viktig hvis man skal gå foran som et eksempel:

### 1) Ha en klar visjon og strategi

– Her mener jeg at vi med vår nye strategi og fokusområdene people, performance, purpose har et klart rammeverk og en klar retning, sier Tonetti.

### 2) Vit hva du skal prioritere

– Compass Group har i sin bærekraftstrategi valgt å fokusere på tre områder. Helse og velvære, miljø, og hvordan man positivt kan påvirke samfunnet eller gjøre verden til et bedre sted. Disse tre prioriteringene betyr at vi i dag vet hvor vi kan utgjøre den største forskjellen som en bedrift. Det handler om å ikke bare tenke på bedriften, men også hva som kommer før – leverandørene – og hva som kommer etter – lokalsamfunnet vårt, fortsetter Tonetti.

### 3) Gjør det enkelt

– I en så kompleks organisasjon som Compass Group, må man holde det enkelt; budskap, rammeverk, hvordan man utfører ting og hvordan man prioriterer ting. Jeg tror at jo enklere man gjør det, jo lettere er det å inspirere. Det er det lederskap går ut på, forklarer Tonetti.

Prioriteringer og mål kommer alltid til å endre seg ved behov, men fremgangsmåten bør være den samme – ha en klar visjon og strategi, fokuser på få områder og ha troen på eget budskap slik at det inspirerer og påvirker.

## EN INTEGRERT DEL AV KULTUREN

Tonetti, som har ansvar for både sikkerhet og bærekraft i Compass Group, mener at suksessfaktoren for å lykkes godt innenfor begge områder er å gjøre det til en del av kulturen i selskapet. Dette gjør man ved å finne de rette lederne som kan motivere og inspirere.

– Man må finne innovatørene og «early adopters», og la de vokse innad i organisasjonen slik at de kan drive endring. Motiver de ansatte til å endre måten de tenker på og ser på ting. Man må se at sikkerhet og bærekraft ikke bare er noe man gjør, men noe man etterlever. Det er ikke en oppgave, eller en ekstra jobb, det handler om å spørre seg selv de rette spørsmålene og gjøre de rette tingene, avslutter Tonetti. ○



## FEDERICO TONETTI

- ▶ Federico Tonetti er opprinnelig fra en liten landsby nær Lage Maggiore i Piemonte, Italia.
- ▶ Hans karriere har tatt ham til Tyskland, Spania, Frankrike, Romania, Polen, og Canada. Han bor nå i England med sin italienske kone og to gutter.
- ▶ «Jeg har ingen tidligere erfaring fra matbransjen, bortsett fra å være italiensk og elske mat» sier Tonetti med glimt i øyet. Som leder har han erfaring som administrerende direktør i en rekke ulike firmaer, og leder etter filosofien om at godt lederskap handler om å påvirke, motivere og utvikle morgendagens ledere.



## INNLEDNING

# VÅR OVERORDNEDE MILJØPOLITIKK

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

Compass Group Norge ønsker ikke bare å være en ledende aktør innen mat og støttetjenester, vi ønsker også å være en foregangsbedrift innen fokus på miljø.

Vi ser på våre miljømessige forpliktelser som en langsiktig investering i en bærekraftig utvikling og vil derfor:

- ▶ Minimalisere miljøpåvirkningen av alle våre aktiviteter
- ▶ Samarbeide med kunden for å finne løsninger som fører til redusert negativ påvirkning av miljøet
- ▶ Påvirke våre ansatte slik at miljø er i fokus også hjemme og på fritiden

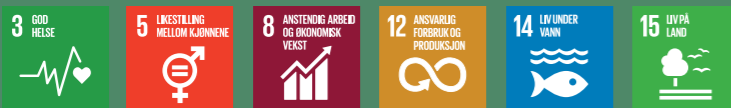


FNs BÆREKRAFTSMÅL

Vi støtter FN's bærekraftige utviklingsmål (SDG) som verdens ledere ble enige om i september 2015.

De 17 målene er designet for å bidra til en mer bærekraftig planet. For at målene skal oppnås, må alle spille sin rolle, inkludert vår virksomhet.

På bakgrunn av dette har vi oppdatert vår bærekraftsstrategi. Vi vil systematisk arbeide mot spesifikke målsettinger samt måle og kommunisere fremgangen innenfor disse prioriterte områdene.





# FREMDRIFT – TALLENES TALE

|                                    | MÅLOMRÅDE                                    | TILTAKET   | KPI  | Eurest            |          | ESS Support Services |          |
|------------------------------------|--|--|--|-------------------|----------|----------------------|----------|
|                                    |  |  |  | STATUS            | NYTT MÅL | STATUS               | NYTT MÅL |
| <b>Helse og velvære</b>            | Næringsriktige valg                          | Redusere kjøttforbruket  | Andel kjøtt i % av varekost mat  | 15 %              | 10 %     | 26 %                 | 20 %     |
|                                    |  | Øke innkjøp av andel grønnsaker og frukt   | Andel grønnsaker og frukt i % av varekost mat  | 20 %              | 25 %     | 18 %                 | 22 %     |
|                                    | Mental helse                                 | Øke trivsel og motivasjon  | Your Voice – trivselsfaktor 2018   | 80,7              | 85       | *                    |          |
|                                    | Sunn livsstil                                | Øke antall ansatte som mottar treningsrefusjon   | Andel ansatte i % som mottar treningsrefusjon av ansatte i mer enn 50 % stilling                       | 16 %              | 30 %     | 9 %                  | 15 %     |
| <b>En forskjell for miljøet</b>    | Matsvinn                                     | Redusere matsvinnet  | 20% innen 2020 og 50% innen 2030 eSmiley – målt i gram pr gjest (Matvett og Østfoldforsk)              | 12 %              | 20 %     | Nytt prosjekt        |          |
|                                    |  | Øke antall siter som måler matsvinn  | Antall siter som måler matsvinn  | 6                 | 15       | Nytt prosjekt        |          |
|                                    | Engangsartikler - plast                      | 1. Redusere forbruk av engangsartikler med 40% i løpet av 2020.<br>2. Redusere engangsartikler av plast med 100 % i løpet av 2020. | Andel miljøvennlig engangsservise  | Nytt prosjekt     |          | Nytt prosjekt        |          |
|                                    | Plantebaserte måltider                       | Øke antall veganske oppskrifter  | Antall veganske oppskrifter  | 77                | 100      |                      |          |
| Øke antall vegetariske oppskrifter |  | Antall vegetariske oppskrifter   | 282  | 350               | 58       | 100                  |          |
| <b>For en bedre verden</b>         | Ansvarlig innkjøp                            | Tilfredstille krav i Bronze level i løpet våren 2019 og Silver Level i løpet av 2020   | Tilfredstille krav i Bronze level i løpet våren 2019 og Silver Level i løpet av 2020                   | Pågående prosjekt |          | Pågående prosjekt    |          |
|                                    |  | Øke andel MSC og ASC sertifisert fisk  | MSC og ASC sertifisert i andel innkjøp av fisk totalt  | 30 %              | 80 %     | 20 %                 | 50 %     |
|                                    |  | Øke andel miljømerkede renholdsmidler til 90 %   | Andel miljømerkede renholdsmidler i kroner   | 75 %              | 80 %     | 40 %                 | 50 %     |
|                                    | Bidra lokalt der hvor vi har drift           | NHO Møtesenter   | Med i prosjekt om beste praksiskantine i samarbeid med Matvett   |                   |          |                      |          |
|                                    |  | Lære- og praksisplasser  | Samarbeid med NAV  |                   |          |                      |          |
|                                    | Samarbeide for å oppnå den store forskjellen | Samarbeide med næringslivet  | Deltar i flere ulike prosjekter som Kutt Matsvinn 2020, Saltpartnerskapet, NorgesGruppens CO2-prosjekt |                   |          |                      |          |
|                                    |  | Samarbeide med våre leverandører   |  |                   |          |                      |          |
| Samarbeide med miljøorganisasjoner |  |  |  |                   |          |                      |          |
| Samarbeide med myndighetene        |  |  |  |                   |          |                      |          |



