

Vi går foran

BÆREKRAFTSRAPPORT 2018



UNIL

UNIL+

Innhold

Bærekraft i Unil

- 4 Forord fra bærekraftsteamet
- 6 Slik jobber vi med
- 8 Hvor kommer våre produkter fra?
- 10 Hva mener våre forbrukere?

♥ Helse

- 12 Vi reduserer stadig mer sukker
- 14 Lettere å velge produkter med Nøkkelhullet!

🌿 Miljø

- 16 Vi oppfordrer forbruker til å bruke sansene
- 18 Unil har blitt kraftprodusent
- 20 Miljøvennlig produktoptimalisering
- 22 Unil har kjøpt de første «ikke-genmodifiserte soyasertifikatene»

🤝 Samarbeid

- 24 Oversikt over våre samarbeidsprosjekter
- 26 Bedre forhold for risbønder i Pakistan
- 28 Eldorado Paranøtter støtter Regnskogfondet

👤 Leverandørforhold

- 30 Opplæring for migrantarbeidere i Thailand

Veien videre

- 32 Våre mål frem mot 2020

Bærekraftsrapporten 2018 er utgitt av Unil As. Det tas forbehold om trykkfeil.

Rådgivning, design og infografikk: Nitter Design

Foto:

Amund Lie Nitter: s. 10–11, 12, 14 og 16.
Herman Ekendahl-Dreyer: s. 4, 5–6 og 35.
Fazendas Bartira: s. 22–23.
Oxfam: s. 26–27.
Brasil2/iStockphoto.com: s. 28–29.
Angorius/iStockphoto.com: s. 29.
QuizRR: s. 30–31.

Fokus på bærekraft skaper verdier!

FØRST VIL JEG FASTSLÅ at vår prioritering av bærekraft gir positiv effekt. Ikke minst gir det effekt på alle de områdene vi gjør tiltak. Gjennom undersøkelser ser vi også at tillitten – som både våre samarbeidspartnere og forbrukere har – til oss og våre merker, øker. Med andre ord, fokus på bærekraft skaper verdier!

2018 HAR VÆRT et spennende og aktivt år hvor vi har jobbet for at en mengde av våre produkter har blitt sunnere og mer miljøvennlige. Vi har bidratt til hele 7 prosjekter i vår verdikjede. Målet har vært bedre arbeidsvilkår, bedre dyrevelferd og å støtte vern av avskogingstruede områder. I tillegg har vi drastisk redusert vårt eget matsvinn og gjort flere tiltak for å hjelpe forbruker med å redusere matsvinn i hjemmet.

MEN 2018 HAR også vært et utfordrende år. Vi oppdaget i 2018 at en av våre ansatte hadde mottatt bestikkløser fra noen av våre leverandører. Dette er en sak som har rystet oss. Vi har i flere år jobbet med å sikre at ansatte i utsatte roller har gjennomført nødvendig dilemmatrening og er klare over hvilket ansvar de har for å sikre ansvarlig innkjøpspraksis. Denne hendelsen viser oss både hvor sårbare vi kan være, men også hvor nødvendig det er at vi fortsetter vårt arbeid med ansvarlig innkjøpspraksis. I møte med våre leverandører må vi ikke bare være tydelige på hva vi forventer av dem, men også på hva de kan forvente av oss.

EN SLIK HENDELSE gjør at vi som organisasjon får vist hva vi er laget av og hvordan vi jobber sammen. Heldigvis har vi fått bekreftet at måten vi jobber på er i tråd med forventninger til beste praksis og at vi er et godt team! Til tross for dette har vi flere læringspunkter som vi tar med oss videre.

ÅRETS UTGAVE av bærekraftsrapporten retter seg mot forbrukerne. I år har vi spurt nettopp dem hvem de mener har ansvaret for at de produktene de finner i butikken er bærekraftig produsert. Ikke overraskende peker de fleste forbrukerne på oss som leverandør og på de som produserer varene. Dette ansvaret etterstreber vi å ta med glede hver eneste dag. Som et resultat av dette har vi hvert år mange gode historier å vise til – og noen av disse finner du i denne rapporten.

Odd Ture Wang

Administrerende direktør



Hva betyr det at vi i Unil jobber med bærekraft?

I ÅRETS BÆREKRAFTSRAPPORT ønsker vi å rette fokuset mot forbrukeren. Vi har derfor spurt våre forbrukere hva bærekraft betyr for dem, og hvem de anser som ansvarlige for å sikre bærekraftige produkter. Selv om oppfatningen av ordet bærekraft vil variere, er resultatet fra årets forbrukerundersøkelse entydig: Bærekraft oppfattes som svært viktig, og vi som leverandør bærer et stort ansvar for å sikre bærekraftige produkter.

I UNIL DEFINERER VI BÆREKRAFT SOM MILJØ, ETIKK OG HELSE.

Å jobbe med bærekraft i Unil innebærer å ta ansvar, i hele vår verdikjede, og langt forbi hva forbruker kan lese på etiketten. Det handler ikke om «grønnvasking» av våre produkter, men om vår integritet og at vi kan være stolte av det arbeidet vi gjør. Vi skal levere **merkevarer forbrukeren kan stole på**.

VI ER YDMYKE på hvor omfattende det er å sikre våre verdikjeder og bærekraftige produkter. Et økende fokus på bærekraft men også en økende kunnskap rundt våre verdikjeder gjør det enda mer utfordrende å arbeide med bærekraft. Vi stiller stadig mer ambisiøse krav til både innhold, produksjonsforhold, råvarer og emballasje. Dette krever mye av oss. Derfor har vi i Unil et dedikert team som jobber med bærekraft.

LIKEVEL OPPLEVER VI DESSVERRE, hvert år, hendelser eller problemstillinger som direkte eller indirekte påvirker våre verdikjeder. Med over 4000 produkter fra 516 leverandører, i 42 land, blir vår oppgave å iverksette de rette tiltakene der skoen trykker. Når det gjelder **miljø** jobber vi aktivt med å eliminere uønskede kjemikalier, sikre bruk av bærekraftig råvarer, sikre mer miljøvennlig emballasje, transport - med mere. På **helse** er fokuset vårt på å redusere sukker, salt, mettet fett og tilrettelegge for at forbruker kan gjøre sunne valg i butikken.

ETIKK ER FOR OSS VEIVISEREN som skal ligge som et bakteppe for alt vi gjør. Men etisk handel betyr også at vi skal sikre at alle leverandører er godt kjent med våre etiske retningslinjer, og at alle produsenter som er spesielt utsatt for brudd på våre etiske retningslinjer følges opp. I tillegg til dette må vi alltid sikre at egen innkjøpspraksis er i tråd med god forretningsskikk.

VI HAR SATT OSS TYDELIGE MÅL og jobber hver dag for å nå disse målene. I denne rapporten kan du lese om mye av det vi har gjort i løpet av 2018. På de bakerste sidene vil du også kunne se hvor langt vi faktisk har kommet. Vi vet at vi har et stykke igjen, men vi er allerede på god vei!

Hilsen oss i Unils bærekraftsteam

(For navn, stillingstitler og kontaktinformasjon, se siste side)



Slik jobber vi med ...

Å utvikle gode løsninger som balanserer miljø, etikk, helse og økonomisk utvikling er en del av vår strategi frem mot 2020.

I Unil jobber vi systematisk med å følge opp våre leverandører, produsenter og produkter for å redusere risiko for uønskede hendelser i vår verdikjede.

Nedenfor kan du lese kort om hvordan vi jobber med ulike temaer.

Produkttrygghet

For å levere produkter til våre merkevarer må produsentene være sertifiserte etter godkjente mattrygghet-, miljø- og kvalitetsstandarder. Mindre produsenter som ikke har relevante sertifiseringer blir fulgt opp nærmere ved hjelp av spørreskjema, besøk eller revisjoner. Vi har i dag syv fagsjefer på produktkvalitet som sørger for at produktene våre er i henhold til norsk regelverk og våre interne retningslinjer.

