

Vi går foran

BÆREKRAFTSRAPPORT 2019



UNIL

UNIL+

Innhold

Bærekraft i Unil

- 4 Vi drar lasset sammen
- 6 Verdikjedesamarbeid i praksis
- 8 Hvor kommer produktene våre fra?
- 10 132 bærekraftstiltak gjennomført i 2019

Helse

- 12 Sammen for bedre folkehelse

Miljø

- 14 Vårt plastløfte
- 16 Et felles veikart for sirkulær plastemballasje
- 18 Små tiltak gir store miljøbesparelser
- 20 Enkle og trygge miljøvalg
- 21 Unil bidrar til å bevare skogen

Arbeidsforhold

- 24 Alle som bidrar til vår verdiskaping skal ha anstendige arbeidsforhold

Samarbeid

- 26 Økt kunnskap om egne rettigheter
- 28 Den vietnametiske cashewnøtten blir mer bærekraftig
- 30 Kvinners rolle i den pakistanske rissektoren styrkes

Dyrevelferd

- 32 God dyrevelferd i handlekurven

Under vann

- 33 Bærekraftig fiske for et levende hav

Veien videre

- 34 Våre mål frem mot 2020
- 36 Våre merker
- 37 Merke- og sertifiseringsordninger
- 38 Om Unil
- 39 Bærekraftsteamet

Bærekraftsrapporten 2019 er utgitt av Unil AS. Det tas forbehold om trykkfeil.

Design:
Nano Design

Foto:
Nano Design
iStockphoto.com: s. 10, 16 og 28
Quizrr: s. 26
Oxfam: s. 30



Et bærekraftig samfunn krever større innsats og økt samarbeid

Vi har de siste årene jobbet målrettet med å gjøre produktene våre mer bærekraftige innenfor områdene helse, miljø og etikk. En viktig forutsetning for å skape resultater innen bærekraft er samarbeid. I Unil betyr det at «vi drar lasset sammen».

Samarbeid internt, med våre leverandører, kunder, konkurrenter, organisasjoner, forskningsmiljøer og forbrukere har satt oss i stand til å gå foran på en rekke områder innen bærekraft. Årets bærekraftsrapport viser hvordan vi i 2019, med samarbeid som premiss, har gjennomført over hundre bærekraftstiltak på våre produkter.

I 2019 har verden i enda større grad fått øynene opp for hvorfor bærekraft må være bærebjelken i samfunnet. Klimabøl er et nyord i 2019 som definerer den nye generasjonen forbrukere. Med Greta Thunberg i spissen har verdens ungdom gitt klar beskjed om sine forventninger til oss som samfunns- og næringslivsaktør. Vi må lytte, være vårt ansvar bevisst og la oss inspirere til mer og raskere handlekraft.

Verdenssamfunn står overfor store utfordringer, men også muligheter, når det kommer til klimaendringer, fattigdom, befolkningsvekst og bærekraft i globale matsystemer. Dette påvirker Unil og hvordan vi definerer vårt arbeid med

bærekraft. Vi stiller oss selv nå spørsmålene; hva betyr det å gå foran? Er vi ambisiøse nok? Er vi rigget til å møte nye forventninger til bærekraft i vår drift og våre produkter?

Vi er stolte av bærekraftsarbeidet vårt så langt. Nå må vi definere premissene som skal sette oss i stand til å fortsatt være en leder innenfor bærekraft. Det betyr at vi må gjøre noen tøffe valg og prioriteringer med tanke på hvilke type produkter vi skal tilby forbruker, hvordan og hvor vi produserer varer og hvilke krav vi skal ha i vår innkjøpspraksis. Vi må også finne nye måter å involvere forbrukerne i alle våre valg når vi utvikler de produktene som skal stå i morgendagens butikkhylle.

Som aktør innen dagligvare- og storhusholdning har vi et stort ansvar. Vi har en viktig jobb med å finne den riktige veien videre og det er jeg sikker på at vi skal klare sammen.

Odd Ture Wang
Administrerende direktør



Vi drar lasset sammen!

I årets bærekraftsrapport fokuserer vi på hvor viktig godt samarbeid, både internt og eksternt, er for å sikre bærekraftige produkter og verdikjeder. For å oppnå høyere grad av bærekraft i eksisterende produkter og nylanseringer er vi avhengig av å spille på lag med hverandre, leverandører og kunder.

I Unil har vi tydelige føringer for hvordan vi skal forbedre produktene våre innen tre områder; helse, miljø og etikk. For mange produkter gjør vi forbedringer innen alle tre områder. For eksempel skal vi redusere salt- og sukkerinnhold i produkter, vi skal ha mindre plast i emballasje og sammen med leverandører skal vi jobbe for å sikre gode arbeids- og miljøforhold. Ved å sette

krav og være tydelige i våre forventninger til oss selv og leverandørene klarer vi i fellesskap å heve kvalitet og bærekraft.

Innad i Unil er et effektivt og godt samarbeid mellom avdelinger; marked, kvalitet, marketing, innkjøp, lager, økonomi/administrasjon og salg, avgjørende for at bærekraftige tiltak går fra idé til produkt i kundens handlekurv.

Samarbeid kan også være utfordrende. Med en global verdikjede som inkluderer 539 førsteleddleverandører i 41 land som produserer over 4000 produkter, håndterer vi risiko knyttet til mattrygghet, arbeidsvilkår, miljøforhold



og korrupsjon. Flere av leverandørene våre holder til i land hvor denne risikoen er høy.

Det betyr at vi må finne leverandører som ønsker å samarbeide om langsiktige forbedringer. For leverandørene kan det bety investering i bedre systemer, sertifiseringsordninger og maskineri, opplæring av arbeidere og deltakelse i prosjekter. Det må lønne seg for leverandører å investere i bærekraft og det er viktig for Unil å støtte leverandører i slike investeringer. Det gjør vi blant annet gjennom økonomisk støtte til prosjektdeltakelse og tilrettelegging av egen innkjøpspraksis.

Forutsetningen for at Unil skal nå sine mål på bærekraft er samarbeid. 2019 er et år hvor vi virkelig ser resultater av dette. Det motiverer oss, leverandører og kunder til å «stå på» videre for at vi sammen skal kunne levere produkter som er bedre for menneskene og miljøet. Det er først når forbrukerne våre kjøper produktene igjen og igjen at vi har klart å oppnå det vi vil.

Ha en fin lesing!

Hilsen alle oss i Unil

Verdikjedesamarbeid i praksis

I arbeidet med å nå våre mål samtidig som vi jobber for å gå foran, er samarbeid i hele verdikjeden avgjørende.

En helhetlig tilnærming til bærekraft krever at vi jobber med kvalitet, emballasje, transport, sosiale- og miljømessige forhold hos leverandør og i råvareuttaket.

HVORDAN SER SAMARBEID FOR BÆREKRAFT UT HOS UNIL?

Her illustrerer vi verdikjeden for Eldorado kokosmelk fra Thailand. I illustrasjonen vises alle leddene i verdikjeden og hvordan vi i forskjellige ledd jobber med tiltak relatert til bærekraft.

Det er spesielt to utfordringer vi har samarbeidet med leverandør om. Den første utfordringen er å endre emballasjen fra metallhermetikk til kartong av miljøhensyn. Den andre utfordringen er arbeidsforhold for migrantarbeidere fra Myanmar og Kambodsja. Det estimeres at det er ca. 3,9 millioner migrantarbeidere i Thailand i dag. Mange jobber i næringsmiddelsektoren, inkludert hos vår leverandør av kokosmelk. Dette kan du lese mer om på side 26 og 27.



NorgesGruppen



Produsent

Thai Coconut produserer kokosmelk på kartong i Thailand

- Thai Coconut har forpliktet seg til å jobbe for anstendige arbeidsforhold gjennom medlemskap i Amfori BSCI*.
- Fabrikken gir digital rettighetsopplæring gjennom Quizrr til arbeidere. 237 personer på fabrikken har fått opplæring i 2019.
- Mattrygghet blir ivarettatt gjennom GFSI*.
- Endret emballasje fra metallhermetikk til kartong.

Kokosnøtt fra Thailand

Kartong fra underleverandør i Thailand

UNIL UNIL+

For å sikre bærekraft i produktene våre må avdelingene samarbeide. Marked og innkjøp, kvalitet og bærekraft, marketing, lager og salg gjennomfører oppgaver som bidrar til at vi får produktet fra ide til butikkhyller og kantiner.

- Emballasje har blitt endret fra metallhermetikk til FSC-merket kartong. Dette gjør vi blant annet fordi kartong har bedre plassutnyttelse under transport og er lettere, dette bidrar til reduserte klimautslipp. Vi har allerede kartong på Eldorado kokosmelk 250 ml og i 2020 kommer også lett-variant på 250 ml kartong. Unil+ jobber for å lansere kokosmelk på kartong i 2020.
- Unil deltar som eneste norske aktør i et nordisk samarbeid for å adressere utfordringene knyttet til migrantarbeiderproblematikken i matproduksjon i Thailand hvor Thai Coconut er med (les mer på side 26).
- Transportør følges opp for å sikre den mest miljøvennlige transporten og arbeidsforhold for lastebilsjåfører.