# 02

## SIKKERHET FØRST - I ALT VI GJØR

Helse, miljø, sikkerhet og kvalitet  
Cathrine fikk HMS-pris

20

21





# HELSE, MILJØ, SIKKERHET OG KVALITET

Alle i Compass Group har et moralsk ansvar for å verne om hverandre, kundene våre, gjestene våre og miljøet. Sikkerhet først og en «nullfilosofi» er kjernen i vårt HMSK-arbeid. Vårt mål er null skader på mennesker, miljø og materiell, å kunne tilby en sikker, skadefri og sunn arbeidsplass, og å servere mat som alltid er trygg å spise. Gjennom et systematisk HMSK-arbeid vil vi sikre arbeidstakere en god helse og trygge arbeidsforhold.

Vi har utarbeidet et integrert ledelsessystem for HMS, ytre miljø, kvalitet og mattrygghet og er sertifisert i henhold til kravene i ISO 9001:2015 (Kvalitet) ISO 14001:2015 (Ytre miljø) samt ISO 45001:2018 (Arbeidsmiljø).

I Compass Group har vi en sterk tro på at alle skader kan forebygges. Det er et sted der ledere og ansatte aktivt bidrar til en sunn og sikker arbeidsplass ved å gi forebygging av skader og ulykker høyeste prioritet.

Erfaringsutveksling står sentralt og vi lærer av hverandre. Vår onshore virksomhet har videreutviklet sin HMS-kultur basert på det godt etablerte og avanserte fokuset på kontinuerlig sikkerhet og velferd offshore på oljeriggene.



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

## “FØRST NÅR ALLE ALLTID SETTER SIKKERHET FØRST – DA ER DET GODT NOK”

– Jeg blir skikkelig lei meg når folk ikke bruker verneutstyr, og blir skadet, sier Cathrine Thaulow. Hun har gått fra servitør til direktør i sine 30 år i arbeidslivet, og jobbet så mye for sikkerhet i alle ledd, at hun ble hedret med Compass Groups HMS-pris.



– Det var veldig hyggelig, sier Thaulow om den høythengende prisen som deles ut en gang i året.

Hele æren vil hun imidlertid ikke ha.

– Vi er mange som i flere år har jobbet med å bygge en kultur hvor man ikke bare tar ansvar for sin egen sikkerhet, men for andres også, sier Thaulow.

### Skarpe kniver

For i en hverdag med skarpe kniver, høyder, og utfordringene det norske klimaet gir, trengs det bevisste valg for å unngå små og store ulykker.

Vi læres opp til å holde i gelenderet når trappen er glatt, løfte riktig, bruke vernesko og hansker. Spesielt kutthansker er Thaulow opptatt av. Det skal brukes hver gang vi håndterer kniver for å unngå kuttskader og påfølgende legebesøk.

### Ildsjel for sikkerhet

Hun er Compass Groups FM-direktør, og en av ildsjelene i firmaet. Med en bred bakgrunn fra Theatercafeen og hotelldrift, til konferanse og eiendomsforvaltning, kan hun FM-bransjen til fingerspissene. Hun kjenner tempoet på kjøkkenet, og vet hvordan renholderen kjemper for å holde smuss unna.

– Vår innsats skal gi en problemfri hverdag så kundene kan konsentrere seg om sin kjernevirksomhet. Men vi er aldri for travle til ikke å være sikre, sier Thaulow.

### Kunnskap gir trygghet

FM-sjefen mener at sikkerhet er et felles ansvar. Ingen av oss skal måtte bære børen alene. Best resultat får vi når alle ledd samarbeider. For å få til dette er det viktig både med holdningskapende arbeid og riktig verktøy.

– Vi må ha fokus på opplæring og erfaringsoverføring. At alle både ser hva som trengs, og går foran med et godt eksempel, sier Thaulow.

De siste 3 årene har Thaulow fordypet seg i eiendomsfaget da hun tok en mastergrad i Eiendomsutvikling og FM ved Norges teknisk- naturvitenskapelige universitet, NTNU. Temaet for masteroppgaven var «Outsourcing innen FM sett i et arbeidstaker-perspektiv».

– Jeg er veldig opptatt av våre ansatte, HMS og at vi skal skape trygge og gode arbeidsplasser. Men, vi må også kreve at våre ansatte respekterer og følger våre prosedyrer innenfor HMS og skaper en god kultur, sier Thaulow.

Kundene bidrar også ved å legge forholdene til rette. Selskapet, kunden, gjesten og de ansatte må samarbeide om å dra i riktig retning.

– Først når alle setter sikkerhet først – alltid – da er det godt nok, sier Thaulow. ○



# 03

## HELSE OG VELVÆRE

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Med sunnhet på menyen                | 24 |
| Sunn livsstil                        | 25 |
| Økt trivsel, motivasjon og utvikling | 26 |
| Culinary Team                        | 27 |
| Storsamling ESS                      | 27 |
| Psykisk helse                        | 27 |
| Vårfest                              | 27 |





## HELSE OG VELVÆRE

# MED SUNNHET PÅ MENYEN

Et variert kosthold er viktig for en sunn folkehelse. I Compass Group jobber vi for å sikre et variert og næringsrikt innhold i våre menyer, som følger mattrender og våre gjesters preferanser. Vår mat skal være god, grønn og grov. Vi samarbeider tett med ernæringsfysiologer i utvikling av våre menyer.



## SALTREDUKSJON

Det er en sammenheng mellom saltinntak og høyt blodtrykk og hjerte- og karsykdommer. I gjennomsnitt spiser vi dobbelt så mye salt enn det Verdens Helseorganisasjon har anbefalt (*Kilde: who. inc*). Tre fjerdedeler av saltinntaket kommer fra bearbeidet mat og drikke, samt servert mat. I 2015 signerte Compass Group Saltpartnerskapsavtalen. Matindustrien har gjort en stor jobb med å redusere saltinnholdet i sine produkter, og vi har gått aktivt i dialog med våre leverandører slik at vi velger produkter med lite saltinnhold.