Arbeidsforhold

Vi gjennomfører risikovurderinger av alle leverandører og produsenter. Leverandører og produsenter der brudd på arbeidstakerrettigheter er ansett som tilstedeværende må gjennomføre en sosial revisjon. Unil er medlem av Amfori (BSCI). Vi benytter BSCI-databasen som et hjelpemiddel for å følge opp revisjoner hos våre leverandører og produsenter. Vi benytter også andre virkemidler, som opplæring og dialog, for å bedre forhold og kunnskapsnivå samt sertifisering av utvalgte risikoråvarer.

amfori
Trade with purpose

Amfori (BSCI)

Gjennom vårt medlemskap i Amfori (BSCI) forplikter vi oss til å implementere BSCI «Code of Conduct» i forretningsprosesser og hos produsenter i definerte risikoland. Produsenter som registreres i databasen forplikter seg til å godta uavhengige tredjepartsrevisjoner av arbeidsforhold.

Helse

Vi vil gjøre en innsats for å forbedre folkehelsen. Vi jobber systematisk med å redusere sukker og salt i hverdagsprodukter. I våre sammensatte retter har vi gjennomført tiltak for å øke andelen magert kjøtt, grønnsaker og fiber. Vi jobber for å utvide sortimentet på fisk og fiskeprodukter. Og vi tilbyr stadig flere produkter merket med Nøkkelhullet.

Antikorrupsjon

Vi følger NorgesGruppens rammeverk for antikorrupsjon. Alle ansatte med innkjøpsfullmakt har i løpet av de siste årene gjennomført dilemmatrening. I 2018 ble det besluttet at samtlige ansatte i Unil skal gjennomføre dilemmatrening. Vi vil i 2019 revidere vårt rammeverk for antikorrupsjon.

Emballasjeoptimering

Emballasjeoptimering handler om å sikre at all emballasje på våre produkter ikke bare beskytter varene, men samtidig setter et minst mulig fotavtrykk på miljøet. Dette betyr blant annet at emballasjen skal bestå av mest mulig bærekraftige råvarer, være lett å materialgjenvinne, miljøeffektiv å transportere samt redusere bruken av unødig emballasje. Vi arbeider også med å sikre at emballasjen er enkel å håndtere under transport, lagring og i butikk.

Økonomisk motivert svindel

Økonomisk motivert svindel er svindel der man endrer eller bytter råvare e.l. på produktet for økonomisk vinning. Vi etterstreber å ha en så kort verdikjede som mulig. Vi har konkrete og nøyaktige kontrakter for å sikre at produktene er i henhold til avtalt innhold og kvalitet. Vi innhenter detaljerte produktspesifikasjoner for å ivareta resepter og riktige ingredienser. Vi gjennomfører også egne risikovurderinger og analyser.

Miljø

Vi arbeider aktivt med å redusere vårt fotavtrykk på miljøet. I egen drift har vi et særlig fokus på å redusere matsvinnet på vårt lager i Våler. Vi arbeider også med å sikre at miljøet er ivaretatt nedover i vår verdikjede gjennom å stille tydelige miljøkrav til våre produkter. Dette gjør vi blant annet ved å sertifisere våre produkter etter anerkjente miljøstandarder som Svanemerket, MSC og FSC, men også gjennom tett dialog og oppfølging av leverandører som leverer identifiserte risikoprodukter.

Dyrevelferd

Alle dyr som blir benyttet i våre produkter skal behandles etter nasjonal lovgivning. De fem friheter skal ivaretas. Nesten alle ikke-norske leverandører av animalsk råvare har i 2018 deltatt i kartlegging på dyrevelferd. Vi vil i 2019 jobbe målrettet med vår handlingsplan for dyrevelferd.

Produktoptimalisering

For å sikre at våre produkter har riktig smak og møter våre interne krav til helse, etikk og miljø jobber vi kontinuerlig med å forbedre produktene våre. Vi kaller det «Good in, Bad out». Det starter med at vi kartlegger alle våre produkter. Eksempler på hva vi kartlegger er; sukker, salt, emballasje, uønskede kjemikalier, miljøutfordringer, palmeolje osv. Deretter setter vi opp en prioriteringsliste og jobber systematisk med en oppgradering av produktene.

Hvor kommer våre produkter fra?

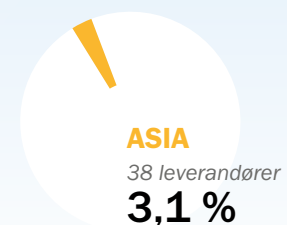
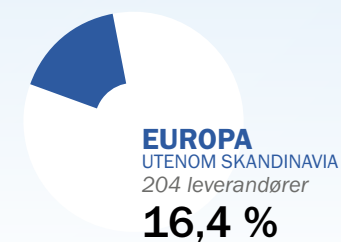
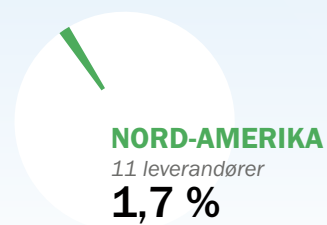
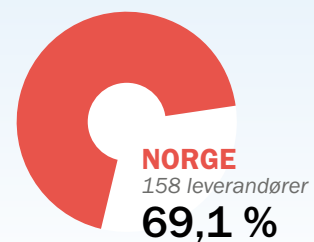
Unil hadde i 2018 over 4000 produkter fra 516 førsteleddsleverandører. Produktene kommer fra 42 land. Våre førsteleddsleverandører har igjen en mengde produsenter og underprodusenter.

I 2018 var 31 % av våre førsteleddsleverandører norske. Disse stod igjen for 69 % av vår innkjøpsverdi.



Prosentvis fordeling av innkjøpsverdi per verdensdel 2018

Samt antall leverandører



Hva mener forbrukerne om bærekraft?

Hva kunden velger i butikken avgjør hva vi leverer. Vi har spurt et knippe av våre kunder både hva bærekraft betyr for dem og hvem de mener er ansvarlige for å sikre bærekraft i verdikjeden.

Patricia Nessiøy

27 ÅR

Bærekraft er viktig for meg. Jeg prøver alltid å velge Fair Trade der det er mulig. Jeg spiser ikke kjøtt selv, men mine barn gjør det. Vi spiser mest mulig fisk og skalldyr i familien. Jeg er bevisst mine valg i både et helse- og miljøperspektiv. Jeg spiser helst det som er kortreist.

Jeg mener at ansvaret er delt mellom alle. Butikkene selger jo det det blir solgt mest av. Jeg mener staten skal sette grenser, men vi har ansvaret alle sammen.



Kjell Glomstad

62 ÅR

Bærekraft er for meg et fancy ord for å spise opp maten sin. Det handler om å bruke ressursene på en ordentlig måte.

Ansvaret må ligge hos innkjøperne. Kundene må sikre egen helse ved å ikke kjøpe halvfabrikata men lage maten fra bunnen av.

Odd Martens Meyer

73 ÅR

For meg handler bærekraft om matproduksjon. Det er også viktig å sikre at det benyttes korrekt teknologi og logistikk som ivaretar miljø, økologi og jordsmonn.

Politikerne er i utgangspunktet ansvarlige. Produksjon av mat i Norge i dag er et resultat av de subsidiene bønderne mottar. NorgesGruppen må tilrettelegge for resirkulering av organiske rester som kan komposteres lokalt, f.eks. hos leverandør og benyttes som biogjødsel. Det vil reetablere jordens humussjikt, bondens gull, som også kan lagre store mengder CO₂.



Mathias Meier Mikkelsen

24 ÅR

Bærekraft for meg betyr å ta ansvar sammen. Jeg jobber som snekker og for meg er det viktig at vi sikrer en bærekraftig fremtid i det firmaet jeg jobber for, det vil si, nok arbeid og at vi oppfører oss som vi skal ovenfor underentreprenører og andre.

De som bestemmer hvilke produkter som skal produseres og selges i butikken er de som har ansvaret. Butikken er også ansvarlige.