* Amfori BSCI er en medlemsorganisasjon der vi som medlem forplikter oss til å implementere BSCIs Code of Conduct. Thai Coconut er også medlem og har forpliktet seg til å følge BSCIs Code of Conduct og godtar at uavhengige tredjeparter foretar revisjoner av arbeidsforhold.

* Global Food Safety Initiative (GFSI) er et privat forretningsdrevet initiativ for kontinuerlig forbedring av styringssystemer for mattrygghet for å sikre tillit til levering av trygg mat til forbrukere over hele verden.



Som leverandør til NorgesGruppen må Unil etterleve krav om ansvarlighet og bærekraft i leverandørkjeder. Hos NorgesGruppen setter kategori- og innkjøpsavdelingen sortimentet for butikkene. Unil må derfor kunne tilby produkter som kan konkurrere med andre merkevarer på bærekraft.



Hvor kommer våre produkter fra?

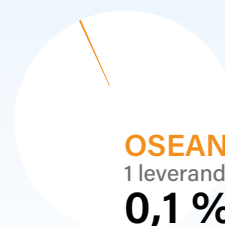
Unil hadde i 2019 over 4000 produkter fra 539 førsteleddsleverandører i 41 land. Våre førsteleddsleverandører har igjen mange produsenter og underprodusenter.



Prosentvis fordeling av innkjøpsverdi per verdensdel 2019

Samt antall leverandører







132 bærekraftstiltak gjennomført i 2019

Verdenssamfunnet står ovenfor store utfordringer knyttet til blant annet klimaendringer, plastforsøpling i hav, fattigdom, fedme og overvekt. Dette er utfordringer som påvirker våre globale verdikjeder, og vil definere Unils fremtidige drift.

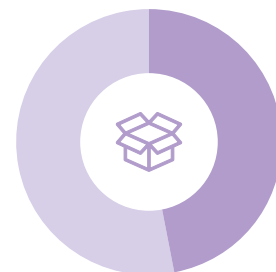
Som en betydelig aktør i det norske dagligvare- og storhusholdningsmarkedet skal vi ta vårt ansvar og gå foran med å lansere produkter som bidrar til bedre folkehelse, økt dyrevelferd, bedre arbeidsvilkår og lavere miljøbelastning. Dette er et omfattende arbeid hvor mye gjenstår, og vi jobber derfor systematisk med å forbedre våre produkter.

Vår ambisjon er å skrive merkevarehistorie. Det gjør vi ved å bygge sterke merkevarer som skaper konkurransekraft for butikk, møter nye forbrukerkrav og leverer produkter forbruker kan stole på. Bærekraft er en forutsetning i dette arbeidet.

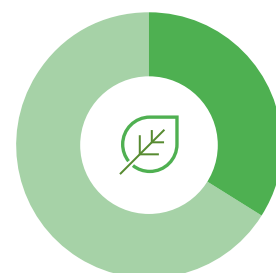
I 2019 har vi gjennomført 132 bærekraftstiltak på eksisterende produkter. I diagrammene ser man tiltak vi har gjort innenfor de ulike bærekraftsområdene helse, etikk, emballasje og miljø, og hvordan dette fordeler seg på de ulike merkene våre. På de neste sidene i rapporten beskriver vi et utvalg av disse tiltakene.



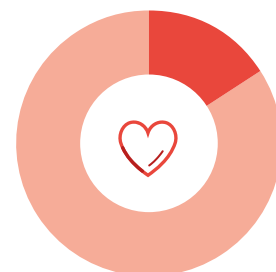
Bærekraftstiltak fordelt på område



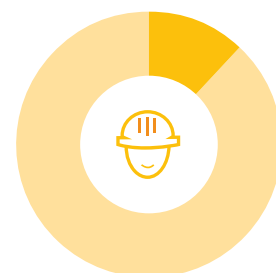
Emballasje
46 tiltak



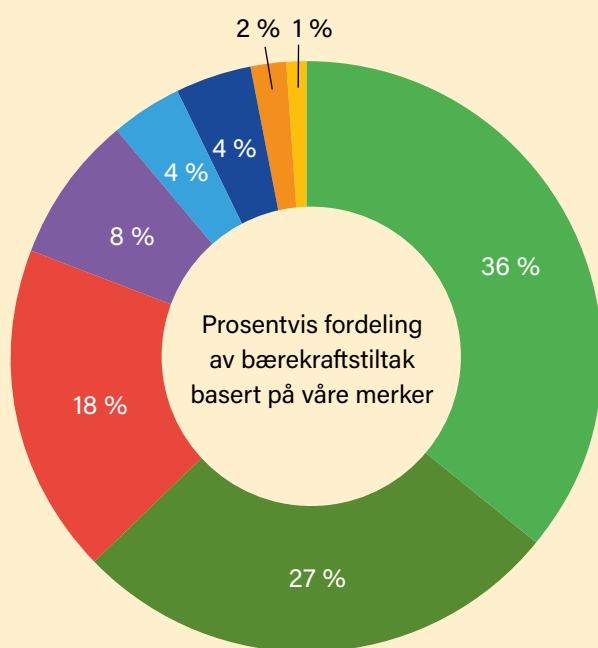
Miljø
34 tiltak



Helse
28 tiltak



Etikk
12 tiltak



Sammen for bedre folkehelse

Verdens helseorganisasjon anser reduksjon av saltinntaket i befolkningen som et av de mest kostnadseffektive tiltakene for en bedre folkehelse. Våren 2014 lanserte derfor Helsedirektoratet en tiltaksplan for å redusere saltinntaket i befolkningen. Hovedmålet var å redusere saltinntaket med 15 % innen 2018 og 30 % innen 2025.

For å få dette til ble Saltpartnerskapet etablert høsten 2015. Et forpliktende samarbeid mellom matvarebransjen, serveringsbransjen, forskningsmiljøer, bransje- og interesseorganisasjoner og helsemyndighetene. Det ble utarbeidet en avtale hvor samarbeidspartnerne forpliktet seg til å redusere saltinnhold i matvarer og servert mat.

Det ble satt saltmål for fem kategorier; kornvarer, kjøttprodukter, fiskeprodukter, andre matvarer og meieri og spise fett.

For hver kategori ble det laget undergrupper med egne saltmål. Disse ble kalt for saltlister.

Bransjen har nå gjennomført første periode med saltreduksjon fra 2015-2018. For Unil hadde vi per 2018 817 produkter som omfattes av saltlistene. Vi har gjennom godt samarbeid med leverandører jobbet systematisk med å fjerne eller redusere salt gjennom flere år. 92 % av våre produkter var i 2018 i henhold til eller under saltmålene.

SAMARBEID FOR Å REDUSERE SALT I KJØTTPRODUKTER

67 % av våre kjøttprodukter var innenfor saltmålene i 2015. Dedikerte medarbeidere og samarbeidsvillige leverandører har bidratt til at 98 % (186 produkter) av alle kjøttprodukter var innenfor saltmålene ved utgangen av 2018.

Eksempler på produkter vi i perioden har redusert tilsatt salt og produkter som er lansert i henhold til saltmålene:



Tiltak:
Fjernet alt tilsatt salt i våre deiger
Effekt:
ca. 19 tonn** mindre salt til folket



Tiltak:
Reduserte tilsatt salt i to baconvarianter med 21 %
Effekt:
2,8 tonn*** mindre salt til folket



Tiltak:
Lanserte fem varianter av Folkets pølser i henhold til saltmålet i 2017

2015

2016

2017

MÅL 2020

Alle våre produkter med mål i saltlistene skal være innenfor saltkravet i 2020.

STATUS

På god vei

I 2019 var 74 % av våre produkter i henhold til eller under saltmålene (nye mål 2019-2021).

VEIEN VIDERE

Målet er å redusere mengde salt med ytterligere 5 % i alle kategorier sammenlignet med forrige periode. Unil deltar i to av arbeidsgruppene, «Kjøttprodukter» og «Andre matvarer». Vi har nå kartlagt alle våre produkter innenfor dagligvare og storhusholdning med hensyn til de nye saltlistene og foreløpig er 74 % av produktene i henhold til disse målene.

I 2019 reduserte vi ikke salt i like mange av våre produkter som årene før. Derimot lanserte vi 60 nye produkter hvorav 87 % av disse allerede er i henhold til de nye saltmålene.



Tiltak:

Reduserte tilsatt salt med 16 % i fårepølse og 18 % i morrpølse

Effekt:

688 kg**** mindre salt til folket

2018

**** Basert på 2018 salgsvolum



Vi har redusert salt i fredagstacoen

I 2019 har vi samarbeidet med vår produsent av tacokrydder for å redusere tilsatt salt i First Price Tacokrydder med nesten 40 %. Tacokrydderet finner du også i First Price Taco Dinner Kit. Effekt: 6,9 tonn mindre salt til folket*.



Vi har lansert vår første ferdigrett med Nøkkelhullet

Våren 2019 kunne vi stolt presentere Fersk og Ferdig Skikkelig Digg Kylling Szechuan, vår første ferdigrett med Nøkkelhullet.

* Basert på 2019 salgsvolum

Vårt plastløfte

I 2019 iverksatte Unil flere tiltak for et mer bærekraftig plastforbruk, både på emballasje og produkt. Vi har etablert klare mål for plast og plastemballasje, deltatt i flere bransjefora og initiativer, samt påbegynt arbeidet med å forbedre en rekke produkter.