# 30%

## INNEN 2025

En av våre største kunder offshore, ConocoPhillips, har tatt initiativ til saltfri tirsdag. Siden 2016 har vi gjennomført dette på alle ConocoPhillips-enhetene vi drifter, og salt er generelt redusert med 30% i perioden 2016 – 2018. Det har vært fokus på å erstatte salt med andre ingredienser som friske krydderurter og sitrusfrukter for å spise smaken, og beholde den gode kvaliteten på maten.



## FOKUS PÅ FRISKT OG GRØNT

Salatbaren skal være et strategisk midtpunkt på alle våre serveringssteder, for at gjestene våre skal velge en grønnere tallerken. Her bugner det av ferdig oppkuttet frukt og grønnsaker slik at våre gjester kan sette sammen akkurat den salaten de måtte ønske.

I vårt nye konsept Marketplace har vi i tillegg fjernet juice og tilbyr i stedet vann smaktstilsatt med ferske råvarer som agurk, melon og sitrusfrukter.

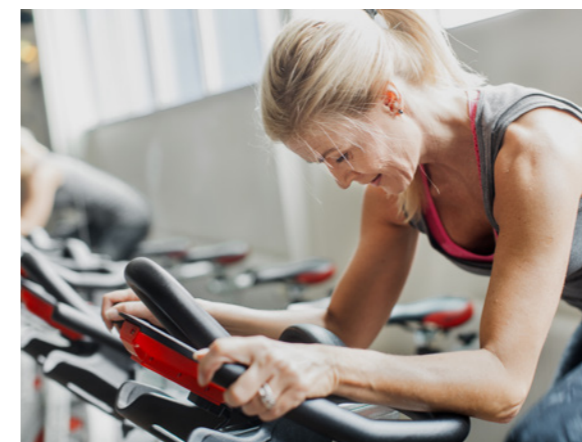


## RÅVARER ETTER SESONG

Compass Group ønsker i størst mulig grad å fremme norske råvarer og produsenter, og vi planlegger våre menyer etter sesong. Når det velges råvarer etter sesong får man bedre og mer smakfulle råvarer, som dessuten ofte er billigere enn importerte varer utenfor sesong.

# SUNN LIVSSTIL

En sunn livsstil gir deg energi og overskudd i hverdagen, samtidig som det bidrar til å forebygge sykdom. Sammen med fysisk aktivitet er variasjon og balanse i kostholdet avgjørende for en god helse.



## TRENINGSTILSKUDD

En fysisk aktiv kropp presterer bedre. For å oppmuntre til regelmessig trening har Compass Group en bedriftsavtale med Sats hvor alle ansatte får 15% på medlemskap. Heltidsansatte fra 50% stilling og oppover som driver systematisk trening, for eksempel fast trening med instruktør, regelmessig benyttelse av treningssentre eller annen regelmessig trening over tid, får dekket inntil 250 kroner per måned. I 2018 var det 243 ansatte som mottok treningsrefusjon. Målet for 2019 er å øke dette antallet.

## TILBUD OM ARBEIDSHELSEUNDERSØKELSE FOR NATTEVAKTER

Jobber man skift- og nattevakter er man mer utsatt for dårlig søvn. Forstyrrelser i søvn medfører nedsatt funksjon og øker risikoen for uheldige hendelser og ulykker. Det kan også øke risikoen for overvekt, diabetes, hjerte- og karsykdommer og depresjon. (*Kilde: stami.no*)

Uavhengig av stillingsandel tilbyr Compass Group arbeidshelseundersøkelse til våre nattevakter gjennom vår bedriftshelsetjeneste Aktimed. Disse undersøkelsene har som hovedformål å avdekke og forebygge helseproblemer relatert til nattarbeid og endring av døgnrytmen.





## HELSE OG VELVÆRE

# 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. Man er på jobb store deler av dagen, og hvordan man har det på jobb kan sterkt påvirke ens psykiske helse. For Compass Group er det derfor viktig at både våre gjester, og våre ansatte, får oppleve glede, tilfredshet, trygghet og tilhørighet.



## SPEAK UP OG YOUR VOICE

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.

Medarbeiderundersøkelsen Your Voice kartlegger trivsel og trygghet blant de ansatte. Undersøkelsen gjennomføres annethvert år og fokuserer på medarbeideres oppfatning av lederskap, opplæring, tilrettelegging og trygghet. Når resultatene foreligger blir de distribuert til definerte sektorer hvoretter leder iverksetter tiltak.

## ON-BOARDING OG COMPASS ACADEMY

Vårt on-boarding program legger til rette for en god oppstart for nyansatte hvor fokuset ligger på å skape trygghet i den nye rollen, samt gi et godt grunnlag for videre personlig utvikling. Programmet strekker seg over 6 måneder og gir den ansatte de rette verktøyene for videre suksess i jobben via e-læringskurs, praktisk opplæring og tett oppfølging av leder.

Trygghet og utvikling 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.

2018 var *Compass Academys* første sesong. 19 kurs ble avholdt og hele 268 ansatte deltok i løpet av året. Vi håper på økt deltakelse til 2019-sesongen med flere etterspurte systemkurs og gamle favoritter.



Baristakurset var et av de mest populære kursene i fjor. I år utvides det med et kurs for viderekomne. Vi gleder oss til lattéart i kaffebarene!



## PSYKISK HELSE

Verdens helseorganisasjon (WHO) definerer psykisk helse som en tilstand av velvære der individet kan realisere sine muligheter, håndtere normale stressituasjoner i livet, arbeide på en fruktbar og produktiv måte og ha mulighet til å bidra overfor andre og i samfunnet. God psykisk helse er med andre ord viktig, ikke bare for individet, men også for samfunnet som en helhet.

## CULINARY TEAM

Compass Groups eget kokkelag – Culinary Team – er en viktig del av arbeidet Compass Group gjør internt med utviklingen av nye produkter, menyer og tjenester. Her samler vi våre beste kokker. Sammen deltar de på foredrag, matfaglige konkurranser, og inngår i utviklingspanelet vårt for lærlinger og unge talenter. I 2019 vil vi også se etableringen av et offshore Culinary Team.



## VÅRFEST

Vårfesten har blitt en hyggelig tradisjon i Compass Group, og feires i Oslo, Stavanger og Bergen. Her blir alle invitert til god mat og hyggelig samvær, gjerne rammet inn i et morsomt tema. På disse festene er det administrative ansatte som får æren av å servere våre flotte ansatte. Det er hyggelig å møte kollegaer som jobber på andre enheter og stemningen blir fort god! I tillegg benyttes anledningen til å dele ut ulike priser, som eksempelvis HMS pris, årets medarbeider og årets enhet.

## STORSAMLING ESS

Hvert år samles alle offshore ansatte til en dag med faglig påfyll og sosialt samvær. Dette har blitt et populært arrangement og antall deltakere øker fra år til år. Man starter dagen med foredrag og minimesse, og avslutter med fantastisk mat og fest.