Tone Rosenberg Breivik

54 ÅR

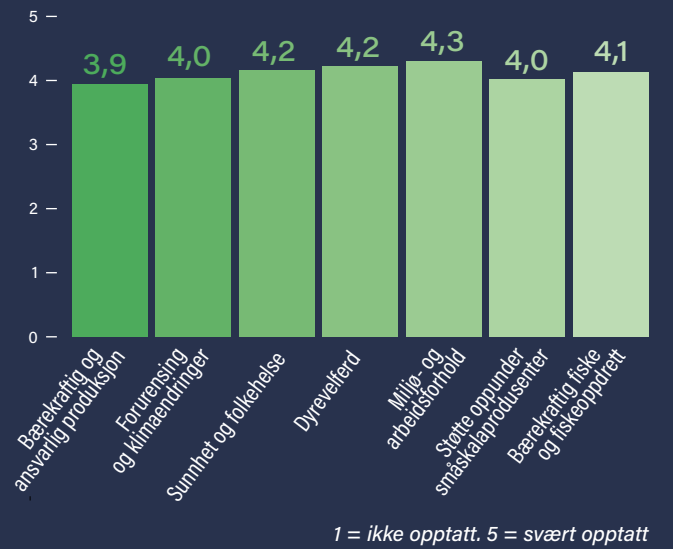
Bærekraft for meg betyr å leve så miljøvennlig som mulig med tanke på fremtiden.

Jeg mener produsenten er ansvarlig for å sikre hvordan produktene lages men også hvordan de pakkes. Jeg føler det man synder mest på er emballasjen. Så er jeg også opptatt av at produsenten skal ivareta hvordan produksjonsdyrene har det. Jeg vet det er en lang vei å gå men jeg mener at man skal begynne i det små. Jeg synes også at sunn mat burde bli billigere.

Unils kunder

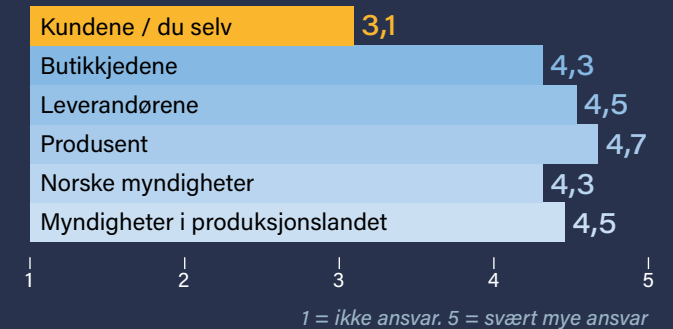
Er generelt opptatt av bærekraft

Hvor opptatt er du av de følgende områdene?



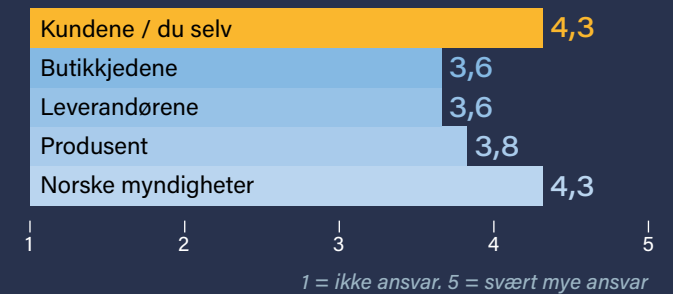
Mener vi som leverandør har større ansvar for bærekraft enn dem selv

I hvor stor grad mener du at de ulike partene har ansvar for å sjekke at produktene er produsert på en bærekraftig og ansvarlig måte?



Mener at de selv bærer stort ansvar for folkehelsen

I hvor stor grad mener du at de følgende partene har ansvar for å bedre folkehelsen?



KILDE: SYLINDER ANALYSE 2019. 1241 RESPONDENTER.



Vi reduserer stadig mer sukker



Et sunt og variert kosthold kombinert med fysisk aktivitet er viktig. Unil stiller seg bak myndighetenes kostholdsrad ved å tilby matvarer som bidrar til et sunt kosthold og reduksjon av livsstilssykdommer.

ARBEIDET BEGYNTE I 2017. NorgesGruppen har som strategisk mål å redusere 4000 tonn tilsatt sukker gjennom sine kasser innen 2020. Dette skal Unil være en sterk bidragsyter til. Prosjektet med å redusere sukker startet i 2017. Da begynte vi med drikkekategoriene. Vi reduserte mengden tilsatt sukker på First Price Husholdningssaft og First Price Appelsinsaft med 30 %. Vi reduserte mengden tilsatt sukker i all sukkerholdig brus med 5 %. Og vi lanserte en lettbrus og reduserte andel sukker i Eldorado iste.

542 TONN MINDRE TILSATT SUKKER TIL FOLKET I 2018. I 2018 har vi gjort et stort løft på alle varelinjer i kategorien søtt pålegg. Vi startet med First Price syltetøy

hvor vi reduserte tilsatt sukker med mellom 9 % og 21 % på variantene bringebær-, jordbær-, blåbær- og tyttebærsyltetøy, samt i vår appelsinmarmelade.

Deretter tok vi et stort grep på Eldorado syltetøy. Her har vi økt mengden bær fra 45 % til 60 % samtidig som vi reduserte tilsatt sukker med hele 44 %. Dette gjelder for våre varianter; bringebærsyltetøy, jordbærsyltetøy, tyttebærsyltetøy og blåbærsyltetøy.

Høsten 2018 reduserte vi også tilsatt sukker i First Price Sjokoladepålegg og Nøttepålegg med henholdsvis 33 % og 34 %. I tillegg økte vi andel nøtter fra 2 % til 10 % i Nøttepålegget.



MÅL 2020
Vi skal redusere tilsatt sukker med 10 % gjennom NorgesGruppens kasser.

STATUS

Oppnådd

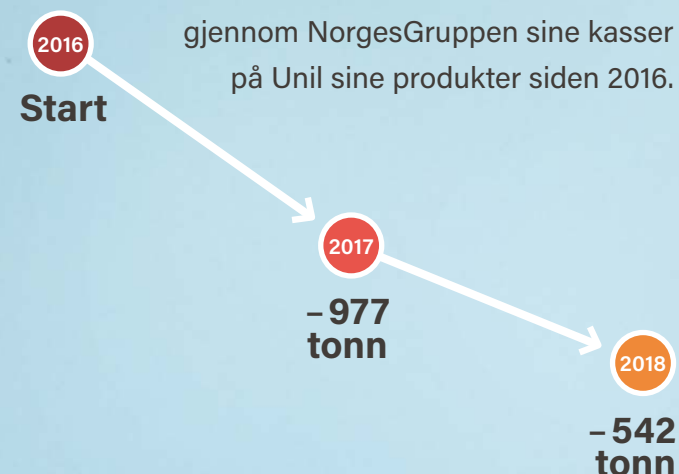
Vi omsatte 542 tonn mindre sukker gjennom NorgesGruppens kasser i 2018. Inkludert 2017 har vi en reduksjon på 13 % tilsatt sukker gjennom NorgesGruppens kasser.



-85% salt

1519 tonn MINDRE SUKKER

gjennom NorgesGruppen sine kasser på Unil sine produkter siden 2016.



Vi fortsetter å redusere salt

I 2018 har vi redusert salt i 18 produkter; frossen pizza, pizzadeiger og pålegg. I tillegg er alle våre langtidsholdbare brød innenfor myndighetenes saltkrav. Vi lanserte også 82 produkter som er i henhold til eller under saltkravet.

På merket First Price reduserte vi salt i 6 produkter og vi lanserte 4 produkter i henhold til saltkravet.

I 2018 reduserte vi saltinnholdet i First Price Corn Flakes fra 2,8 % til 0,4 %. Dette bidrar til 3,5 tonn mindre salt solgt gjennom NorgesGruppens kasser.



Hva gjør salt med kroppen?

- Deklarert salt inneholder natriumklorid (NaCl). Både natrium og klorid er næringsstoffer som kroppen ikke lager selv, men må få tilført. Vi trenger salt, men det i svært små mengder.
- Den mengden salt vi får via kosten er for høy og har en negativ effekt på helsen. For mye salt øker risikoen for høyt blodtrykk, som er den ledende risikofaktoren for dødelighet av hjerte- og kar-sykdommer i Norge.
- Det er derfor viktig at man er bevisst på saltinntaket og at industrien jobber med å begrense og redusere tilsatt mengde i sine ferdigvarer.

TILSATT SUKKER Hva gjør det med kroppen?