VÅRE MÅL FOR ET MER BÆREKRAFTIG PLASTFORBRUK

Som en betydelig leverandør inn til norsk dagligvarehandel og storhusholdningsmarkedet har vi ansvar for å sikre et ansvarlig forbruk av plastemballasje i vår produktportefølje. Plastemballasje har en viktig funksjon i å beskytte produkter, særlig matvarer. Plastemballasjen forlenger matens holdbarhet og kvalitet, og er et viktig redskap for å unngå matsvinn. Vi kan likevel bli bedre på å fjerne unødvendig plastemballasje på produkter.

Samtidig er plastemballasjen en kilde til miljø- og klimautfordringer både i Norge og globalt. Vi har satt flere mål for å sikre et bærekraftig plastforbruk. Disse målene legger tydelige føringer for vårt arbeid med å optimalisere emballasjen; nemlig i å vareta emballasjens funksjon, og samtidig sørge for at den etterlater et minst mulig fotavtrykk på miljøet og klimaet.

PLASTTILTAK

For å nå våre mål og holde vårt løfte til samfunnet, jobber vi aktivt med å optimalisere våre produkter og vår emballasje. Vi er godt i gang og i løpet av 2019 har vi fjernet og redusert plastemballasje, endret fra jomfruelig plast til resirkulert plastemballasje og økt andelen biobasert plastemballasje på en rekke produkter. Totalt utgjør disse tiltakene en helårseffekt på ca. 100 tonn (basert på salgstall fra 2019) reduksjon av jomfruelig fossil plast, på tvers av produkter og emballasje.

Økologisk Eldorado Basmati- og Jasminris – design for gjenvinning og fjerning av plast

Emballasjen på Eldorado Basmati- og Jasminris er nå laget av kartong. Før var den i en plastsammensetning som ikke kunne materialgjenvinnes. Ved å erstatte plast med kartong bidrar vi til økt materialgjenvinning og har redusert unødvendig plastemballasje med omtrent 2 tonn.



MÅL

Gjennom vårt plastløfte skal vi:

1. Redusere unødvendig plastemballasje
2. Bidra til økt materialgjenvinning
3. Redusere plastforsøpling
4. Bidra til økt bruk av plast fra bærekraftige fornybare kilder

STATUS

På god vei

LilleGo Bleie – bruk av fornybare råstoffer (bioplast) i plastemballasjen

Emballasjen i Lille Go' bleier består nå av en betydelig andel bioplast. Bioplasten kan materialgjenvinnes. Ved å benytte bioplast bidrar vi til økt bruk av plast fra fornybare kilder og sparer miljøet for ca. 10 tonn jomfruelig fossil plastemballasje.

Unik RentHjem – bruk av resirkulert plastmateriale

I 2019 lanserte vi Unik RentHjem. Rengjøringsserien har et tydelig fokus på miljø, og plastflaskene er laget av resirkulert plast. Helårseffekten ved å benytte resirkulert materiale er en besparelse på omtrent 32 tonn jomfruelig fossil plast. Det gjenstår kun å endre til resirkulert materiale i korkene på flaskene som vi jobber tett med vår leverandør for å få til.



Vi har signert Plastløftet

Våren 2019 signerte vi Plastløftet i regi av Grønt Punkt Norge. Ved å signere Plastløftet har vi forpliktet oss til å:

1. Øke bruken av resirkulert plast
2. Unngå unødvendig bruk av plast
3. Designe for gjenvinning



"Når store selskaper som Unil viser ansvar ved å signere Plastløftet er det veldig viktig. Skal vi nå EU sine plastmål mot 2025 og 2030 må vi samarbeide. At Unil går foran, viser vei og gjør endringer på sin emballasje, er faktisk også med på å fremskynde etterspørselen etter gjenvunnet materiale i emballasjen. Vi er derfor takknemlig for mange gode emballasjeeksempler og stort engasjement i 2019."

Arve Martinsen, Grønt Punkt Norge

For Unil er Plastløftet en viktig arena for å dele erfaringer og diskutere løsninger på dagens utfordringer med andre viktige aktører i verdikjeden. Gjennom faglige samlinger legger Plastløftet til rette for kompetanseheving. Det er avgjørende for at vi skal kunne nå våre mål og løfter til samfunnet.

Et felles veikart for sirkulær plastemballasje

I 2019 ble «Veikart for sirkulær plastemballasje i Norge» lansert av Forum for Sirkulær Plastemballasje. Gjennom deltagelse på forumets faglige samlinger og workshops har Unil sammen med andre store bedrifter, organisasjoner og forskningsinstitusjoner, bidratt i utarbeidelsen av Veikartet.

Forumet ble etablert for å mobilisere en felles innsats for å fremme økt sortering, materialgjenvinning og bruk av resirkulert plastemballasje. En viktig motivasjon for arbeidet er å bidra til å forebygge marin forurensning ved å sikre at plastemballasje blir en del av et sirkulærøkonomisk system og ikke havner på avveie i naturen.

Veikartet er et resultat av et unikt samarbeid mellom flere ulike aktører, og representerer et felles budskap til omverdenen; dersom man skal nå målene for sirkulær plastemballasje kreves det en innsats fra både myndigheter, kompetansemiljøer og næringslivet. Vi kommer til delta i nye prosjekter i regi av Forum for Sirkulær Plastemballasje inn i 2020.

TIDLIG UTE MED IMPLEMENTERING AV EU DIREKTIV FOR ENGANGSPLAST

I 2019 ble Direktivet for engangsplast vedtatt av EU. Direktivet vil påvirke vår produktportefølje, men vi er i forkant og har allerede igangsatt en rekke tiltak for å etterleve de nye kravene.

EU-direktivet stiller ambisiøse krav som skal bidra til å redusere miljøkonsekvensene av engangsartikler av plast og drive fram overgangen til en sirkulær økonomi. Et av de strengeste kravene er omsetningsforbudet av engangsprodukter i plast som lett havner i naturen og som står for majoriteten av plastforurensningen på europeiske strender.

Det er fortsatt uklart nøyaktig når omsetningsforbudet vil bli iverksatt i Norge. Vi ønsker likevel å gå foran og være tidlig ute med å forhindre at plast havner på avveie i naturen. Vi er derfor på god vei med å erstatte flere av produktgruppene med mer miljøvennlige alternativer.



Visste du at sirkulærøkonomi handler om å sikre at de råvarer og ressurser vi tar i bruk forblir i økonomien og brukes om igjen i et kretsløp? Sirkulær økonomi er kort sagt det motsatte av et «bruk og kast»- samfunn.

UTFASING AV ENGANGSPLAST



OPPNÅDD. Vi har ingen bomullspinner med plast i vårt sortiment. I 2016 byttet vi plast til papp på First Price Bomullspinner. Les mer om dette i bærekraftsrapporten for 2016.



PÅ GOD VEI. I 2019 kom vi i mål med å bytte ut alt vårt Unik-bestikk i dagligvare fra plastmateriale til trevirke. Totalt gir dette en estimert årlig plastbesparelse på omtrent 44 tonn (gjelder både produktet og emballasjen). Det gjenstår å finne gode alternativer til plastbestikk til storkjøkkenkunder og å erstatte plastbestikk som er del av emballasjen på to take away-produkter til dagligvare. Vi har ingen spisepinner i vårt sortiment.



Å GOD VEI. Alle våre tallerkener fra Unik og First Price er laget av papp. Det er kun et produkt som har et veldig tynt plastbelegg.



PÅ GOD VEI. I 2019 kom vi i mål med å bytte ut alle våre sugerør fra plast til papp. Vi endret også emballasjen på sugerørene fra plast til papp. Totalt gir dette en estimert årlig plastbesparelse på ca. 5 tonn. For sortimentet til storkjøkkenmarkedet har sugerørene alltid vært laget av papir. Det gjenstår å finne alternativer til plastsugerør som er en del av emballasjen på to drikkevarer.



OPPNÅDD. Vi har ingen ballongpinner eller rørepinner på egen merkevare, verken i sortiment til dagligvare eller storkjøkkenholdning.



IKKE OPPNÅDD. Vi har tre varianter av Unik varmmatbokser i EPS (ekspandert polystyren) i sortimentet til storkjøkkenmarkedet. Vi arbeider aktivt med å finne alternative løsninger.



OPPNÅDD. Vi har ingen produkter eller emballasje laget av oxo-nedbrytbar plast.



Vi utfordrer emballasjen i dyrematkategorien

I 2019 lanserte Unil en ny serie med dyremat kalt Fauna. Fauna består av produkter som inkluderer ulike varianter av både tørr- og våtfôr til hund og katt, lakseolje og griseører. Produktene er nøye sammensatt for å sikre god ernæring for kjæledyrene våre og det er lagt fokus på råvarenes opprinnelse og kvalitet.

I tillegg til nøye utvalgte ingredienser, har vi også utfordret oss selv på valg av emballasje. Dette gjelder særlig Fauna sine våtfôrprodukter som vi har valgt å pakke i kartong. Ved å bruke kartong velger vi bort den tradisjonelle metallhermetikken, som er mye brukt på tilsvarende produkter. Den rektangulære formen til kartongen er godt tilpasset butikkhyllene og sørger for effektiv pallutnyttelse og transport. Kartongen er også hovedsakelig laget av fornybar råvare, trevirke, som i tillegg er FSC-sertifisert. Dette, og flere andre faktorer, gjør at kartongen har et betraktelig lavere klimafotavtrykk enn metallboksen.