# 04

## EN FORSKJELL FOR MILJØET

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| Plast- og engangsemballasje | 30 |
| Plantebaserte måltider      | 31 |
| Matsvinn                    | 32 |





## EN FORSKJELL FOR MILJØET

# PLAST- OG ENGANGSEMBALLASJE

Å erstatte produkter i plast med alternative materialer er ett steg i riktig retning, men mengden engangsmateriell må også kuttes ned på hvis det skal utgjøre en positiv forskjell for miljøet.

2018 var året hvor plastproblematikken kom for alvor på den politiske agendaen. EU kom med høye krav til materialgjenvinning, Stortinget vil ha ned bruken av engangs matbeholdere og forby plastsugerør og engangsbestikk, og Compass Group startet PlastKutt.

## KORT OM PLAST

- ▶ Plast er et nyttig produkt hvis det sorteres og resirkuleres, men på verdensbasis blir bare 5% av plasten gjenvunnet etter bruk.
- ▶ Plast i havet er et økende miljøproblem. Ifølge en rapport fra World Economic Forum vil det, målt i vekt, være mer plast i havet enn fisk i 2050, dersom plastmengden i havet ikke minskes.
- ▶ Plast forsvinner ikke slik som organiske materialer, men brytes bare ned i mindre og mindre biter til de til slutt er så små at de ikke kan ses uten mikroskop. Det er dette som kalles mikroplast.

(Kilder: Forskning.no og wwfn.no)

# PLANTEBASERTE MÅLTIDER



Flere og flere forbrukere velger å gå over til et vegetarisk eller vegansk kosthold med tanke både på egen helse og miljøet. Det røde kjøttet har mistet sin status, og alternative, spesielt plantebaserte, proteinkilder kommer som en storm i alle mulige former.

Som matleverandør gjør vi vårt beste for å følge forbrukertrendene. Earest har hatt vegetariske retter på sine sentrale menyer siden 2010, og i 2018 startet vi også med veganske oppskrifter.

Arbeidet fortsetter i 2019 med å utarbeide og promotere veganske oppskrifter onshore og produkter slik som eggfri majones, melkefri yoghurt og plantebaserte proteinkilder.

Offshore jobbes det med å utvide det vegetariske tilbudet.

## HVA ER EN...

### ... fleksitarianer?

En fleksitarianer bytter en gang iblant ut kjøtt med et vegetarisk alternativ. Å spise fleksitarisk betyr rett og slett at du spiser et mer plantebasert kosthold, men likevel inkluderer fisk og kjøtt.

### ... vegetarianer?

En vegetarianer har et plantebasert kosthold, men spiser dyreprodukter som ikke krever dyrenes liv, som for eksempel en del melkeprodukter, egg og honning.

### ...veganer?

En veganer har et plantebasert kosthold og unngår all mat av animalsk opprinnelse slik som kjøtt, fisk, skaldyr, egg, meieriprodukter og honning.



## 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



## EN FORSKJELL FOR MILJØET



## MATSVINN

Matsvinn er et stort fokusområde i Compass Group. Produksjon, transport, lagring av mat og behandling av matavfall påvirker miljøet vårt. Mindre matsvinn vil bidra til å redusere presset på miljøet, og redusere klimagassutslipp.

I Norge kastes det årlig mer enn 350 000 tonn mat, dette tilsvarer mange milliarder kroner per år, og det er ikke bærekraftig verken for lønnsomheten eller miljøet.

Norge har forpliktet seg til FN's bærekraftsmål om å halvere matsvinnet innen 2030 og dette er et mål Compass Group også har satt seg.

Sammen med norsk serveringsbransje har vi signert «Bransjeavtalen om matsvinn» og er med i det treårige bransjesamarbeidet KuttMatsvinn2020 med målsetning om å redusere matsvinnet med 20 prosent innen 2020. Vi har også vært med å utvikle et digitalt svinregistreringsverktøy kalt eSmiley, og utviklet konseptene «Tøm buffeten» og «Til overs, men like godt».

## 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. Dette er en pilotstudie i KuttMatsvinn2020 Forskning hvor det kartlegges matsvinn fra møte- og konferansemat, og tallerkenskavaler. Målsetning i forskningsprosjektet er å kartlegge omfanget matsvinn i ulike ledd, finne årsaker, samt iverksette tiltak. Prosjektets målsetting er en 20% reduksjon per gjest innen september 2019.



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. Målet for 2019 er å gjøre Stop Food Waste Day større og bedre for å nå ut til flere forbrukere, også i Norge.



Compass Group har vært med å utvikle svinregistreringssystemet 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 onshore i løpet av 2019.



*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.

«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.





# 05

## FOR EN BEDRE VERDEN

|   |    |
|---|----|
| Fra ansvarlig handel til redusert fotavtrykk    | 36 |
| Likestilling og mangfold beriker lokalsamfunnet | 38 |
| Kristin – årets kvinneforbilde 2018             | 38 |
| Lokalt samarbeid med NAV                        | 39 |
| Samarbeid for å nå målene                       | 40 |
| Intervju: TINE                                  | 42 |
| Intervju: NorgesGruppen                         | 44 |
| Intervju: Unilever                              | 46 |





# FRA ANSVARLIG HANDEL TIL REDUSERT FOTAVTRYKK

Compass Group har strenge krav til innkjøp, og har implementert en egen innkjøpsstandard som sikrer at produktene og tjenestene vi kjøper er av god kvalitet, produsert under gode arbeidsforhold og uten stor påvirkning på miljøet. Standarden går etter nivåene Bronze, Silver og Gold.

Vi handler bare av leverandører som har gode etiske retningslinjer med fokus på bærekraft, sikre arbeidsforhold og god ressursbruk. I tillegg er det også viktig at våre leverandører har gode systemer for å følge opp dette hos sine underleverandører igjen. Alle våre leverandører må forplikte seg til å følge vår Code of Business Conduct.



## MSC/ASC-SERTIFISERT FISK

MSC og ASC er sertifiseringsordninger for fisk og sjømat som sikrer en bærekraftig verdikjede. Den sertifiserte fisken kan spores tilbake til opphavskilden og gir en trygghet for at miljø, og dyrevelferd, sikres i alle ledd. MSC er sertifisert villfanget fisk, mens ASC er sertifisert oppdrettsfisk.

**MSC-sertifisert fisk** innebærer at fiskeriet er vurdert og sertifisert i henhold til tre viktige kriterier:

- ▶ Sikre bærekraftige fiskebestander
- ▶ Minimal miljøpåvirkning
- ▶ God fiskeriforvaltning

Ved å velge bærekraftig fanget sjømat bidrar vi til at leverandørene legger flere bærekraftige produkter inn i sitt sortiment. På denne måten passer de på at fiskebestander og de økosystemene som de er avhengige av, forblir sunne og fulle av liv i dag og for fremtiden.

**ASC-sertifisering** viser forbrukerne at sjømaten kommer fra oppdrettsanlegg som har minimert påvirkningene på miljøet og samfunnet. ASC stiller krav til at produksjonen tar hensyn til både miljøet fisken lever i, dyrevelferd hos fisken og velferd blant arbeiderne på anlegget. I Compass benytter vi ASC-sertifiserte vannamei reker.