- I Norden anbefaler man at inntak av tilsatt sukker i kosten reduseres og er under 10 Energiprosent (i dag er gjennomsnittlig inntak over 15 E %).
- Et høyt inntak av tilsatt sukker øker risikoen for at man ikke får i seg nødvendige næringsstoffer.
- Det øker risikoen for tannrøte og et for høyt energiinntak kan medføre overvekt og fedme som igjen kan gi større og alvorligere sykdommer.



Lettere å velge produkter med Nøkkelhullet!

Nøkkelhullet er en offentlig merkeordning for matvarer som er sunnere enn andre i sin kategori. Nå er enda flere av våre varer nøkkelhullsmerket.

HELSEDIREKTORATET ANBEFALER et variert kosthold med mye grønnsaker, frukt og bær, grove kornprodukter og fisk, og begrensede mengder bearbeidet kjøtt, rødt kjøtt, salt og sukker. Vårt mål er å øke salget av nøkkelhullsprodukter. Innen 2020 skal vår andel av NorgesGruppens totale omsetning i de kategoriene som er relevant for Nøkkelhullet være på 25 %.

I 2018 har vi derfor blant annet jobbet med å gjøre frokostkategorien sunnere. Det betyr nå at alle Eldorado frokostblandinger er merket med Nøkkelhullet. Eldorado Crunchy frokostblanding naturell og røde bær ble byttet ut med Eldorado Granola naturell og med røde bær. Her har vi redusert både sukker og fett i tillegg til å øke mengden kostfiber. Vi lanserte også Eldorado müsli fullkornsflak med ananas og kokos med Nøkkelhullet.

MÅL 2018
25 % av NorgesGruppens totale omsetning i de kategoriene som er relevant for nøkkelhull.

STATUS

På god vei

I 2018 hadde vi 23 % andel av Norges-Gruppen totale omsetning i de kategoriene som er relevante for Nøkkelhullet.

I 2018 lanserte vi
24
nye produkter
med Nøkkelhullet

KOSTFIBER Hva gjør det med kroppen?

- Et kosthold med høyt kostfiberinntak er sunt for deg. Det anbefales at man har et inntak på 25-30 gram kostfiber per dag. De fleste av oss får i seg for lite kostfiber.
- Fordelen med å spise nok kostfiber er at det inneholder lite energi, øker metthetsfølelsen og øker farten gjennom tarmen.
- I tillegg reduserer nok kostfiber risiko for vektøkning, type 2-diabetes, kreft i tykk- og endetarm og hjerte- og karsykdommer.

I 2018 HAR VI KARTLAGT andelen av våre produkter som allerede tilfredsstillt kravene for Nøkkelhullet, men hvor merket mangler på pakningen. Vi har identifisert 25 produkter og disse vil i løpet av 2019 bli merket med Nøkkelhullet. Slik øker vi andelen nøkkelhullsprodukter i dagligvaren.

Vi lanserte 24 produkter med Nøkkelhullet i 2018 og har totalt 295 produkter med Nøkkelhullet i sortimentet.



Fisk

Vi har en ambisjon om at nordmenn skal spise mer fisk. Derfor har vi et mål om å øke omsetningen på fisk med 3 % hvert år frem mot 2020. En av strategiene til Unil er å lansere flere spennende fiskeprodukter for våre kunder, slik at det skal bli lettere å sette fisk på menyen. I 2018 ble blant annet Fiskemannen Fishy nuggets lansert. Fishy nuggets er torskenuggets med 65 % fisk til snacking. I 2018 hadde vi en omsetningsøkning på 2,8 % på fisk.

MI/MCI er fjernet i alle produkter

I 2018 utarbeidet vi en oversikt over uønskede kjemikalier vi, av forskjellige årsaker, ikke lenger vil tillate i våre produkter. På denne listen står konserveringsmiddelet MI/MCI (Methylisothiazolinone). Dette er et kjemikal som ofte brukes i kroppspfleieprodukter og rengjøringsmidler, og har vist seg å være mulig allergifremkallende.



I 2018 fjernet vi MI/MCI fra vårt siste produkt. **Det vil si at vi ikke lenger har produkter med MI/MCI i vårt sortiment.**



Alle våre egg er nå merket med «Se, Lukt, Smak» og «Ofte god etter».

Vi oppfordrer forbruker til å bruke sansene

I 2018 innførte Unil teksten «ofte god etter» på produkter med «best før»-dato. I tillegg har vi utviklet og lansert merket «Se, Lukt, Smak», som allerede er å finne på flere av våre produkter. Vi ønsker å formidle til alle forbrukere at vi må ta i bruk våre sanser for å avgjøre holdbarhet.

SE, LUKT, SMAK. I 2018 utviklet NorgesGruppen, i samarbeid med Unil, symbolet «Se, Lukt, Smak» som ett av flere bidrag i kampen mot matsvinn. En stor andel av matsvinnet skjer hjemme hos forbruker. Ved å merke flere produkter med dette symbolet ønsker vi å gi en ekstra oppfordring til forbrukeren om å benytte sansene sine og se, lukte og smake på matvarer merket med «best før» dato.

OFTE GOD ETTER. Symbolet «Se, Lukt, Smak» fungerer som en praktisk veiledning til forbruker og supplerer ordlyden «ofte god etter». Vi var tidlig ute med å benytte tilleggstekst på «best før»-produkter, men i februar 2018 samlet bransjen seg om å benytte ordlyden «ofte god etter» som tilleggstekst på mat merket med best før. «Ofte god etter» er allerede å finne på flere av våre produkter. I vår Bærekraftsrapport for 2017 kan du lese mer om vårt tidligere arbeid med tilleggstekst mot matsvinn.

ALLE VÅRE EGG ER MERKET MED «Ofte god etter» og «Se, Lukt, Smak». Egg er et godt eksempel på en varegruppe som ofte er god etter endt «best før»-dato. På grunn av faren for salmonella i egg og krav til kjøling, skjerpet EU for flere år siden holdbarhetstiden på egg. Det er derimot ikke registrert et eneste sykdomstilfelle av salmonella fra norske egg. I tillegg oppbevares norske egg kjølig, i motsetning til egg i de fleste EU-land. Derfor er norske egg både like trygge og ofte gode i flere måneder etter oppgitt utløpsdato.

I dag er alle egg under merkene Jacobs Utvalgte, Eldorado Go Eco og First Price merket med både teksten «ofte god etter» og symbolet «Se, Lukt, Smak».

Vi har implementert «Se, Lukt, Smak» på en rekke andre «best før»-varer. Noen av disse er allerede å finne i NorgesGruppens butikker, mens andre vil komme fortløpende. På sikt er målet å benytte denne tilleggsmerkingen på alle «best før»-produkter.



Produkt for redusert matsvinn

I 2018 lanserte vi nyheten frossen avokado i skiver fra Eldorado. Med dette produktet ønsker vi å bidra til redusert matsvinn på avokado i verdikjeden og hjemme hos forbruker. Ved å kjøpe avokado i frossen tilstand kan forbrukeren være sikker på at avokadoen verken er overmoden eller dårlig. I tillegg kan man justere mengden avokado man bruker av gangen uten å måtte kaste resten.

Frossen avokado egner seg aller best til retter som guacamole, smoothies og lignende, og dette produktet vil først og fremst være et supplement til den ferske avokadoen. Vi er også oppmerksomme på at dyrkingen av avokado innebærer andre miljøutfordringer, men desto viktigere er det å unngå unødig matsvinn.

Samarbeid på tvers av bransjen

Matsvinn er et samfunnsproblem som krever en felles innsats fra alle aktører.



Derfor oppfordrer vi og ønsker flere aktører i bransjen velkommen til å ta i bruk symbolet «Se, Lukt, Smak». Vi deler gjerne design med alle aktører som ønsker å merke sine «best-før»-produkter med «Se, Lukt, Smak». For mer informasjon, se seluktsmak.no

Best før versus siste forbruksdato

Vet du forskjellen mellom «best før» og «siste forbruksdato»?

- **En «best før»-dato** indikerer hvor lenge en vare holder seg uten å tape særlig kvalitet, gitt riktig oppbevaring og uåpnet emballasje. Maten er best før oppgitt dato, men kan ofte være god og ufarlig å spise etter oppgitt dato.
- **«Siste forbruksdato»** benyttes på lett bederivelige matvarer og henviser til aller siste dag maten kan spises, forutsatt riktig oppbevaring og uåpnet emballasje.