Les mer om vårt mål og arbeid om å fase ut metallhermetikken på våre hjemmesider.

Små tiltak gir store miljøbesparelser

Lageret vårt i Våler er stort. Det har et areal på hele 22 000 kvadratmeter, har et av landets største solcelleanlegg og håndterer 970 000 paller i året. Store og små tiltak på lageret får stor effekt. Gjennom 2019 har lageret, i samarbeid med kategori- og innkjøpsavdelingen, emballasjeteamet og leverandører gjort en rekke «små» tiltak som har stor miljøeffekt.

MAISBOKSER MED REDUSERT EMBALLASJE FRA LEVERANDØR TIL LAGERET

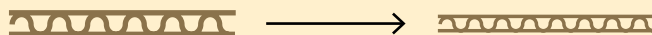
Som et resultat av samarbeid mellom lageret, kategori- og innkjøp og leverandør har vi fjernet plasten rundt distribusjonsforpakningen på Eldorado mais 3-pakk. På lageret blir maisboksene pakket om i det vi kaller displayer som leveres til butikk. Emballasjereduksjonen gjør det noe langsommere å tømme containeren når varen ankommer lageret, men den tapte tiden innhentes da det går mye raskere å pakke displayene på pakkeriet.

Den største besparelsen er for miljøet, med en betydelig reduksjon av plast- og pappbruk. I 2019 ble det totalt spart 10,6 tonn plast, men også 5,7 tonn papp som resultat av tiltaket.

NÅR MILLIMETEREN TELLER

Ansatte på pakkeriet i Våler har øye for detaljer. I 2019 så vi på pappdisplayet for hermetikk som blir brukt i butikk. Vi så at det var muligheter for å redusere tykkelsen på

bølgepappen som gir bæreevnen til pappen. I samarbeid med Glomma Papp testet vi forskjellige alternativer og kom frem til en ny type bølgepapp som kun er 1,5 mm og med samme bæreevne som den tidligere pappen på 3 mm.



1,5 mm papptykkelse gir 50 % emballasjebesparelse, effektiviserer lagerkapasitet, reduserer transportbelastning og avlaster ansatte som daglig jobber med bretteing av pappen.

PLASTFILM I NY DRAKT

Når varene ankommer lageret, blir de ofte pakket om på paller og surret inn i plastfilm før de reiser videre til lagerplassen sin. I 2019 så vi behovet for å finne en ny plastfilm av bedre kvalitet og med et lavere miljøfotavtrykk. Vår nye plastfilm er 15 my tykk, dvs. 5 my tynnere enn forgjengeren. Dette gir oss en årlig besparelse av plastforbruk på 9,3 tonn og en CO₂-besparelse på 21,3 tonn.





**Visste du at 10,6 tonn plast
tilsvarer over 1 million
halvliter brusflasker?**

SATSING PÅ ENERGILEDELSE GIR MILJØGEVINSTER

Unil har i 2019 spesielt fokusert på å redusere strømforbruket på eget lager. Vi har med støtte fra ENØK-senteret i Ørsta startet et program for energiledelse. Energiledelse dreier seg om samspillet mellom mennesker, teknologi og organisasjon. Tanken er at effektiv energiutnyttelse kan sikre optimal produksjon og bruk av energi i virksomhet. Dette går ut på mer effektiv styring, kontroll på forbruket og at alle ansatte bidrar til et redusert forbruk.

I løpet av høsten 2019 har vi også bygget om varmeløsningen på lageret. Fremover skal vi kunne benytte restenergi fra eget prosessanlegg til blant annet oppvarming. Dette vil være en ren nettobesparelse i strømforbruk, med ca. 300.000 KWh redusert strømforbruk i året.



Se lukt smak

Ifølge Avfall Norge kaster hver innbygger i gjennomsnitt 42,6 kg mat per år. En kartlegging utført av matvett.no viser at holdbarhetsdato er hovedårsaken til at matsvinn oppstår. Vi oppfordrer forbrukere til å bruke sansene gjennom «Se, lukt, smak»-symbolet. Dette finner man nå på ca. 100 produkter fordelt på ulike merkevarer i NorgesGruppens-butikker. I 2019 har vi også lansert symbolet på kjøttprodukter for storhusholdning.

Matsvinn

I egen virksomhet er vårt mål å redusere matsvinn på lageret med minst 25 % innen 2020. Dette oppnådde vi i allerede i 2017. I 2019 lå matsvinnet an til å bli 36 tonn, 10 % lavere enn 2018. Fordi vi måtte destruere et produkt som det ikke lot seg gjøre å donere bort ble matsvinnet i 2019 noe høyere enn forventet. I 2019 har vi etterkommet strengere krav til sortering av emballert matavfall, hvor det skilles på matavfall emballert i glass og metall og øvrig matavfall. Resultatet er bedre systemer for å håndtere matavfallet i prosesseringsanlegget. I 2019 ga Unil mat tilsvarende 25 000 måltider til Matsentralen. Matsentralen er en veldedig forening som bekjemper matsvinn og hjelper mennesker som har behov for felleskap og mat.

Sukkeravgiften justeres for å unngå matsvinn

Høsten 2019 ble det klart at regjeringen fritar matgaver til veldedighet for avgifter knyttet til sjokolade- og sukkervarer, alkoholfrie drikkevarer, drikkevareremballasje og sukker.

Tidligere har flere produkter blitt destruert på grunn av sukkeravgifter. I 2019 utgjorde det rundt 18 tonn mat som kunne ha vært donert bort. Når endringen trer i kraft, ser vi fram til å ytterligere redusere matsvinnet, og øke mengden donasjoner til Matsentralen.

Enkle og trygge miljøvalg



Det finnes mange stoffer som er tillatt av myndighetene, men som ikke nødvendigvis er det beste for miljøet. Som forbruker er det vanskelig å vite om man tar et miljøvennlig valg når man ikke alltid forstår hva produktet inneholder.

Vi har i mange år hatt et samarbeid med Svanemerket, for å sikre at vi som leverandør tar mer miljøvennlige valg. Svanemerket er det offisielle miljømerket i Norden. Målet med Svanemerket er at forbruk og produksjon skal belaste miljøet mindre. Når kravene fastsettes, vurderes alle relevante miljøproblemer i hele livssyklusen til produktene fra råvarerproduksjon, foredling, bruk, til avhending og resirkulering.

Svanemerket fremmer bærekraftig bruk av ressurser, gjenvinning og ombruk og reduserer avfallsmengdene i alle deler av produktenes og tjenestenes livssyklus.

Svanemerket går gjennom alle ingrediensene i våre svanemerkede produkter for å kontrollere at vi følger deres strenge krav. De besøker også fabrikkene for å kontrollere at produksjonen foregår i henhold til kravene.* Dette er et av våre tiltak for miljøet, og pr 2019 har vi 105 produkter med Svanemerket.

I 2019 lanserte vi 12 produkter med Svanemerket. For at produktene våre skal ha en mindre belastning på miljøet har vi jobbet med å bytte ut eksisterende produkter med Svanemerkede produkter.

* Kilde: Svanemerket.no

MÅL 2020

Vi skal øke salg av etikk- og miljøsertifiserte produkter.

STATUS

Oppnådd

12 % økning i 2019. 45 % økning siden nullpunktsåret i 2015.

Servietter

37

Toalett papir og kjøkken papir

17

Produkter til baby

13

Levende lys laget av stearin

12

Alle rengjøringsprodukter hus og hjem

7

Tøyvask

6

Bakepapir og bakeark, mellomleggspapir og matpapir

4

Opptenningsbriketter

3

Papptallerkner

2



I grafen over ser man Unils svanemerkede produkter per 31.12.2019 fordelt til ulike kategorier. I løpet av 2020 lanseres fem varianter av Svanemerkede batterier fra First Price.

HVOR KAN VI TA ET STØRRE ANSVAR?

Vi ser at innenfor personlig pleie (såpe, sjampo, hudpleieprodukter o.l.) er det lite svanemerkede produkter. Siden renseanleggene i Norge ikke er bygget for å fjerne kjemikalier vil disse gå rett ut i havet, og i mange tilfeller være giftig for liv i vann. Her bør både vi og bransjen ta grep for mer miljøvennlige produkter.



Bevissthet og miljøansvar hos leverandører

Som et ledd i vår strategi om å redusere vår totale miljøbelastning, har vi satt krav til at alle våre non-food leverandører skal være miljøsertifiserte. I 2019 var 49 % av disse sertifisert.

For Unil betyr dette en økt grad av trygghet for at våre leverandører er bevisste sitt miljøansvar og at de jobber for å redusere egne miljøpåvirkninger.

Det kan for eksempel innebære arbeid med reduksjon og rensing av utslipp, bevisste valg av kjemikalier og andre råvarer, økt grad av materialgjennbruk, avfallsminimering og reduksjon av støy til omgivelsene.