(Kilder: [msc.org](http://msc.org) og [asc.org](http://asc.org))



## REDUSERT INNKJØP AV KJØTT

Produksjon av mat står for cirka 30 % av CO<sub>2</sub> utslippet i verden. Kjøttproduksjonen er den mest miljøbelastende. Omtrent en sjettedel av de globale klimagassutslippene skyldes husdyrhold og 33% av klodens dyrkbare jord brukes til dyrking av fôr til dyr i kjøttproduksjon (*Aftenposten Innsikt* 11/18). Vi kan erstatte mye av kjøttet med plantebaserte produkter. Siden 2010 har Compass Group i Norge redusert sitt innkjøp av alle typer kjøtt med mer enn 35 % og vi jobber med å øke plantebaserte retter i vår menybank. Dette kan du lese mer om i kapitlet «Plantebaserte Måltider» på side 31.

## REDUSERT FOTAVTRYKK

Compass Group jobber aktivt med å redusere fotavtrykket på miljøet. Dette gjør vi først og fremst ved å arbeide med matsvinnet. Andre tiltak er å minske forbruket av papir, samt bruke miljømerket papir. Vi minimaliserer også innkjøp av produkter med palmeolje og soya. Compass Group i Norge har virksomhet i store deler av landet. Det er innimellom nødvendig å bruke fly eller bil, men det legges vekt på å begrense reisevirksomheten.



## SVANEMERKING

I 2018 fornyet og utvidet Eures sin lisens på Svanemerket for renholdsleveransen i region Østlandet. Totalt er over 150 av Eures Services enheter blitt svanemerket siden 2012. Merkeordningen stiller høye krav til kvalitet, etikk og arbeidsmiljø. Gjennom svanemerkingen har renholdstjenesten fjernet en del kjemikalier, og funnet måter å bruke mindre av andre. I tillegg er det fokusert på transport og avfallshåndtering.

Svanemerket er symbolet for den felles nordiske miljømerkingen. Det er utarbeidet miljøkrav for mer enn 50 typer produkter og tjenester, blant annet restaurant/kantine samt renholdstjenester. (Kilde: [svanemerket.no](http://svanemerket.no)).



## GRØNT PUNKT

Norge er et foregangsland for gjenvinning av brukt emballasje. Ved å være medlem av Grønt Punkt Norge bidrar vi til finansiering, innsamling og gjenvinning av emballasje. Grønt Punkt Norge ble etablert i 1997 for å effektivisere betalingen fra bedriftene til materialselskapene og drifter i dag returordninger for plastemballasje, kartong og drikkekartong.



Grønt Punkt Norge

## GRESS-GRUPPEN

Compass Group er medeier i innkjøpssamarbeidet GRESS. Medlemmene har et sterkt bærekraftsfokus og det stilles miljø- og HMS-krav til leverandørene. Du kan lese mer om Gress-samarbeidet i kapitlet «Samarbeid for å nå målene».

## COMPASS GROUP CODE OF BUSINESS CONDUCT

Vår «Code of Business Conduct» sikrer at vi driver vår virksomhet på en profesjonell, etisk og ansvarlig måte. Det er vår forpliktelse til å behandle kunder, kolleger, leverandører og underleverandører, gjester og investorer med ærlighet, integritet og respekt.



## FOR EN BEDRE VERDEN

# LIKESTILLING OG MANGFOLD BERIKER LOKALSAMFUNNET

I Compass Group diskriminerer vi ikke på grunnlag av kjønn, etnisitet, religion, nedsatt funksjonsevne eller seksuell orientering. Vi fokuserer på å skape trygghet og fleksibilitet slik at hver enkelt ansatt kan yte etter beste evne og ta ut sitt beste potensiale. Derfor samarbeider vi med NAV om praksisplasser og legger til rette for at ansatte kan ta fagbrev gjennom jobben.



## LIKESTILLING MELLOM KJØNNENE OG DEN INTERNASJONALE KVINNEDAGEN

Likestilling mellom kjønnene er ikke bare en kamp for kvinners rettigheter, det er også samfunnsøkonomisk smart. Når kvinner får ta del på arbeidsmarkedet gir det positive sosiale og økonomiske ringvirkninger.

Den internasjonale kvinnedagen markeres hvert år ved at vi hedrer noen av kvinnene i Compass Group som inspirerer andre, og bidrar med det lille ekstra i hverdagen. Kvinnene blir nominert og stemt frem av egne kolleger, og høster alltid gode komplimenter. Det er en fin måte og både vise, men også høste annerkjennelse på.



## COMPASS GROUP LEDELSE

I de aller fleste land er det færre kvinner enn menn i lederposisjoner. I 2017 var 35,9 prosent av lederne i Norge kvinner. Under en fjerdedel av topplederne var kvinner. (Kilde: Statistisk sentralbyrå). I Compass Group er 8 av 9 i toppledelsen kvinner. Sett fra et likestillingsperspektiv er dette også en ubalanse, men det viser at det ikke er noen grunn til at kvinner ikke kan være toppledere. Kvinner og menn har like evner, og skal ha like muligheter til å delta i samfunnet. I Compass Group Norge har alle en stemme og alle likt spillerom.

## TILBUD OM FAGBREVKURS

Siden 2017/18 har vi tilbudt våre ansatte fagbrevkurs. Ansatte med 3,5 års relevant erfaring og 1 års ansiennitet i Compass Group får dekket egenandel til kurs, teoretisk prøve og eksamensavgift av oss som arbeidsgiver. Dette er en investering som sikrer fagkompetansen blant våre ansatte, og hver enkelt ansatts fremtid som faglærte arbeidstakere.

## SAMARBEID MED NAV OM PRAKSISPLASSER

Eurest samarbeider tett med NAV rundt sin praksisordning. Vi ønsker å bidra til at flere personer kommer seg ut i arbeidslivet, samtidig bidrar NAV med mange gode kandidater som vi kan rekruttere inn til oss og som vi har behov for. Vi har mellom 40-50 praktikanter ute i arbeid til enhver tid, og de som gjør det godt, får tilbud om å bli del av selskapets vikarpool etter endt praksisperiode. Videre ser vi til vikarpoolen når vi gjør rekruttering inn til permanente roller i selskapet.

## KRISTIN – ÅRETS KVINNEFORBILDE 2018

I fjor utmerket hun seg med å dra motorsykkelen inn i kantina under USA-dagen, og vant prisen for Beste Menybruker. Kristin Vold er en inspirerende dame, med pågangsmot. Og hun er vårt forbilde på kvinnedagen 2018.

«En blid dame med stå-på-vilje uten grenser. En som sprer glede blant kollegaer og gjester, og alltid leter etter muligheter til å gjøre det lille ekstra.» Slik beskrives Kristin av flere kollegaer, men noen 8. mars-pris hadde hun ikke ventet seg. – Det var en veldig kjekk og positiv overraskelse da Hege ringte, sier Kristin. Hun fikk gratulasjonen fra HR-direktøren direkte etter at nominasjonene var talt opp. Anerkjennelsen feires med kake på avdelingen, og gratulasjoner fra leder og kollegaer. – Jeg synes 8. mars blir mer og mer viktig. Det er bra at vi står frem og viser verden at vi er en nasjon med sterke damer, så dette var kjekt, sier Kristin.