Unil har blitt kraftprodusent

Unils lager i Våler har et areal på 22 000 kvadratmeter, og er prydet av over 8000 kvadratmeter med solcellepanel. I 2018 produserte vårt solcelleanlegg for første gang over 1 GWh – nok energi for et byggefelt på omtrent 40 hus i løpet av et år. I tillegg har vi nå installert utstyr som gjør at vi eksporterer overskuddskraft.

VÅRT SOLCELLEANLEGG produserte i 2018 fornybar energi som dekket ca. 30 % av vårt eget strømforbruk. Solcelleanlegget har både tak- og veggmonterte paneler som gjør at vi kan produsere strøm når solen står lavt. Desember 2016 var første gang solcelleanlegget var i drift og per februar 2019 har strømmen vi har produsert spart miljøet for 1190 tonn CO₂. Dette er tilsvarende det 113 076 trær ville absorbert i samme periode.

EKSPORTERER OVERSKUDDSKRAFT. I 2018 ble også Unil kraftprodusent. Det vil si at vi har installert utstyr som gjør at vi eksporterer overskuddskraft ut på det norske

kraftmarkedet. For 2018 eksporterte/solgte vi ca. 81 000 KWh. Dette er kraft som produseres på tidspunkt da vårt eget forbruk er lavere enn det som produseres. Overskuddet går da ut på nettet og kjøpes av nett- eller strømlevedandører.

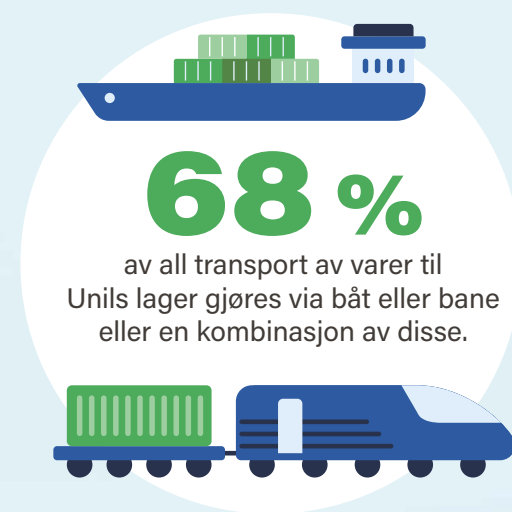
EL-SERTIFIKATER FRA 2019. Fra 2019 vil Unil være med på ordningen med el-sertifikater. Dette betyr at vi får statlig støtte til den produksjonen vi driver av fornybar energi. Dette er et norsk-svensk tiltak som skal bidra til å gjøre produksjon av fornybar strøm lønnsom.

MÅL 2020
Vi skal redusere matsvinnet på vårt lager i Våler med minst 25 %

STATUS

Oppnådd

I 2017 satt vi nullpunktet for matsvinnet på lageret vårt i Våler. I 2018 reduserte vi matsvinnet med 30%.



Redusert matsvinn i egen drift

Unil arbeider aktivt med å redusere matsvinn i egen drift og har som mål å redusere matsvinnet på vårt lager i Våler med minst 25 %. I 2017 kartla vi matsvinnet, og allerede i 2018 kan vi vise til en svinnsreduksjon på 30 %, fra totalt 100 tonn til omtrent 70 tonn. Denne høye svinnsreduksjonen skyldes først og fremst høyt svinntall for 2017 og en stor opprydding på vårt fryselager. Etableringen av rutiner mot matsvinn i 2017 er også en viktig faktor, men vi forventer at resultatene av rutinene hovedsakelig vil synliggjøres i løpet av 2019 og 2020.

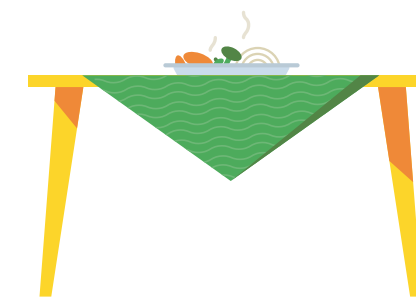
Vi donerer overskuddsmat

Unil donerer årlig overskuddsmat til Matsentralen og Juleflyet. I 2018 ga Unil mat tilsvarende 47 750 måltider til Matsentralen. Dette er en nedgang fra 2017, hvor vi ga mat tilsvarende 80 000 måltider. Årsaken til det er delvis på grunn av den store reduksjonen i svinns totalt sett, men også en noe høyere donasjon til Juleflyet i 2018 enn i 2017.

Matsentralen er en veldedig forening som bekjemper matsvinn og hjelper mennesker som har behov for fellesskap og mat.

Vil du lese mer om Juleflyet og Matsentralen kan du gjøre dette i Unils bærekraftsrapporter fra 2016 og 2017.

I 2018 ga Unil mat tilsvarende **47 750 måltider** til Matsentralen.





Miljøvennlig produktoptimalisering

Unik RentHjem

I 2018 har vi jobbet med relanseringen av vårt sortiment på Unik rengjøring, under det nye konseptet Unik RentHjem. Vi har løftet hele produktserien gjennom nytt design, men også i form av mer miljøvennlig innhold og emballasje.

FOR Å GJØRE DET ENKLERE for forbrukeren å ta gode miljøvalg, har vi hatt et tett samarbeid med våre leverandører i utviklingen av våre vask- og rengjøringsprodukter. Resultatet er at vi i løpet av 2018 blant annet kunne sette Svanemerket på enda flere produkter. Unik RentHjem tilbyr totalt 13 produkter merket med Svanemerket. Utover dette er 9 av produktene merket med Vegan Society-merket, 2 med NAAF-merket og 1 med Oeko-tex.

MER BÆREKRAFTIG FORBRUK AV PLAST. Det er flere miljømessige utfordringer forbundet med plastemballasje. Ressursbruk, klimabelastning ved produksjon og forsøpling i

naturen står sentralt. NorgesGruppen har derfor satt ambisiøse mål for å sikre mer bærekraftig forbruk av plast innen 2025. Gjennom RentHjem er vi med på å bidra til å nå disse målene, blant annet gjennom endringer i emballasjemateriale og plastreduksjon.

ALLE PLASTFLASKENE i RentHjem er nå laget av resirkulert plast. Endringen fra å benytte ny plast (såkalt virgin plastic) til resirkulert plast er et viktig tiltak for å oppnå mer bærekraftig forbruk av plastemballasje. Ved å nå benytte ressurser som allerede er i omløp, reduserer vi emballasjens klimabelastning.

MÅL 2020
Vi skal øke salget av etisk- og miljøsertifiserte produkter

STATUS

Oppnådd

Fra nullpunktsåret 2015 har vi solgt 33,5 % flere etisk- og miljøsertifiserte produkter. I 2018 har vi en 7 % økning.

Vekk med unødvendig plast

Vi har fjernet plastemballasjen på Unik RentHjem Strikkekluter. Med utgangspunkt i salgstall fra 2018 kan dette bety en potensiell reduksjon av plast på 0,24 tonn i løpet av 2019.



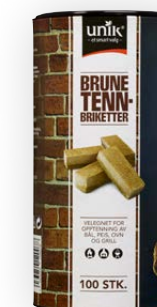
Trebestikk som alternativ til plast

Sommeren 2018 lanserte vi Unik bestikk av tre som en sesongvare. Dette gjorde vi for å kunne tilby forbrukeren et miljøvennlig alternativ til plastprodukter som lett havner i naturen. Ifølge EU er plastbestikk en av topp ti engangsgjenstander av plast som ble funnet på europeiske strender. Dette utgjør en alvorlig miljøtrussel, da plast har en lang nedbrytningstid og på sikt omgjøres til forurensende mikroplast.

Vi arbeider aktivt med å kunne tilby plastfrie alternativer på engangsprodukter, og vi kommer derfor til å gradvis erstatte alt bestikk av plast med bestikk av tre i løpet av 2019, dette inkluderer både skjeer, kniver og gafler.