Investering og gjennomføring av ulike miljøtiltak kan være kostbart for en leverandør på kort sikt, men kan gi betydelige økonomiske besparelser på lengre sikt. Det kan også bidra til konkurransefortrinn i anbudskonkurranser og gjøre virksomheten mer attraktiv for potensielle nye kunder.

Unil bidrar til å bevare skogen

2019 var et år der store deler av verdens regnskoger stod i brann og ble rasert på grunn av blant annet avskoging. Konsekvensene av at regnskog og andre skogsområder ødelegges er svært alvorlige. Ifølge Regnskogfondet skjer 10-15 % av verdens klimagassutslipp i forbindelse med avskoging. Klimaet påvirkes ved økte temperaturer og ustabilt vær. Biomangfold forsvinner og mennesker mister sine hjem.

Det er viktig å vite at det ikke er for sent å redde regnskogen og andre viktige skogsområder. Det er en stor oppgave som krever samarbeid på lokalt og globalt nivå mellom myndigheter, næringsliv på tvers av bransjer, lokal befolkning og sivilsamfunn.

I vår bransje har avskoging vært et prioritert fokusområde i flere år. Vi vet at flere av våre produkter har hatt og kan ha, direkte og indirekte påvirkning på avskoging, både av regnskog og andre viktige skogsområder.



Unil har forpliktet seg til å sikre at våre produkter ikke direkte eller indirekte bidrar til avskoging. Det med spesielt fokus på å stanse all avskoging forbundet med kvegdrift, soya, trevirke og palmeolje. Vi har i tidligere bærekraftsrapporter skrevet om vårt arbeid med palmeolje og vårt indirekte soyaforavtrykk.

I 2019 har vi jobbet med å få flere produkter merket med sertifiseringsordningen Forest Stewardship Council® (FSC®). FSC-merket er forbrukers sikkerhet for ansvarlig skogdrift. Det betyr at produkter er laget av trær fra FSC-sertifiserte skoger og andre ansvarlige kilder, uansett hvor de kommer fra og hvor mange ledd det er mellom treets opprinnelsessted og produktets utsalgssted.

BÆREKRAFTIG SKOGFORVALTNING

Flere av våre produkter stammer fra trær. For å få dopapir, tørkerull, pappsugerør, papptallerkener og trebestikk i butikkhyllene er vi avhengig av skog. For å bevare verdens skoger er det kritisk at alle aktører aktivt bidrar til en bærekraftig skogforvaltning. Dette gjør Unil blant annet ved å FSC-sertifisere våre produkter.

FSC er en internasjonal organisasjon som setter standarder for bærekraftig forvaltning og drift av verdens skoger. Ingen av verdens skoger er helt like. Det betyr at de ikke kan drives på samme måte. FSC utvikler derfor nasjonale standarder som er tilpasset lands spesifikke forhold i samarbeid med relevante lokale aktører.

Likt og ufravikelig for alle land er FSCs ti grunnprinsipper for ansvarlig skogdrift. De tar for seg blant annet overholdelse av lover, arbeidsforhold, urfolksrettigheter, forhold til lokalsamfunn, skogens ytelser, miljøpåvirkning og bevaringsverdier. Siden 1993 har FSC sertifisert over 200 millioner hektar skog i over 80 land.

I 2019 har vi fått
FSC-merking på UNIK
papirsugerør, alle
pappbegere, matpapir,
mellomleggs-papir,
bakeark og bakepapir.



Symbolet for
bærekraftig skogbruk

Vi støtter brasilianske bønder med å produsere mer bærekraftig soya

2019 støttet vi, som i 2018, produksjon av bærekraftig soya i det sårbare Cerrado-området i Brasil gjennom kjøp av ikke-genmodifiserte soyasertifikater fra Roundtable on Responsible Soy (RTRS). Basert på vårt estimat på bruk av soya i fôr benyttet på importert kjøtt har vi kjøpt 623 sertifikater.

Les mer om Unils «soyafotavtrykk» i bærekraftsrapportene for 2017 og 2018.



Vern av regnskogens majestetiske paranøtter

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. Ødelegges regnskogen forsvinner paranøttreet og dermed paranøttene vi handler i butikken.

For skogfolket og urbefolkningen i Amazonas er paranøtten en viktig inntektskilde. Mange lever av sankingen av skogens ressurser og inkludert paranøtten. 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, slik at paranøtter fortsatt kan santes.

For hver pose Eldorado Paranøtter som selges i butikk, går kr. 5,- til Regnskogfondet og arbeidet med vern av regnskog.

I 2019 solgte vi 70 000 poser Eldorado Paranøtter. Det vil si ca 350 000,- i støtte til Regnskogfondet.



Alle som bidrar til vår verdiskapning skal ha anstendige arbeidsforhold

Unil har en global verdikjede med 539 førsteleddsleverandører i 41 land. Vårt totale produksjonsnettverk, fra råvareuttak til produksjon og pakking, er enda større. Det betyr at det er hundretusenvise av mennesker som jobber i fabrikker, på plantaser og gårder hvor våre varer blir produsert. Det er viktig for oss at menneskene som bidrar til verdiskapningen vår får sine rettigheter respektert og har en trygg arbeidshverdag.

Med 118 av våre leverandører og produsenter i definerte risikoland er langsiktig samarbeid med leverandører og lokale organisasjoner avgjørende i arbeidet med å sikre gode arbeidsforhold.

Vi utfører løpende risikovurdering av vår egen og våre leverandørers påvirkning på arbeidsforhold. Slik identifiseres og prioriteres de områdene der brudd på menneske- og arbeidstakerrettigheter er alvorligst. Planer for oppfølging av prioriterte områder blir definert i samarbeid med leverandører. Med utgangspunkt i risikovurderinger utvikler vi interne retningslinjer for produktutvikling og optimalisering for å håndtere risiko. Et eksempel på råvarenivå er at all kakao og kaffe skal være enten Fairtrade- eller UTZ-sertifisert.

UTFORDRINGER OG MULIGHETER I VÅRE LEVERANDØRKJEDER

Vi har identifisert og prioritert en rekke utfordringer knyttet til arbeidsforhold i vår verdikjede. Blant annet for migrantarbeidere i Thailand, i risproduksjon i Pakistan og jordbruk i Sør-Europa hvor vi jobber i felleskap med

internasjonale og lokale partnere for å bedre forholdene. Våre leverandører i risikoland har generelt en rekke utfordringer knyttet til arbeidsforhold. Utstrakt bruk av overtid, lave lønninger, mangelfull utbetaling av sosiale goder og undertrykking av retten til fri organisering og kollektive forhandlinger er områder hvor vi systematisk må samarbeide med leverandører om forbedringer.

Les mer om vårt arbeid med risikohåndtering av arbeidsforhold i verdikjeden i vår årlige rapport til Etisk handel Norge. Rapporten finner du på www.unil.no.



**First Price Instant kaffe
ble i 2019 UTZ-sertifisert.**

MÅL 2020

Vi skal sørge for at alle våre leverandører i risikoland har en aktiv sosial revisjon i BSCI/ Sedex eller tilsvarende.

STATUS

På god vei

I 2019 hadde 83 % av våre leverandører i risikoland en aktiv sosial revisjon.



FAIRTRADE KAKAO I JACOBS UTVALGTE LAKRISKULER

I 2019 re-lanserte vi Jacobs Utvalgte lakriskuler med Fairtrade-sertifisert kakao. Fairtrade er en internasjonal merkeordning som styrker bønder og arbeidere i fattige land gjennom handel ved å stille sosiale, økonomiske og miljømessige krav. Med Fairtrade-sertifisering følger et sett av kriterier som sikrer bønder bedre priser for sin kakao og et prispremium (øremerket sum) som ofte investeres i utdanning og skolestipend.

Kakao er en av verdens mest omsatte råvarer og er forbundet med høy risiko. Ifølge Fairtrade dyrkes ca. 90 % av verdens kakao av småskala bønder, hovedsakelig i Elfenbenkysten og Ghana. Omtrent 5,5 millioner mennesker lever av kakaodyrking. Barnearbeid er utbredt, inntektene lave og klimaendringer truer tilgangen til kakao.



Unikt samarbeid for bærekraftig sourcing etablert

Unil er med i den nordiske innkjøpsgruppen United Nordic sammen med svenske Dagab (Axfood), Martin og Servera og danske Dagrofa. Vi samarbeider om anskaffelser på felles produktkategorier for å oppnå bedre kvalitet, bærekraft og pris gjennom større volum. I løpet av et år gjør United Nordic ca. 120 anskaffelser, hvorav flere fra risikoland eller av risikoråvarer.

I United Nordic har vi et bærekraftsteam som består av bærekraftsansvarlige i de ulike selskapene. I 2019 etablerte vi en ny felles rutine for pre-kvalifisering på menneske- og arbeidstakerrettigheter for leverandører som ønsker å kvalifisere seg til å delta i anbudsrunder. Gjennomføringen av pre-kvalifiseringene fordeles på teammedlemmene som utfører evalueringen av leverandørene på vegne av alle.

I pre-kvalifiseringen må leverandørene redegjøre for hvordan de jobber for å etterleve våre felles retningslinjer for etisk handel, hvordan de håndterer risiko i egen leverandørkjede og hvilke sertifiseringer de har på plass. Teamet har mandat til å ekskludere leverandører fra å kunne delta i anbudsprosesser dersom de ikke møter kvalifiseringskravene på bærekraft. I 2019 gjennomførte vi pre-kvalifiseringer på 80 leverandører fordelt på 11 risikokategorier.