## LOKALT SAMARBEID MED NAV



Eurest Konferanse & Selskap har i flere år hatt et veldig godt samarbeid med NAV Bjerke. «Vår samarbeidspartner i NAV er en ildsjel i jobben med å få mennesker ut i arbeid og jobber aktivt med koordinering mellom de forskjellige enhetene i NAV» sier Irene Wisløff, driftsleder i Eurest Konferanse & Selskap.

**I den tiden Eurest Konferanse & Selskap har samarbeidet med NAV har de hatt 41 praksiskandidater – 21 av disse har fått jobb.**

Etter ønske gis praksiskandidatene muligheten til å rulle på alle sentrene for å øke mulighetene for arbeid etter endt praksis. «De som ikke har fått jobb er blitt avsluttet av ulike grunner som feil match, manglende interesse, feil arbeidstrening og helse. Dette har blitt gjort tidlig i prosessen og i enighet mellom begge parter», sier Wisløff. Per i dag har Eurest Konferanse & Selskap åtte aktive praksiskandidater, og det er alltid rom for flere.



FOR EN BEDRE VERDEN

# SAMARBEID FOR Å NÅ MÅLENE

«Samarbeid for å nå målene» er FN's bærekraftsmål nummer 17. En frase som ofte dukker opp når man snakker om bærekraft er «ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe». Hvis man går sammen, og spiller på hverandres styrker – da vil man begynne å utgjøre en forskjell.

Internt i Compass Group jobber vi på tvers av landegrenser for å lære av hverandres beste praksis. Vi jobber også tett med NHO, og resten av matbransjen, i utvikling av Bransjestandarder som ivaretar kvalitet, miljø og samfunn.



## GRESS-GRUPPEN

Compass Group er deleier i innkjøpssamarbeidet Gress-gruppen som er et innkjøpssamarbeid mellom Compass Group Norge, Scandic Hotels og The Rezidor Hotel Group. Hver partner eier 33% andel i aksjeselskapet GRESS-gruppen, som ble etablert i 1997. I tillegg er Gate Gourmet Norway, Norlandia Hotel Group, Hurtigruten ASA, Torghatten Nord AS og Fjord-Line medlemmer av innkjøpssamarbeidet.

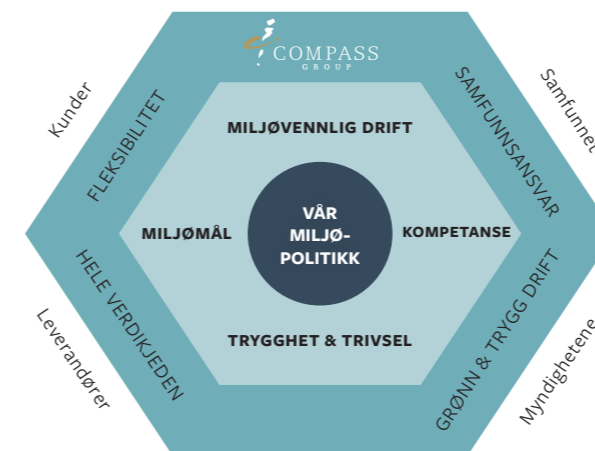
GRESS-gruppens formål er å fremforhandle leverandøravtaler som skal gi sikre, effektive og optimale innkjøp for sine eiere og medlemmer.



## OSLO MILJØHOVEDSTAD 2019

Oslo er Europas Miljøhovedstad i 2019. De vant konkurransen mot 13 andre europeiske byer fordi byen kan vise til noen av de beste resultatene og løsningene for en mer klima- og miljøvennlig by i Europa. Oslo scoret høyt i arbeidet for å redusere klimautslipp, bedre vann- og luftkvalitet, miljønnovasjon, øke tilgang til grøntarealer, sikre biologisk mangfold og tilrettelegge for syklende og gående.

På bakgrunn av dette er det iverksatt mange ulike aktiviteter på ulike områder fordelt over hele året. Compass Group deltar på noen av dem i samarbeid med en av våre oppdragsgivere i Oslo. (Kilde: miljøhovedstaden.no)



## SAMARBEID MED KUNDER

Grønn og trygg drift utgjør basisen i vårt miljøarbeid. I tillegg har vi kompetanse til å forbedre og bygge opp under våre oppdragsgiveres miljøarbeid. Vi kan styre prosessen for å oppnå ulike miljømerker eller sertifiseringsordninger. Vi strekker oss og tilpasser vårt eget miljøkonsept til våre kunders behov og forventninger.



## LÆR AV NOEN AV DE BESTE

I arbeidet med denne rapporten har vi vært så heldige å få snakke med noen av våre leverandører som er i norgestoppen når det kommer til sitt bærekraftsarbeid. Vi har latt oss inspirere, og motivere av Tine, NorgesGruppen og Unilever, og håper at intervjuene på de neste sidene også vil gi deg som leser noen gode råd i fremtidig arbeid.



# Sammen skaper vi ekte matopplevelser folk vil ha

Utgangspunktet til TINE er at det skal være verdiskapende å jobbe med bærekraft. For å oppnå dette må man finne en balanse mellom det økonomiske, sosiale ansvaret og bedriftens påvirkning på miljøet.



– Vi tror at hvis man jobber godt med de utfordringene, eller mulighetene, man har knyttet til det sosiale og miljømessige ansvaret til bedriften, så kan man også klare å skape økt lønnsomhet og økt konkurransekraft, sier Bjørn Malm, leder for bærekraft i TINE.

Malms råd for å jobbe strukturert og aktivt med bærekraft er følgende:

- ▶ Fokuserer på få områder
- ▶ Gjør bærekraftsarbeidet til en naturlig del av den daglige driften
- ▶ Vær villig til å investere i de områdene du satser på

– Ingen kan ta ansvar for alt, men alle kan ta ansvar for noe. Finn områder hvor bedriften har en mulighet til å påvirke og utgjøre en positiv forskjell. Vær tydelig på hvilke områder du ønsker å jobbe med. Så blir man heller best på de områdene, enn at man blir halvgod på mange områder, forklarer Malm.

Tine har valgt å fokusere på tre områder:

1. Kosthold og ernæring
2. Bærekraftig ressursutnyttelse
3. Reduksjon av matsvinn

Emballasje vil også bli et fokusområde for TINE fremover.

Målet er at all emballasje skal bestå av kun fornybare råvarer innen 2023.

– Det betyr at vi kommer til å bruke mer kartong, og platen blir produsert av fornybare råvarer – ikke naturgass eller fossil energikilde. Vi må ta tak i to ting; hvordan emballasjen produseres og hva man gjør for å samle opp emballasjen etter at den er brukt.

## HELHETLIG TILNÆRMING

TINE har en imponerende evne til å gripe inn i hele verdikjeden i sine bærekraftsprosjekter. Prosjektet Kukraft er et godt eksempel på dette.

– Vi tok utgangspunkt i at vi må ha fornybart drivstoff på bilene våre. Vi har store ressurser på gårdene i form av kugjødsel, så vi kartla hvordan kugjødselen kunne produsere biogass til bilene våre.