Svanemerkede Unik Tennbriketter

I løpet av 2018 ble Unik brune tennbriketter merket med Svanemerket. Svanemerket stiller tydelige miljøkrav til hele produktets livssyklus. Noen av kravene som stilles til tennbriketter er blant annet at råvaren stammer fra forsvarlig skogdrift og at energiforbruket i produksjonen begrenses. I tillegg er det strenge krav til bruk av kjemikalier. Å svanemerke tennbrikettene er derfor en god måte å sikre at produktene fotavtrykk reduseres og samtidig gjøre gode miljøvalg tilgjengelig for forbrukeren.



Unil har kjøpt de første «ikke-genmodifiserte soyasertifikatene»

I desember 2018 ble det for første gang solgt «ikke-genmodifiserte» (GMO) soyasertifikater. Sertifikatenes formål er å støtte bønder i den brasilianske Cerradoen til å produsere bærekraftig soya. Unil var ett av de to første selskapene i verden som kjøpte «ikke-GMO» sertifikater.

SIDEN 2017 har Unil gjort et årlig estimat på bruk av soya i fôr benyttet på importert kjøtt. Unil har kjøpt soyasertifikater basert på dette estimatet.

I år, som i fjor, ønsket vi å støtte produksjon av bærekraftig soya i det sårbare Cerrado-området i Brasil. Nytt av året er at organisasjonen RTRS (Roundtable on Responsible Soy), f.o.m. 2018 også tilbyr soyasertifikater som støtter bønder av ikke-genmodifisert soya. Tidligere har RTRS kun tilbudt sertifisering av handel med fysisk ikke-genmodifisert soya. Unil kjøpte i 2018 totalt 623 soyasertifikater. Antall soyasertifikater baserer seg på antall tonn estimert soya benyttet i fôr knyttet til importert kjøtt.

I 2018 kjøpte Unil soyasertifikatene av den brasilianske leverandøren Fazendas Bartira. Fazendas Bartira har i over 30 år jobbet med landbruksindustrien i Brasil.

«Vi jobber kontinuerlig for å forbedre vår landbrukspraksis til den høyeste standarden for effektivitet og ansvarlig produksjon. Vi er ekstatiske over å se at våre banebrytende tiltak blir anerkjent og oppmuntret», sier Luiz laquinta, direktør for kvalitet, sikkerhet, helse og miljø hos Fazendas Bartira.

Hvis du ønsker å vite mer om Unils «soyafotavtrykk» kan du lese mer om dette i vår bærekraftsrapport for 2017 på side 16 og 17.



Soya

- Soyamel er den største kilden til protein i dyre- og fiskefôr globalt.
- Nest etter kvegdrift er soyaproduksjon den viktigste årsaken til avskoging i Sør-Amerika.
- «Soyamotoriet» er en frivillig avtale som forplikter produsenter og oppkjøpere til å ikke selge eller kjøpe soya dyrket på nylig avskogede regnskogsområder.
- Likevel flytter avskogingen seg til andre sårbare områder slik som savanneskogen, Cerradoen, i Brasil.

Cerradoen i Brasil

- Cerradoen er et stort savanneområde som strekker seg over flere delstater i Brasil.
- Området har et enormt biologisk mangfold, og huser rundt 5 % av verdens biodiversitet.
- Cerradoen er med sine mange trær med dype røtter en essensiell «CO₂-fanger».



Nye vegetarprodukter

Unil har som mål å tilby våre kunder flere grønnsaksbaserte retter og lansere flere vegetariske alternativer. Det er en økende trend blant forbrukere at de ønsker kjøttfrie måltider, både med tanke på miljø, helse og dyrevelferd.

Vegetar- og veganprodukter hadde i 2018 en omsetningsvekst på mellom 20 og 30 % i NorgesGruppens butikker. Omsetningsveksten på fersk vegetarisk/vegansk ferdigmat var i 2018 på 26 %.

Unil lanserte 11 vegetariske middagsalternativer i 2018. Noen av disse alternativene er Folkets Veggideig, Folkets Veggiburger av champignon m/hvitløk, Folkets Veggiburger av rødbeter m/honning og Folkets Vegetarspyd. Og den veganske pizzaen fra Folkets med Oumph!



Våre samarbeidsprosjekter

Vi har i strategien frem mot 2020 et mål om å bidra til minst ett bærekraftsprosjekt i vår verdikjede per år. I 2018 har vi bidratt i hele 7 prosjekter. På de kommende sidene kan du lese mer om hva de ulike prosjektene innebærer. Nedenfor finner du en oversikt over hvor de ulike prosjektene finner sted, samt en kort prosjektbeskrivelse.



BRASIL: Støtte til produsent av ikke-genmodifisert soya

Gjennom å kjøpe RTRS soya-sertifikater støtter Unil bærekraftig produksjon av ikke-genmodifisert soya i den sårbare Cerradoen i Brasil.

BOLIVIA: Eldorado Paranøtter støtter Regnskogfondet

Våre paranøtter produseres i Bolivia. I 2018 gikk fem kroner av inntekten fra hver solgt pose Eldorado Paranøtter til Regnskogfondets viktige arbeid. Paranøttreet vokser i regnskogen i Amazonas og er et vernet tre som er avhengig av regnskogens samspill for å overleve.



NAMIBIA: Prosjekt for å hjelpe storfebønder

Vi har siden 2016 delfinansiert flere prosjekter for å hjelpe storfebønder som leverer kjøtt til Unil. I 2018 har vi bidratt med en ny samlingsplass for storfe i landsbyen Okangoho.



OXFAM

PUNJAB, PAKISTAN: Risprosjekt for bønder

Unil samarbeider med Oxfam om å bedre forholdene for basmatirisbønder i Pakistan. Det er her vi kjøper vår Eldorado basmatiris fra. Prosjektet har et spesielt fokus på de lokale kvinnenes rolle.



KINA: Opplæring for fabrikkansatte

Vi har i 2018 igangsatt opplæring hos tre produsenter i Kina. Opplæringens formål er å sikre at de ansatte, både ledelse og øvrige, har kjennskap til sine rettigheter og forpliktelser overfor hverandre.



VIETNAM: Aksomhetsvurdering på cashewnøtter

Vi har i 2018 bidratt i et aktsomhetsvurderingsprosjekt på cashewnøtter initiert av IEH. Prosjektets formål var å kartlegge utfordringer i verdikjeden på cashewnøtter fra Vietnam.



THAILAND: Utvikling av opplæringsmodul

Vi har i 2018 bidratt med prosjektstøtte for å finansiere utvikling av en egen opplæringsmodul for fabrikkansatte i Thailand. Modulen er spesielt rettet mot migrantarbeidere da utnyttelse av migrantarbeidere er en utfordring i Thailand.



Bedre forhold for risbønder i Pakistan



Unil ble sommeren 2018 med på et samarbeidsprosjekt med Oxfam. Formålet med prosjektet er å støtte fattige småskalabønder i Punjabprovinsen i Pakistan.

RISPRODUKSJON I PAKISTAN ER LUKRATIV BUSINESS, men risbøndene er fanget i fattigdom. Pakistans risproduksjon er verdt rundt 2 milliarder USD årlig. Likevel lever landets risbønder i enorm fattigdom og jobber under svært dårlige arbeidsforhold. Bøndene mangler ofte de nødvendige tekniske ferdighetene og kunnskapen som kreves for å produsere gode avlinger, noe som resulterer i lav inntekt. Som et resultat av klimaendringer og manglende kunnskap om effektiv vannforvaltning, er risbøndene spesielt utsatt for tørke og flom. Grunnvannstanden i området er truet. Kvinner er spesielt sårbare og sosiale normer i Pakistan tilsier at kvinnene enten

har lavtlønnede stillinger eller ubetalte roller i hjemmet. Uten tilgang til nødvendig kunnskap og finansiering er det vanskelig for kvinnene å tre ut av dette mønsteret og bidra til verdiskaping.

GRAISEA-PROSJEKTETS MÅLSETTING. Siden sommeren 2018 har Unil vært en del av prosjektet GRAISEA 2 (Gender Transformation and Responsible Agribusiness Investments in South East Asia). GRAISEA-prosjektets målsetting er å sikre bedre produksjonsmetoder og bedre avlinger. Bedre avlinger vil igjen øke bøndenes inntekter samt styrke kvinnenes posisjon i risproduksjon. Prosjektet

MÅL 2020
Vi skal bidra til minst ett bærekraftsprosjekt pr. år

STATUS

Oppnådd

I 2018 har vi bidratt til 7 bærekraftsprosjekter.