Gjennom samarbeidet får vi mulighet til å belønne leverandører som kan dokumentere sitt arbeid med å sikre gode arbeidsforhold gjennom mulighet til å delta i anbudsrunder.



Økt kunnskap om egne rettigheter

Uten kunnskap om egne rettigheter har ikke arbeidere i våre verdikjeder mulighet til å stille krav til sine arbeidsgivere om bedre arbeidsforhold. Fabrikkleidelsen må også forstå hvorfor det lønner seg å respektere rettigheter, og at fornøyde arbeidere ofte fører til bedre kvalitet og mer stabilitet.

Unil har de siste årene samarbeidet med den svenske organisasjonen Quizrr for å bidra til at våre leverandører gir opplæring i rettigheter til sine ansatte. Quizrr har utviklet en innovativ og effektiv opplæringsmetode som benytter korte filmer og flervalgsspørsmål på nettbrett. Dette er en digital løsning som engasjerer arbeidere og gir fabrikker et fleksibilitet verktøy for opplæring. Gjennom en nettportal får Unil oppdaterte resultater fra opplæringen etterhvert som den blir gjennomført. Det gir oss, i samarbeid med den enkelte fabrikken, mulighet til å følge opp på områder hvor vi ser kunnskapsnivået er lavt.

MIGRANTARBEIDERE I THAILAND HAR ØKT KUNNSKAP OM SINE RETTIGHETER

FN har estimert at det i Thailand finnes 3,9 millioner dokumenterte og udokumenterte migrantarbeidere

(UN-Migrant Report 2019). De fleste er fra Kambodsja, Myanmar, Vietnam og Laos. Migrantarbeidere sikrer arbeidskraften og bidrar til økonomisk vekst, men forholdene for migrantarbeidere har i en årrekke vært kraftig kritisert og vist seg i mange tilfeller å være moderne slaveri. Moderne slaveri er et begrep som brukes til å beskrive former for tvangsarbeid.

Siden 2017 har Unil deltatt i et nordisk bransjesamarbeid for å bidra til bedre forhold for migrantarbeidere i den thailandske næringsmiddelsektoren. Sammen med Axfood, Coop Sverige, CPF Denmark, ICA, Martin & Servera, Menigo, Norvida, S Group Finland og Quizrr har Unil, som eneste norske aktør, finansiert utviklingen av et målrettet digitalt opplæringsprogram for thailandske fabrikkarbeidere generelt, og migrantarbeidere spesielt.

MÅL 2020

Vi skal bidra til minst ett bærekraftsprosjekt pr. år.

STATUS

Oppnådd

I 2019 hadde vi 7 løpende bærekraftsprosjeKter.



I 2019 har totalt 3312 personer på 17 fabrikker i Thailand og Kina gjennomført opplæring i rettigheter.

LOVENDE RESULTATER ETTER PILOT

I 2019 ble det nyutviklede opplæringsprogrammet pilotert på ti fabrikker. Opplæring er utviklet på tre språk; thai, khmer og burmesisk, og kan gjennomføres individuelt eller i små grupper. Temaer som dekkes er ansettelsespraksis (rekruttering, kontrakter, tilbakehold av dokumenter), rettigheter (lønn og goder, arbeidstid, overtid og ferie), dialog på arbeidsplassen og ledelsessystemer. 2288 (1539 thailendere, 540 burmesere og 223 kambodsjanske) ansatte inkludert ledelsen, mellomledere, linjeledere og arbeidere fullførte 9793 opplæringsøkter. Resultatene er lovende med en gjennomsnittlig økning i kunnskapsnivå på 10 %, fra 79 % til 89 %.

Du kan lese mer om arbeidet i rapporten fra piloten på www.unil.no

Økt bruk av Quizrr hos kinesiske leverandører

Hos mange av våre produsenter i Kina ser vi et behov for økt kunnskap om arbeidstakerrettigheter blant fabrikkledelse og arbeidere.

I 2019 brukte syv av våre fabrikker Quizrr, og 1024 personer har gjennomført opplæring i rettigheter og ansvar, dialog på arbeidsplassen og områder knyttet til lønn.



Weifang Hansen, Unils produsent av brød- og avfallsposer, om Quizrr

Vi har snakket med Mr. Fanyong Meng, CEO, Mr. Houyi Li, General Admin Manager og Mr. Frank Zhang, Sales Manager om Quizrr-opplæringen. De sier:

«Opplæringen har bidratt til bedre kommunikasjon mellom ledelse og arbeidere. Arbeiderne har en bedre forståelse av sine rettigheter, og er nå mer aktive i å fremme disse. Vi er eneste fabrikk i vårt område som tilbyr opplæringen noe som gjør oss mer attraktive for arbeidere. Det vises i at turnover av arbeidere er redusert fra 10 % i 2018 til 5 % i 2019.»

Ledergruppen er tydelig på at samarbeid med Unil som kunde er viktig når det kommer til kapasitetsbygging:

«Med Quizrr-løsningen har fabrikkene fått en forståelse at gode arbeidsforhold også er bra for virksomheten vår. Det gjør at vi tar en mer aktiv rolle i forbedringsarbeidet.»
«Det er en stabil arbeidsstokk som skaper profit, ikke bare ledelsen»

To arbeidere, Mr. Xu og Ms. Liu, har følgende å si: Mr. Xu:

«Jeg forstår nå at kommunikasjonen med ledelsen skal være basert på likeverd. Jeg kjenner nå mine rettigheter og ansvar knyttet til disse.»

Ms. Liu legger til;

«Jeg har lært at diskriminering ikke er akseptabelt.»

Den vietnamesiske cashewnøtten blir mer bærekraftig

Unil er med i et bransjesamarbeid for å bedre forholdene i den vietnamesiske cashewnøttsektoren i regi av Etisk handel Norge. For Unil gir samarbeidet med Rema 1000, Orkla, Coop, Foodman, Sørlandschips, Intersnack, Graze, Aldi, Vietnam Cashew Association, Binh Phuoc Farmers' Union, Binh Phuoc Cashew Association, SDRC, og Etisk handel Norge en styrket mulighet til å bidra til at livsgrunnlaget til cashewnøttbønder blir bærekraftig.

I 2018 gjennomførte prosjektet en kartlegging som viste at det er store utfordringer i sektoren. Disse er knyttet til bærekraftig landbrukspraksis, sprøytemidler og vannforurensing, barnearbeid, arbeiderrepresentasjon, lønn, overtid, mangel på arbeidskontrakter hos underleverandører og sporbarhet. Kartleggingen viser også at småprodusenter risikerer å få lavere priser for sine nøtter siden de er avhengig av mellommenn/oppkjøpere som krever en andel av prisen.

Mange av cashewnøttrærne i Vietnam begynner å bli veldig gamle (over 20 år). Dette gir en drastisk reduksjon i produksjonsvolumet til den enkelte bonden. Resultatet er økt import av cashewnøtter fra Afrika og Kambodsja. I prosjektet har vi identifisert at det er avgjørende å

gi bønder forutsetninger til å kultivere sine trær og landarealer for å sikre fremtidig inntekt og styrke den vietnamesiske cashewnøttsektoren. Du kan lese kartleggingsrapporten på våre nettsider.

Etter at nøttene har blitt høstet blir de sendt til prosessering. Her blir skallet fjernet og nøttene sortert. Det er ca. tusen prosesseringsanlegg som sysselsetter omtrent en million mennesker i Vietnam. På disse arbeidsplassene er det ofte problemer med dialog og samhandling mellom ledelse og arbeidere.

I 2019 har prosjektet gjennomført to hovedaktiviteter. Vi har utviklet og pilotert et opplæringsprogram for bønder som skal gi økt kunnskap og ferdigheter om bærekraftig

MÅL 2020

Vi skal bidra til minst ett bærekraftsprosjekt pr. år.

STATUS

Oppnådd

I 2019 hadde vi 7 løpende bærekraftsprosjekter.



jordbrukspraksis, arbeidskontrakter, barnearbeid og diskriminering. I 2019 er det utdannet 20 kursholdere og 120 bønder har fått opplæring. Antallet vil øke i 2020. For ledelsen på cashewprosesseringsanlegg og hos underleverandører har vi igangsatt opplæring som tar for seg arbeidstakerrettigheter og dialog på arbeidsplassen. 51 personer har gjennomført opplæringen. Tilbakemeldingene har vært gode, og en deltaker uttrykte følgende:

«Kurset har gitt meg mer nødvendig kunnskap og jeg forstår hvor viktig konstruktiv dialog mellom ansatte og ledelse er for utviklingen av virksomheten»



Hva sier den lokale fagforeningen?

Binh Phuoc Farmer's Union er bøndernes fagforening. I prosjektet gjennomfører de opplæringen for bøndene. Vi har stilt de et par spørsmål om verdien av prosjektet for fagforeningen og bøndene.

Hva er verdien av et slikt sektorsamarbeid for bøndene?

Bøndene får tilgang til ny kunnskap og ferdigheter for kultivering av sine cashewtrær. Opplæringen gir de forståelse av hvilke tradisjonelle praksiser som er feil og ikke bidrar til bedre avlinger. I tillegg får de økt kunnskap om bærekraftig landbruspraksis, hvordan de beskytter miljøet, begrense bruken av sprøytemidler og produsere trygge produkter.