## KUGJØDSEL BLIR BIOGASS

Vestfold ble valgt fordi biogasanlegget Greve er det eneste stedet i Norge som produserer biogass på kugjødsel. Samtidig har også Tine et anlegg på Sem som produserer melk og yoghurt som bruker biogass i sin energibruk. Men det stopper ikke der.

– Det geniale med biogass produsert på husdyrgjødsel er at når biogassen er produsert, går avfallet (bioresten) tilbake

til bonden som så bruker dette som gjødsel på jordene, smiler Malm.

## SAMARBEID OG INVESTERINGER GIR RESULTATER

Med Kukraft reduserer TINE klimagassutslippene knyttet til husdyrgjødsel på gårdene, og eget utslipp både på transport og i produksjon. De har i dag 10 biler som går på Kukraft i Vestfold og vurderer utvidelse. For at et slikt prosjekt skal være mulig må alle parter involvert være villig til å investere både tid, penger og ideer.

– Målet er at det skal være like naturlig å jobbe med bærekraft som det er å jobbe med rent lønnsomhetsarbeid eller effektivisering, sier Malm.

Malm oppfordrer også kunder, slik som for eksempel Compass Group, til å komme med ideer til samarbeid.

– Det vi ønsker er at man går inn sammen og ser på hverandres mål og utfordringer. Så kan man se på i hvilken grad man påvirker hverandre og hvordan man kan bidra til at begge parter oppnår sine mål. Det er det optimale, avslutter Malm.

Compass Group tar utfordringen på strak arm og har satt seg i tenkeboksen. ○

## TINE

- ▶ TINEs røtter strekker seg tilbake til 1881 da den første meieriforeningen i Norge ble etablert.
- ▶ Rundt 10 500 bønder på 8 500 gårdsbruk er fundamentet for TINEs forretningsdrift.
- ▶ TINE produserer noen av de mest tradisjonsrike og kjente meierivarene i Norge.
- ▶ Jarlsberg har etablert seg som et stort internasjonalt merkenavn innen mat, og kan i dag finnes på frokostbordet fra Skjåk til Sydney. I 2013 solgte man i overkant av 11 000 tonn Jarlsberg utenfor Norges grenser.

(Kilde: tine.no)



## “DET STILLES FORVENTNINGER, OG DET GIR MULIGHETER”

For NorgesGruppen handler bærekraft om å bidra til en ansvarlig næringskjede som skaper trygghet. Trygghet for at varene forbrukerne kjøper tar vare på miljøet. Trygghet for at varene de handler er sunne. Trygghet for at arbeiderne er ivaretatt, og trygghet for nærmiljøet.

– Totalt sett så er vi mange som jobber med miljø- og bærekraftsspørsmål i NorgesGruppen. Vi er fordelt ut i avdelinger og datterselskap, men vi utgjør en helhetlig innsats for å redusere klimaavtrykk i egen drift og sikre bærekraftige produkter, forteller Bjart Thorkil Pedersen, fagsjef for bærekraftig handel i NorgesGruppen

### GRUNDIG VURDERING AV ALT DE TILBYR

Bjart jobber med produktene NorgesGruppen selger og tilbyr. Ved å optimere emballasjen er målet å fjerne unødig bruk av plast og finne substitutter for plast som lett havner i naturen.

– Vi gjør en grundig vurdering av alle leverandører og alle råvarer vi kjøper inn til egen produksjon eller egne merkevarer, og har god dialog med alle de store merkevarerleverandørene, forteller Bjart.

### KONSTRUKTIV DIALOG SKAPER ENDRING

NorgesGruppen er opptatt av å utfordre sine leverandører i utvikling av produkter, og å skape kontinuerlig forbedring gjennom dialog.

– Dialogen med leverandører er svært viktig for oss. Det er viktig at vi pusher de store internasjonale merkevarerleverandørene. Samtidig ser vi jo at det gjøres svært mye bra. En konstruktiv dialog tror vi er viktig, og vi har mange gode eksempler på at det kan bidra til endring.

Når NorgesGruppen oppdager noe som ikke er slik de ønsker, for eksempel uønskede stoffer eller dårlige arbeidsforhold,

går de i dialog med produsenten for å finne en måte å forbedre prosessene. Selv ser også NorgesGruppen at det ofte er kunder som setter krav rundt bærekraft.

– Det å vite at vi har kunder som setter krav til oss er viktig, og det å kunne ha konstruktiv dialog som er bygget på kunnskap og forståelse for komplekse problemstillinger, samtidig som det settes forventninger til oss – det setter vi pris på og det er også en flott forretningsmulighet for oss.

Bjart legger vekt på at det er sammen man kan bli bedre.

– At vi kan snakke sammen om muligheter, er veldig positivt. Det er interessant å se at våre kunder, og deres kunder igjen, og til sist forbruker, blir mer og mer opptatt av bærekraft. Det stilles forventninger nå og det gir muligheter, smiler Thorkil Pedersen.

### ALLE MÅ TA ANSVAR

Som kunde av NorgesGruppen har Compass Group hatt god dialog og tatt med seg gode råd på veien.

– Få oversikt over hvilke produkter man har, hvor det er produsert og hvor råvarene kommer fra. Prioriter noen særlige risikoutsatte områder, og forsøk å gjøre noe med dem. Det er viktig at alle tar et ansvar for det man kan gjøre noe med. Ingen kan gjøre alt, men hvis vi alle bidrar på å drive endring i store globale verdikjeder så håper, og tror vi, at vi ser positive endringer, avslutter Thorkil Pedersen.

Compass Group er i alle fall inspirert og glad for å ha NorgesGruppen med på laget. ○



### NORGESGRUPPEN

- ▶ NorgesGruppen har røtter helt tilbake til 1866 da Bondesønnen Johan Johannson etablerte engrosfirmaet Johansson, Bommen & co.
- ▶ NorgesGruppen har ca.1800 dagligvarebutikker og over 900 utsalgssteder innen servicehandel. Rundt 1020 av disse butikkene drives av selvstendige kjøpmenn
- ▶ KIWI, Meny, Jacob's, Spar, Eurospar, Joker og Nærbutikken er alle kjeder tilknyttet NorgesGruppen
- ▶ Matnyttig er et magasin som årlig gis ut av NorgesGruppen for å spre kunnskap og gi inspirasjon rundt temaene bærekraft, arbeidsliv og folkehelse.

Kilde: Norgesgruppen.no



## INTERVJU: UNILEVER

# "NÅR MAN SATSER PÅ KVINNENE STYRKER MAN HELE LOKALSAMFUNNET"

Unilever og bærekraft går hånd i hånd. Selskapets tidligere CEO, Paul Polman, var med å formulere FNs bærekraftsmål, og er også en av FNs ambassadører i promotering av målene.



**Tordis Poulsen**  
Nordisk kommunikasjonssjef  
i Unilever



**Christina Gundersen**  
Key account manager i Unilever.

Siden 2010 har Unilever Sustainable Living Plan (USLP) vært bedriftens strategiske svar på de utfordringene bedriften står ovenfor.