Målsettinger GRAISEA-prosjektet

- 2250 bønder som produserer bærekraftig ris
- Utvikle til sammen 25 nye bondeorganisasjoner
- Etablere 5 bondefora
- Lokale risselskaper skal forplikte seg til å sikre bedre inntekter, bærekraftige produksjonsmetoder og fremme kvinners rolle i deres verdikjeder

omfatter også samarbeid med myndighetene og lokale risproduksjonsselskaper. Målet er en bærekraftig risproduksjon. GRAISEA 2 er en videreføring av pilotprosjektet GRAISEA 1, som startet i januar 2017.

I løpet av GRAISEA 1 ble det etablert 10 bondeorganisasjoner som ivaretar 900 bønder. Bondeorganisasjonene representerer og støtter bøndene i deres arbeid, og i del 2 av prosjektet er målet å oppskalere til 25 bondeorganisasjoner og å nå 2250 bønder. Indirekte vil prosjektet kunne skape positive ringvirkninger og påvirke enda flere tusen småskalabønder og produsenter. Unil er svært stolte av å være med på dette prosjektet i samarbeid med Oxfam.



Unil hjelper storfebønder i Namibia

Vi har siden 2016 bidratt med følgende prosjekter for å bedre forholdene for småskalastorfebønder i Namibia.



Auksjons-/opsamlingsplass for storfe i landsbyen Helena

Påbegynt i 2016 – ferdigstilt i 2017

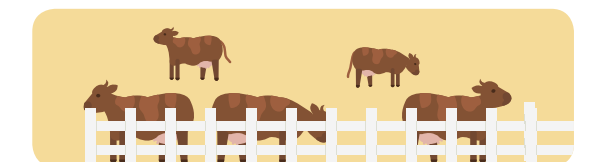
- 550 småbønder kan benytte denne auksjons-/opsamlingsplassen
- Så langt har 1870 storfe blitt solgt på auksjonsplassen i Helena



Vannhull, vannledning, brønnhus, borebrønn og pumpe for ville dyr, kveg og befolkningen i landsbyen Gam

Påbegynt i 2016 – ferdigstilt i 2017

- 150 husholdninger har fått forbedret vanntilgang



Auksjons-/opsamlingsplass for storfe i landsbyen Okangoho

Påbegynt 2017 – ferdigstilt 2018

- Så langt har 654 storfe blitt solgt på auksjonsplassen i Okangoho

Les mer om våre prosjekter i Namibia i bærekraftsrapportene for 2016 og 2017.

Eldorado Paranøtter støtter Regnskogfondet

Paranøttreet vokser i regnskogen. Ødelegges regnskogen forsvinner paranøttreet og dermed paranøttene vi handler i butikken. For hver pose Eldorado Paranøtter som ble solgt i 2018, gikk kr. 5,- til Regnskogfondet og arbeidet med vern av regnskog.

ELDORADO PARANØTTER er hentet fra urskogen i Amazonas. Der vokser de vilt på trær som kan bli opptil 500 år gamle. Paranøttreet er fredet, men ikke artene det er avhengig av for å overleve. Både bier, orkidéer og gnagere spiller sammen for å spre frøene til dette enorme treet i regnskogen.

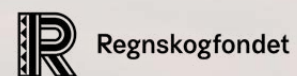
Avskoging er en av vår tids største utfordringer og Unil arbeider systematisk for å sikre en bærekraftig verdikjede som ikke truer verdens regnskoger.

FOR SKOGFOLKET OG URBEBOLKNINGEN i Amazonas er paranøtten en viktig inntektskilde. Mange lever av

sankingen av skogens ressurser og paranøtten er en viktig del av dette.

Regnskogfondet har gjennom mange år jobbet for å muliggjøre at regnskogenes urbefolkning kan leve av nøttesanking. Sammen med skogvern, er slike prosjekter med på å beskytte viktige skogområder, som igjen muliggjør fortsatt sanking av paranøtter.

Selv om vi i Norge bor langt unna Amazonas og regnskogen, har den flere viktige funksjoner som vi er avhengig av. Vi er kanskje ikke avhengig av paranøtter, men uten regnskog vil de forsvinne.



Paranøttreet kan bli 30–45 meter høyt. Paranøttene er i en kapsel som veier ca. 3 kg og inneholder ca. 25 nøtter.



En hard nøtt å knekke

Unil importerer cashewnøtter fra Vietnam. Cashewnøtter har ofte en kompleks verdikjede og det er utfordringer knyttet til flere ledd av prosesseringen av cashewnøtter.

Unil er medlem av Initiativ for Etisk Handel (IEH). På oppdrag fra bl.a. Unil har IEH, i 2018, kartlagt arbeidsforholdene i cashewnøttindustrien i Vietnam. Kartleggingen er gjennomført i samarbeid med lokale partnere.

Rapporten fra kartleggingen ble lansert i Vietnam 25. oktober, og viste bl.a. at det er store utfordringer knyttet til; landbrukspraksis, sprøytemiddelforurensning, barnearbeid, sporbarhet og arbeidstakerrettigheter. Rapporten er en del av et større prosjekt der målet er å sikre at cashewnøtter som importeres til Norge produseres med hensyn til både arbeidere og miljøet.



Eldorado Paranøtter

- Eldorado Paranøtter er et sesongprodukt som selges i julen.
- Vi solgte 60 000 Eldorado Paranøttposer i 2018, som betyr at Unil støttet Regnskogfondet med **300 000 kroner**.



Opplæring for migrantarbeidere i Thailand

Det har lenge vært et ønske for Unil å gjøre noe målrettet for å nå migrantarbeidere som jobber hos våre produsenter i Thailand. I 2018 har Unil bidratt med finansiering for å utvikle et eget opplæringsprogram som retter seg mot thailandske fabrikkarbeidere generelt, og migrantarbeidere spesielt.

UNIL INNGIKK I 2017 et samarbeid med QuizRR (Quiz Rights and Responsibilities) gjennom Initiativ for Etisk Handel (IEH). QuizRR er et selskap som utvikler og gjennomfører opplæringsprogrammer på nettbrett for fabrikkarbeidere. Opplæringsprogrammet er basert på små filmsnutter med tilhørende quiz og de ansatte lærer om sine rettigheter og forpliktelser.

Gjennom IEH fikk Unil benytte QuizRR som en pilot hos en av våre produsenter i Kina. Vi har i ettertid igangsatt opplæring på ytterligere tre fabrikker i Kina. I tillegg har det lenge vært et ønske for Unil å gjøre noe målrettet for å nå migrantarbeidere som jobber hos våre produsenter i Thailand. I samarbeid med flere nordiske dagligvareaktører har Unil, som eneste norske aktør, bidratt med finansiering av en skreddersydd QuizRR-modul rettet mot thailandske fabrikkarbeidere, og særlig migrantarbeidere.

MIGRANTARBEIDERE I THAILAND. Mer enn tre millioner menn og kvinner har migrert til Thailand for å jobbe i næringsmiddelindustrien de senere årene. Næringsmiddelindustrien i Thailand har vært kraftig kritisert for dårlige arbeidsforhold, og vernet av migrantarbeidere i Thailand har vært mangelfullt. Migrantarbeidere fra Myanmar og Kambodsja har vært spesielt utsatte for utnyttelse, diskriminering og slavearbeid.

OPPLÆRINGSPROGRAMMET. QuizRR-opplæringen er en moderne, interaktiv og inspirerende måte for ansatte, både ledelse og øvrige ansatte, å lære om rettigheter og ansvar. Programmet bruker opplæringsfilmer med skuespillere fra Thailand, Myanmar og Kambodsja. Skuespillerne spiller forskjellige fabrikkroller og relevante problemstillinger tas opp – etterfulgt av spørsmål som arbeiderne må besvare. Arbeiderne lærer i sitt eget tempo og på sitt eget språk.

HVOR MANGE PRODUSENTER NÅR VI? Unil har invitert inn 2 produsenter til å delta på piloten som ble igangsatt i årsskiftet 2018/2019. Ettersom dette er et samarbeid med andre dagligvareaktører, vil hele 7 av våre 13 produsenter i Thailand være med på pilotopplæringen. Pilotopplæringen skal gjennomføres av alle ansatte uavhengig av stillingsnivå og vil nå flere tusen fabrikkarbeidere.