Hvilke endringer ønsker dere at prosjektet skal bidra til?

At bønder har bedre forutsetninger til å dyrke gode avlinger og samtidig beskytte miljøet. At forholdet mellom prosesseringsanleggene og bøndene styrkes gjennom kooperativer og fagforeningen.

Hva er viktige tiltak Unil som kunde kan gjøre for å støtte anstendige arbeidsforhold og beskyttelse av miljøet?

Støtte opplæringsprogrammet for bøndene, prioritere å kjøpe nøtter med full sporbarhet og sette krav til leverandøren av nøttene om at råmaterialet kommer fra områder hvor det er gjort tiltak på bærekraft.



Viste du at cashewnøtten egentlig er et frø i cashewfrukten? Et cashewtre blir mellom 6 og 14 meter høyt.

Kvinneres rolle i den pakistanske rissektoren styrkes

Unil kjøper ris fra Pakistan. For risbønder i Pakistan er livet preget av fattigdom og dårlige arbeidsforhold. For å sikre gode avlinger kreves ferdigheter og kunnskap, noe bøndene ofte ikke har. Klimaforandringer og manglende kunnskap om effektiv vannforvaltning gjør at risbønder er spesielt utsatt for tørke og flom. Kvinner er spesielt sårbare, og sosiale normer i Pakistan gjør det svært utfordrende for kvinner å sikre egen inntekt eller bidra til verdiskapning.

For Unil er det viktig å kunne investere i positiv utvikling for mennesker som bidrar til vår verdiskapning. For å bedre bøndenes arbeidsforhold, samt deres forutsetninger for økt tilgang til det internasjonale rismarkedet samarbeider vi med Oxfam, Axfood, vår risleverandør Rol-Ryz, Axfoundation, de lokale ris-prosesseringsbedriftene Galaxy og Matco, lokale organisasjoner, myndigheter og bønder.

I 2019 har 15 nye bondeorganisasjoner blitt etablert i Gujranwala-distriktet i Punjabprovinsen. Disse har 50 % kvinnelig representasjon på styringsnivå og i lederroller.

I 2019 har 214 bønder gjennomført opplæring i regi av The Rice Research Institute of the Government of Punjab. Vi har også gjennomført en innledende kartlegging av fordeling av verdiskapningen; distribusjonen av verdi fra åker til butikkhylle. Hensikten var å få en bedre forståelse av hvordan verdiskapningen kan fordeles mer rettferdig. Samarbeid med sivilsamfunnsorganisasjoner som Oxfam gir Unil og de andre bedriftene mulighet til å bidra inn i langsiktige prosjekter. Oxfam utfordrer og støtter oss også i å bli en bedre kunde til våre leverandører, noe som kommer risbonden til gode.



MÅL 2020

Vi skal bidra til minst ett bærekraftsprosjekt pr. år.

STATUS

Oppnådd

I 2019 hadde vi 7 løpende bærekraftsprosjekter.

Målsettinger for GRAISEA-prosjektet 2018-2020: Målene bygger videre på arbeidet i fase en av prosjektet som ble avsluttet i juli 2018.

- Utvikle en modell som viser hvordan bedrifter og bondeorganisasjoner kan samarbeide med andre markedsaktører for å fremme en bærekraftig rissektor.
- Gjennom forbedret kultiveringsstandarder, promotering av klimatilpasningsdyktighet og bedre styrkede forhold mellom produsenter og innkjøpere bidra til å øke inntektsgrunnlaget til 2 250 småskala risbønder, hvorav 50 % av disse vil være kvinner.
- Fremme økt investering i Sustainable Rice Production-standarden, sørge for økt klimatilpasning, samt styrke kvinners økonomiske posisjon fra myndigheter og bedrifter. Dette slik at bønder kan øke produktivitet og inntekt gjennom bærekraftig praksis.



En risbondes perspektiv

Khalida Parveen, leder av bondeorganisasjon i sin lokale landsby i Sheikhpura-distriktet, Pakistan

Gjennom prosjektet har vi lært nye bærekraftige jordbrukspraksiser som vi ikke hadde kunnskap om før. Den nye kunnskapen vi har fått, videreformidler vi til andre medlemmer av bondeorganisasjonen. Nå jobber vi kvinner sammen og føler ikke skam ved å gjøre fysisk arbeid. Vi forstår jordsmonnen i vårt område og hvordan vi skal kultivere den for forskjellige typer ris.

Før var vannet i landsbyen vår ekstremt forurenset, og vi kunne ikke bruke det til noe. Vår bondeorganisasjon har nå drillet en brønn slik at menneskene i vår landsby har tilgang på rent vann. Vi har også fått opplæring i hvordan vi skal bruke beskyttelsesutstyr på hender og føtter når vi planter risen i vann.

Vi har forstått at vi må jobbe sammen som småskalabønder. Det gir oss bedre avlinger og gir oss mulighet til å bedre forholdene i vårt lokalsamfunn. Jeg har innsett at hvis jeg deler kunnskapen jeg har fått gjennom prosjektet vil det ikke bare være bra for meg og mitt lokalsamfunn, men verden for øvrig.



OXFAM





God dyrevelferd i handlekurven

I Unil har vi mange produkter som helt eller delvis kommer fra dyr, som kjøtt, fisk, egg, melk, ost og smør. For oss er det viktig å sikre at dyrene som inngår i våre produkter har det bra. I 2019 har vi ansatt en veterinær som skal jobbe med dyrevelferd.

God dyrevelferd er viktig for dyrene, for oss, for bøndene og ikke minste våre kunder. Forbrukere har blitt mer og mer opptatt av hva slags liv dyrene vi spiser har.

Dyr som vokser opp under gode forhold trives bedre. Økt trivsel hos dyrene resulterer i bedre kvalitet på produktet. Friske dyr som opplever godt dyreverner gir ofte bedre økonomi for bonden.

I land vi henter animalske produkter fra, ser vi at det i mange tilfeller ligger et godt regelverk til grunn, men at det er preget av mangelfull etterlevelse. Dette kan for eksempel være på grunn av at bønder ikke har økonomisk mulighet til å investere i god dyrevelferd, kulturelle forskjeller i syn på dyrevelferd og generell kunnskap om hva god dyrevelferd er.

For å kunne jobbe for god dyrevelferd i vår verdikjede må vi ha oversikt over ulike risikoforhold. I 2019 har vi begynt arbeidet med å kartlegge risiko knyttet til dyrevelferd i land vi handler fra og på leverandørnivå. Typiske risikoområder for dårlig dyrevelferd er transport av dyr til slakteri, stort forbruk av antibiotika og hvordan dyrene oppstalles. Gjennom samarbeid med leverandører og hyppigere gårdsbesøk skal vi sikre god dyrevelferd i henhold til våre krav.

Dyrevelferd handler om hvordan dyr har det, mens dyreverner handler om hva mennesker gjør for at dyret skal ha det bra.



Visste du at alle eggene fra First Price, Eldorado Go Eco og Jacobs Utvalgte er fra frittgående høner? Det betyr at hønene kan bevege seg fritt i et innendørs hønsehus. Go Eco økologiske høner får også gå ute.



Under vann

Bærekraftig fiske for et levende hav

Jordas hav er avgjørende for alt liv og dekker 70 % av jordas overflate. Havene regulerer klimaet, gir oss oksygen og tilgang på mat, og er levebrødet til millioner av mennesker. I dag er havene og arts mangfoldet truet av klimaendringer og overfiske. FNs mat- og landbruksorganisasjon estimerer at 33,1 % av den globale fiskebestanden er overfisket. Det er stor forekomst av ulovlig og ødeleggende fiske som truer marine bestander.

Unil har som mål at all fisk og sjømat fra risikoområder skal være MSC- eller ASC-sertifisert. Ved utgangen av 2019 var 64 % av fisk og sjømat fra risikoområder MSC- eller ASC-sertifisert.

I 2019 har vi jobbet for å sertifisere flere produkter. Vi har lansert fire MSC-sertifiserte surimiprodukter; Fiskemannen Crab Chunks, -Crabsticks og -Lob Chunks og et til storhusholdning. Alle produktene er tilgjengelig i tidlig 2020.

Marine Stewardship Council (MSC) merket er et miljømerke for fisk og sjømatprodukter. Aquaculture Stewardship Council (ASC) er et miljømerke for oppdrettsfisk og oppdrettssjømat.

Både MSC og ASC garanterer at råvaren kommer fra bærekraftig fiske og oppdrett.



ALLE TUNFISKPRODUKTER FRA UNIL ER NÅ MSC-SERTIFISERT

I 2019 er vi spesielt stolte av å ha fått First Price tunfisk i boks MSC-sertifisert. Det selges ca. 2 millioner bokser First Price tunfisk i året så dette er en viktig milepæl for Unil. Det vil si at alle tunfiskprodukter fra Eldorado og First Price nå er MSC-sertifiserte. Vi har også endret fra dobbel – til enkel pakning som resulterer i en årlig plastreduksjon på 1,3 tonn.

Det er store miljømessige og sosiale utfordringer knyttet til fangst og produksjon av tunfisk.