– Bærekraft er en veldig stor del av kulturen i selskapet og alle målene vi setter oss er knyttet til våre produkter, og FNs bærekraftsmål, forklarer Tordis Poulsen, Nordisk kommunikasjonssjef i Unilever.

Unilever Sustainable Living Plan har 3 store mål:

1. Bedre helse og velferd for over 1 milliard mennesker
2. Halvering av miljøpåvirkningene fra produksjon
3. Forbedre leveforholdene for mange millioner mennesker

– Det er viktig å sette seg ambisiøse mål slik at man kommer i gang. Deretter må man følge opp målene og være transparent rundt resultatene. Da er det lettere å forklare de valgene man tar, sier Poulsen.

Alle målene følges nøye opp, og analysene kvalitetssikres av en tredjepart. De tre hovedmålene er knyttet opp til ni tiltak. I tillegg til tiltakene er det satt opp mer enn 50 underliggende mål. Unilever har igangsatt flere spennende prosjekter for å nå målene.

## STYRKE KVINNERS RETTIGHETER

For å styrke kvinners rettigheter og rolle i ulike lokalsamfunn hvor Unilever opererer samarbeider de direkte med kvinnene som leverandører og bønder.

– Når man satser på kvinnene styrker man hele lokalsamfunnet fordi kvinnene gir tilbake til samfunnet både i form av innkjøp, men også kunnskap, sier Poulsen.

I blant annet India og Bangladesh har Unilever et program hvor kvinnene kan kjøpe deres produkter billig, og så selge de videre. De hjelper også kvinnen med reinvesteringer og gir opplæring i hvordan man kan lage sunne retter til familien.

## MINSKE FOTAVTRYKK I NORDEN

– Som leverandør er det viktig å kunne tilby hjelp og informasjon rundt hvordan våre produkter kan brukes klimasmart, sier Christina Gundersen, Key account manager i Unilever.

Også i Norden jobber Unilever med å spre info om bærekraftig og sunn mat til befolkningen. De har blant annet ansatt kokker som hjelper til med utvikling av produkter og holder kurs sammen med kundene rundt bærekraftig matlaging.

– Norden har et stort CO<sub>2</sub>-avtrykk på over 4 jordkloder. Så vi jobber med å redusere kjøttforbruket og inspirere til plantebasert kost med oppskrifter, forklare Poulsen.

## KARBONPOSITIVE INNEN 2030

Selskapet har et mål å bli karbonpositive innen 2030. For å oppnå dette målet har de blant annet investert i fornybar energi i form av vindmøller i India.

– Vindmøllene produserer mer enn vi trenger i produksjon og det går lokalsamfunnet til gode, sier Poulsen.

## SAMARBEID FOR Å NÅ MÅLENE

Unilever jobber aktivt med og for lokalbefolkningen, og samarbeider med kunder, leverandører og forbrukere.

– Samarbeid er absolutt essensielt. Det er sammen man kan utrette noe. Vi har fantastiske og sterke samarbeid, og det er derfor det går bra, smiler Poulsen.

Åpenhet, ambisiøse mål, og en ledelse og organisasjonskultur som virkelig brenner for bærekraft. Det inspirerer, og Unilever har vist at det nytter – vi kan endre verden til det bedre – sammen. ○



## UNILEVER

- ▶ Unilevers historie starter på sent 1800-tallet da Lever & Co lanserte såpen Sunlight. Såpen var med å popularisere hygiene i det viktorianske England.
- ▶ Selskapet har i dag over 400 forskjellige merkenavn som selges i 190 land.
- ▶ 14 ganger har Unilever blitt utnevnt til verdens mest bærekraftige matvarekonsern av Dow Jones Sustainability World Index.
- ▶ Unilever har sitt eget historiske arkiv i Port Sunlight i England. Her finner man originale bedriftsdokumenter, bilder og reklamefilmer. Det eldste dokumentert er datert i 1292.

Kilde: [unilever.com](http://unilever.com)



# 06

## VEIEN VIDERE

---

Intervju: Nina Fuglesang,  
kvalitets- og miljøansvarlig  
i Compass Group Norge

50





# "FOR Å NÅ BÅDE VÅRE EGNE, OG FNs BÆREKRAFTSMÅL ER SAMARBEID ESSENSIELT"

-Det er viktig for oss at vår strategi er integrert i hele vår virksomhet, at den er kjent, og utøves i alle funksjoner og på alle nivåer i virksomheten, sier Nina Fuglesang, Compass Groups kvalitets- og miljøansvarlig.

Fuglesang har jobbet i Compass Group siden 2000. Den gangen var hun hotellsjef på Ullevaal Hotell. I 2002 gikk hun over til å jobbe med kvalitetsledelse, og i 2007 rettet hun blikket mot miljø og bærekraft da hun ble kvalitets- og miljøansvarlig. Første oppgave var å få selskapet ISO 14001-sertifisert.

- ISO-sertifiseringen i 2009 var starten på vårt arbeid med å redusere vår miljøpåvirkning. Nå samler vi for første gang alt arbeidet vi har gjort i ett dokument og dette skjerper vårt fokus og vår innsats, sier Fuglesang.

## TETTERE SAMARBEID

I arbeidet med rapporten og utarbeidelse av Compass Groups videre strategi har Fuglesang jobbet tett med flere ulike fagavdelinger, både i Eurest og ESS.

- For å nå både våre egne, og FNs bærekraftsmål er samarbeid essensielt. Vi vil samarbeide enda tettere internt, men også med våre leverandører og kunder, sier Fuglesang, som mener at en stor bedrift som Compass Group har alle muligheter til å påvirke positivt, om de tar de rette grepene.

- Vi serverer flere tusen måltider om dagen, og kjøper inn store mengder av både emballasje og mat. Som kunde har vi mulighet til å påvirke våre leverandører til en mer

bærekraftig drift ved å stille krav – akkurat som våre kunder stiller krav til oss, sier Fuglesang.

## ØKT FOKUS PÅ MATSVINN

Fuglesang mener at de små grepene og valgene hver enkelt tar også har betydning i det store bildet. En del av Compass Groups strategi er derfor å øke fokuset rundt matsvinn ut mot sine gjester.

- Vi håper at vi med et økt fokus på matsvinn og informasjon ut til våre gjester kan være med å bidra til at de tar sunne, bærekraftige valg også utenfor våre kantiner, sier Fuglesang.

## 2019 ER BÆREKRAFTENS ÅR

2019 blir et spennende år i bærekraftens navn. Oslo er Miljøhovedstaden – dette påvirker Compass Group sine enheter både direkte og indirekte. For Compass Group skal samarbeid styrkes, og det skal fokuseres på matsvinn, plast- og engangsemballasje, samt plantebaserte måltider.

- Vi vil fremover arbeide systematisk med våre miljømål og utgi en årlig rapport for å vise fremdrift, utfordringer og suksesshistorier. Med dette som utgangspunkt håper vi å gjøre vår del for at FN's bærekraftsmål kan nåes og oppnå en bærekraftig drift, avslutter Fuglesang. ○