Vi bruker også QuizRR i Kina

I Kina har vi høsten 2018 igangsatt QuizRR-opplæring hos tre fabrikker.

Den første modulen de har begynt med er «Rights and Responsibilities». Modulen innebærer opplæring i følgende elementer;

- Workplace policies
- Health and safety
- Fire and building safety





3 fabrikker
har implementert
QuizRR-treningen i Kina






152 arbeidere
har påbegynt opplæringen

Våre mål frem mot 2020

Her er noen av målene vi har satt oss frem mot 2020 for å underbygge vår bærekraftsstrategi.

MÅL	STATUS 2018	KOMMENTAR
 Helse		
25 %	23 %	PÅ GOD VEI. I 2018 var vår markedsandel i varegrupper hvor man kan benytte Nøkkelhullet 23 prosent.
3 % per år	3 %	NESTEN OPPNÅDD. Vi har økt omsetningen på fisk og sjømat med 2,8 prosent i 2018.
100 %	91 %	PÅ GOD VEI. I 2018 var 91 prosent av våre egne merkevarer innenfor saltkravene. I 2018 var 74 av 817 produkter ikke i henhold til saltkravene.
20 %	+3 %	IKKE OPPNÅDD. Selv om vi har redusert salt i våre produkter, har det generelt vært et høyere salg av våre produkter som inneholder salt. Men vårt arbeid med å redusere salt har bidratt med en nedgang i antall tonn salt totalt solgt gjennom NGs kasser med 0,4 %.
10 %	13 %	OPPÅDD. Vi solgte 542 tonn mindre sukker (5 %), gjennom Norges Gruppen sine kasser i 2018. Totalt er reduksjonen på 13 % siden 2016.
1 % pr. år	+7 %	IKKE OPPNÅDD. Vi har i 2018 lansert flere varianter av Eldorado margarin, vi har derfor økt totalt volum i mettet fett, men vi har bidratt til en nedgang i varegruppen med 2,4 %.
52 %	56 %	OPPÅDD. 56 % av vår andel bakevarer i brødkategorien er grove eller ekstra grove i 2018.
 Under vann		
100 %	54 %	PÅ GOD VEI. Per utgangen av 2018 var 54 % av sjømaten fra risikoområder MSC - eller ASC-sertifisert.

MÅL	STATUS 2018	KOMMENTAR
 Miljø		
50 %	44 %	PÅ GOD VEI. I 2018 var 44 prosent av våre non-food leverandører sertifisert etter en miljøstandard. (ISO 14001 sertifisert, Miljøfyrtårn, Svanen, Blå Engel eller Bra Miljøval).
25 %	30 %	OPPÅDD. I 2017 satt vi nullpunktet for matvinnnet på lageret vårt i Våler. I 2018 reduserte vi matvinnnet med 30 %.
20 %	33 %	OPPÅDD. Fra nullpunktsåret 2015 har vi økt salget av etisk- og miljøsertifiserte produkter med 33,5 %. I 2018 har vi en 7 % økning.
15 %	0 %	IKKE OPPNÅDD. I 2018 har vi økt fyllingsgrad på 4 produkter. Folkets Bacon u/svor røkt, Eldorado fullkornshjerter, Eldorado fullkornflak med kokos, First Price revet topping.
100 %	0 %	NY. Dette er et nytt mål som ble satt i 2018. Vi har i dag 71 hermetikkprodukter. Det ble ikke byttet ut noen hermetikkprodukter i 2018.
 Arbeidsforhold		
100 %	76 %	PÅ GOD VEI. Av våre produsenter i risikoland hadde 76 prosent en aktiv revisjon i BSCI/Sedex eller tilsvarende.
20/år	75 %	PÅ GOD VEI. I 2018 besøkte vi 15 leverandører hvor vi hadde fokus på bærekraft.
100 %	15 %	IKKE OPPNÅDD. Av våre 516 leverandører har 77 signert vår Code of Conduct.
 Samarbeid		
Min. 1 pr. år	7	OPPÅDD. I 2018 har vi bidratt til 7 bærekraftsprosjekter.

Unils merker



Eldorado tilbyr trygge produkter for gode måltider i hverdagen.



Fiskemannen tilbyr smakfulle og spennende fisk- og sjømatprodukter, som skal vekke lysten på fisk.



Fersk&Ferdig tilbyr ferdigretter laget av gode råvarer.



Unik tilbyr gode produkter som bidrar til et rent og hyggelig hjem.



GoEco skal gjøre det enklere for kunden å foreta økologiske valg. Merket benyttes på økologiske Eldorado-produkter.



First Price er best på pris og enkelt å finne - merket for de prisbevisste.



Folkets tilbyr i hovedsak kjøtt og kjøttprodukter, men favner også vegetar og fryste ferdigretter.



Jacobs Utvalgte er vårt premium-merke som, gjennom inspirasjon og premium råvarer, skal skape matglede.



Fauna er dyremat laget med kjærlighet og respekt for de firbente, naturen og dens råvarer.



Lille Go' tilbyr trygge baby-produkter av høy kvalitet. Produktene er utviklet med kjærlighet og omsorg for barna.

Sertifiseringsordninger



FSC-merket stiller krav om at skogsdriften produktet stammer fra ikke fører til avskoging, at hogsten foregår kontrollert og tar hensyn til lokalbefolkningen.



Ø-merket er det offisielle norske økologimerket og gir en garanti for at en vare er økologisk dyrket.



UTZ er en merkeordning for rettferdig handel. For å bli UTZ-sertifisert må produksjonen oppfylle krav til sosiale forhold (blant annet er barnarbeid forbudt), miljø og jordbruks- og bedriftspraksis.



Nøkkelhullet er en offentlig merkeordning for matvarer. Merkeordningen skal gjøre det enkelt å velge sunnere matvarer.



Svanemerket er det offisielle nordiske miljømerket. Svanen stiller miljøkrav til produkter i et livssyklusperspektiv, fra uttak av råvare, under produksjon, under bruk og til produktet som avfall.



Fairtrade er en internasjonal merkeordning som styrker bønder og arbeidere i fattige land gjennom handel.



MSC Merket til Marine Stewardship Council (MSC) er et miljømerke for fisk og sjømatprodukter. Merket garanterer at produktet kommer fra bærekraftig fiskeri.



ASC (Aquaculture Stewardship Council) er et miljømerke for oppdrettsfisk og oppdrettssjømat. Merket garanterer at produktet kommer fra bærekraftig oppdrett.



NAAF (Norges Astma- og Allergi-forbunds) private merkeordning merker produkter som gir minimal risiko for helsemessige plager.

Bærekraftsteamet



Elin Ilebekk

Teamleder Non-food og Emballasje

elin.ilebekk@unil.no



Maria Hammer Hardie

Fagsjef Emballasje

maria.hardie@unil.no



Einar Aassved Storeide

Fagsjef Emballasje

eaah@unil.no



Stine Treider Arnesen

Fagsjef Produktkvalitet og Ernæring

stine.treider.arnesen@unil.no



Julie Haugli Aarnæs

Fagsjef Bærekraftig Handel

julie.haugli.aarnaes@unil.no



Wibecke Ødegård Johansen

Kvalitets- og Bærekraftssjef

wibecke.odegard.johansen@unil.no

Unil AS er eid av NorgesGruppen og er ansvarlig for utvikling, innkjøp og markedsføring av NorgesGruppens egne merkevarer (EMV). Våre merker består av blant annet Eldorado, Fauna, First Price, Fiskemannen, LilleGo', Seidel, Fersk & Ferdig, Jacobs Utvalgte og Unik og selges både til dagligvare- og storhusholdningsmarkedet. Omsetningen i 2018 var 8,1 mrd kr, og selskapet ekspanderer innenfor stadig nye områder.

For mer informasjon, se www.unil.no.

Trykkeriets svane

Denne rapporten er Svanemerket, som innebærer at trykksaken oppfyller kriteriene i henhold til en fellesnordisk miljømerking. Papiret er FSC-merket.

Se www.ecolabel.no for mer informasjon.

UNIL

UNIL 