Unil har i flere år jobbet målrettet for å sikre at våre tunfiskprodukter er fisket og produsert på en forsvarlig måte. Blant annet ved å signere «Deklarasjonen for sporbarhet på tunfisk 2020» (Tuna 2020 Traceability Declaration) sammen med mer enn 50 ledende internasjonale sjømatelskaper.

Ved å støtte denne erklæringen forplikter vi oss til å bidra med å stoppe at urapportert og uregulert tunfisk kommer på markedet ved å blant annet fremme sporbarhet på tunfisk brukt i våre merkevarer.



Våre mål frem mot 2020

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

MÅL	STATUS 2019	KOMMENTAR
 Helse		
25 % Unils andel av NorgesGruppens totale omsetning i kategorier relevante for nøkkelhullsmerking.	32 %	OPPNÅDD. I 2019 var vår markedsandel i varegrupper hvor man kan benytte Nøkkelhullet 32 %.
3 % per år Vi skal ha 3 % økt omsetning av fisk og sjømat av våre egne merker.	4,3%	OPPNÅDD. Vi har økt omsetningen på fisk og sjømat med 4,3 % i 2019.
100 % Alle våre produkter skal være innenfor saltkravet innen 2020.	74%	PÅ GOD VEI. I 2019 ble det lansert nye saltmål for perioden 2019 – 2021.
20 % 20 % redusert salt gjennom NorgesGruppen sine kasser.	+3,9 %	IKKE OPPNÅDD. Saltandel i våre produkter ble i 2019 redusert med 0,03 % sammenlignet med 2018. Økning skyldes volumvekst i varegruppene.
10 % Vi skal redusere sukker med 10 % gjennom NorgesGruppens kasser.	12,1 %	OPPNÅDD. I 2019 hadde Unil en økning på 0,9 % i sukkervolum gjennom NGs kasser. Økning skyldes volumvekst i varegrupper. Total er reduksjonen på 12,1% siden 2016.
1 % pr. år Vi skal redusere mettet fett i hverdagsprodukter.	+4,4 %	IKKE OPPNÅDD. Vi har i 2019 hatt en 4,4, % økning i mettet fettvolum.
52 % >52 % av vår andel bakervarer i brød-kategorien skal være grove eller ekstra grove.	57 %	OPPNÅDD. 7 % av vår andel av bakevarer i brødkategorien er grove eller ekstra grove i 2019.
 Under vann		
100% All fisk og sjømat fra risikoområder skal være MSC- eller ASC-sertifisert hvis mulig.	64 %	PÅ GOD VEI. Per utgangen av 2019 var 64 % av sjømaten fra risikoområder MSC- eller ASC-sertifisert.

MÅL

STATUS
2019

KOMMENTAR



Miljø

50 %	Minst 50 % av våre non-foodleverandører skal være miljøsertifisert.	49 %	PÅ GOD VEI. I 2019 var 49 % av våre non-food leverandører sertifisert etter en miljøstandard (ISO 14001, Svanen, Bra Miljøvalg, Blå Engel, GOTS, Økotex Step).
25 %	Vi skal redusere matsvinnet på vårt lager i Våler med minst 25 %.	+177 %	IKKE OPPNÅDD. Det ble kastet 300 paller med tomatpurè i 3. kvartal 2019. Dette skyldes at analysert innhold ikke stemte overens med ingredienser og næringsinnhold. Hadde det ikke vært for at vi måtte kaste disse (ca. 243 tonn) ville vi hatt en 10 % reduksjon av matsvinn sammenlignet med 2018.
20 %	Vi skal øke salget av bærekraftige forbrukervalg, dvs. øke salget av etiske- og miljøsertifiserte produkter.	45 %	OPPNÅDD. Fra nullpunktsåret 2015 har vi økt salg av etiske- og miljøsertifiserte produkter med 45 %. For 2019 var økningen på 12 %.
100 %	Alle våre hermetikkprodukter skal over på kartong eller annen miljøvennlig emballasje innen 2022.	0 %	IKKE OPPNÅDD. En rekke prosjekter ble igangsatt i 2019. Rapportering på dette vil først skje i 2020.



Arbeidsforhold

100 %	Vi skal sørge for at alle våre leverandører i risikoland har en gyldig revisjon i BSCI (og/eller Sedex).	83 %	PÅ GOD VEI. Av våre produsenter i risikoland hadde 83 % en aktiv revisjon i BSCI/Sedex eller tilsvarende.
20/år	Vi skal gjennomføre 20 leverandørbesøk per år der bærekraft er hovedfokuset.	70 %	PÅ GOD VEI. I 2019 besøkte vi 14 leverandører hvor vi hadde fokus på bærekraft.
100 %	Alle Unils leverandører skal signere vår Code of Conduct.	36 %	IKKE OPPNÅDD. Av våre 539 leverandører har 193 signert vår Code of Conduct.



Samarbeid

Min. 1 pr. år	Vi skal bidra til minst ett bærekraftsprosjekt pr. år.	7	OPPNÅDD. I 2019 har vi bidratt til syv bærekraftsprosjekter.
---------------	--	---	---

Våre merkevarer



Eldorado tilbyr trygge produkter for gode måltider i hverdagen.



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



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



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



Fiskemannen tilbyr smakfulle og spennende fiske- 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.



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



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



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

Merke- og sertifiseringsordninger



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



EU-logoen er det offisielle økologiske merket som brukes i Europa, og er en garanti for at varen er økologisk dyrket.



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



Brødskalaen er en merkeordning utviklet for å gjøre det lettere for forbruker å se hvor grovt brødet er. Viser hvor mange prosent hele korn, sammalt mel og kli det er i brødet i forhold til total melmengde.



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



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



Fairtrade er en internasjonal merkeordning som styrker bønder og arbeidere i fattige land gjennom handel ved å stille sosiale, økonomiske og miljømessige krav. Som eneste merkeordning sikrer Fairtrade en mer rettferdig råvarebetaling.



UTZ Certified er en merkeordning for blant annet kaffe, te og kakao. UTZ-sertifisering skal sikre sporbarhet, bærekraftig jordbruk og bedre lønns- og arbeidsvilkår hos produsentene.



FSC-merket til Forest Stewardship Council (FSC) stiller krav til at skogsdriften produktet stammer fra ikke fører til avskoging, at hogsten foregår kontrollert og tar hensyn til lokalbefolkningen.



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.



Global Organic Textile Standard (GOTS) er en internasjonal sertifiseringsordning for økologiske tekstiler. Merket stiller sosiale- og miljøkrav til hele verdikjeden, også hos underleverandører.



Øko-Tex-merket er frivillig, og stiller krav til kjemikalieinnhold i ferdige tekstilprodukter. Produkter merket med Øko-Tex skal ikke inneholde allergi-fremkallende fargestoffer, klorerte fenoler, ftalater, organiske tinnforbindelser mm.



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

The Unil logo consists of the word "UNIL" in a bold, blue, sans-serif font, centered within a white circle.The Unil+ logo consists of the word "UNIL" in a bold, black, sans-serif font, followed by a stylized black plus sign, all centered within a white circle.

Om Unil

Unil er NorgesGruppens leverandør av egne merkevarer. Vi er ca. 160 ansatte og omsatte i 2019 for 8,4 mrd. kroner. Vår virksomhet omfatter blant annet import, innkjøp, produktutvikling, merkevarebygging, logistikk, salg og kvalitetssikring.

Unil forvalter en portefølje på ca. 4000 varelinjer fordelt på 10 merkevarer – varer som distribueres til butikker, restauranter, kantiner og institusjoner rundt om i hele landet. Bærekraft er nedfelt i vår overordnede strategi, og derfor har vi et av bransjens fremste fagmiljøer

innen bærekraft og rapporterer årlig på bærekraftsmål. Gjennom økt kunnskap og bevissthet skal vi minske vårt miljøfotavtrykk, bidra til etisk handel i hele verdikjeden og god helse for den enkelte.

Bærekraftsteamet



Elin Ilebekk

*Teamleder non-food,
emballasje og miljø*

elin.ilebekk@unil.no



Jorun Holme

*Fagsjef produktkvalitet
non-food*

jorun.holme@unil.no



**Einar Aassved-
Storeide**

Fagsjef bærekraftig emballasje

eaah@unil.no



Maria Hammer Hardie

Fagsjef bærekraftig emballasje

maria.hardie@unil.no



Katrine Karlsen

*(vikar til 30. juni 2020)
Fagsjef bærekraftig handel*

katrine.karlsen@unil.no



Julie Haugli Aarnæs

Fagsjef bærekraftig handel

julie.haugli.aarnaes@unil.no



Sindre Chapman

*Teamleder produktkvalitet food
(helse og dyrevelferd)*

sindre.chapman@unil.no



Stine Treider Arnesen

*Fagsjef produktkvalitet food,
helse og sunnhet*

stine.treider.arnesen@unil.no



**Ane Kristine
Christophersen**

*Senior fagsjef produktkvalitet
food og dyrevelferd*

ane.christophersen@unil.no



**Wibecke Ødegård
Johansen**

Kvalitet- og bærekraftssjef

wibecke.odegard.johansen@unil.no

Les mer om våre merkevarer og bærekraft på
www.unil.no

UNIL **UNIL+**



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