



MEDLEMSRAPPORTERING FOR Culina/Enor as

For 2017

"Initiativ for etisk handels (IEH) medlemmer har forpliktet seg til å sette i verk tiltak for å bidra til bedre forhold i egne leverandørkjeder."

Til lesere av rapporten

Etisk handel skal sikre at produksjon skjer på rettferdig, forsvarlig og lovlig vis. Initiativ for etisk handels (IEH) medlemmer har forpliktet seg til å sette i verk tiltak for å bidra til bedre forhold i egne leverandørkjeder. Til grunn for dette arbeidet ligger IEHs retningslinjer for etisk handel. Retningslinjene dekker områdene arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø og antikorrupsjon.

Medlemmene er også forpliktet til hvert år å rapportere om hvilke utfordringer de står overfor og resultatene av forbedringsarbeidet. Det er denne rapporten du sitter med nå. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

IEHs mal for medlemsrapportering ble oppdatert i 2012, blant annet for å gi et tydeligere bilde av effekten av forbedringsarbeidet. Rapporteringsmalen søker å svare på forventningene til arbeid med samfunnsansvar i FNs retningslinjer for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper, som due diligence og interessentdialog. Vi har også inkludert indikatorer for leverandørkjeden som inngår i Global Reporting Initiatives siste versjon. Når det gjelder leverandørkjeden, dekker rapporten også FNs Global Compact krav til framdrifts-rapportering.



Heidi Furustøl
Daglig leder IEH

Forord fra: Irene Gulbransen, prosjektleder og styreleder i Culina/Enor

Culina er en kjede med 11 forhandlere i storkjøkkenbransjen. Vi har siden 2008 hatt etisk handel, miljøhensyn og matsikkerhet som en integrert del av kolleksjonsutvikling, innkjøpsarbeid og drift.

En stor andel av utstyret i storkjøkkenbransjen er produsert i lavkostland. Derfor bør aktsomhetsvurderinger og kunnskap om arbeidsforhold på fabrikkene være en selvfølgelig del av kvalitetskontrollen, både for bransjens storkjøkkenleverandører og for serveringsstedene som bruker utstyret.

For alle handelsbedrifter er det et krevende arbeid å ha oversikt over leverandørkjeden og hvilke miljø- og arbeidsforhold som ligger bak produktene - ikke minst når dette skal dokumenteres. Vi har som ambisjon å vite hvor produktene fra våre hovedleverandører er produsert, kjenne til arbeids- og miljøforhold på fabrikkene og å sjekke om produktet er trygt å bruke i kontakt med mat. Dette er med i vurderingen av hvem vi ønsker å handle med, eller om vi må få til forbedringer i produksjonsleddet. Personlige møter med leverandørene, egne evalueringer, labanalyser, tredjepartsrevisjoner og fabrikkbesøk er våre viktigste metoder for å forstå om forbedringer trengs.

De siste årene har vi sett at trenden også blant våre kunder går i retning av mer bevisste valg når de handler. I kundeundersøkelsene 2017 spurte vi norske serveringssteder hvilken betydning samfunnsansvar har når de velger leverandør. 38 prosent svarte "Svært mye - vi handler bare av leverandører som tar samfunnsansvar ..." Halvparten av kundene svarte "Mye - vi foretrekker leverandører som tar samfunnsansvar...", mens drøyt 10 prosent mener samfunnsansvar har "Mindre betydning - vi vektlegger andre forhold...". Kundene har tydeligere krav og høyere bevissthet overfor miljø og matsikkerhet enn til etiske produksjonsforhold og vi merker i det daglige salgsarbeidet at det fortsatt er en avstand mellom politisk korrekte svar og etiske innkjøp i praksis.

Samtidig får vi flere henvendelser enn noen gang fra kunder som spør etter produktenes opprinnelse, miljø- og produksjonsforhold og om matsikkerhet. Alt fra store innkjøpskjeder som NHO Reiseliv til små barnehager og bakerier har samfunnsansvar på agendaen. Det er bra! For etterspørsel fra sluttmarkedet er en helt nødvendig drivkraft i våre prioriteringer. Vi ønsker å imøtekomme dette med mer informasjon i kundedialog og i digitale flater.

I år ble også 500 milliarder offentlige innkjøpskroner styrt i etisk retning; "Lov om offentlige anskaffelser" krever fra 2017 at samfunnsansvar skal vektlegges i alle offentlige anbud. Dette er et viktig bidrag for å dempe effekten av et sterkt prisfokuseret sisteledd, som tradisjonelt har devaluert den etiske innsatsen gjennom hele leverandørkjeden. Vi venter i spenning på det etiske skiftet der det er mulig å gjøre bærekraft om til konkurransekraft i norsk næringsliv!

Irene Gulbransen
Styreleder

Les mer om samfunnsansvar i Culina på www.culina.no



Innhold

Til lesere av rapporten	2
Forord	3
Grad av besvarelse av rapporten	5
Om bedriften	6
Mål og framdrift	9
1. FORANKRE - Forankring i bedriften og hos leverandørene	11
Forankring i bedriften	12
Intern opplæring og bevisstgjøring	12
Forankring av etiske krav i leverandørkjeden	13
2. KARTLEGGE - Kartlegging av risiko i leverandørkjeden	16
Vurdering av nye leverandører	17
Oversikt over hvor produksjonen skjer hos eksisterende leverandører	19
Metode for å kartlegge risiko hos eksisterende leverandører	20
Beskrivelse av risikobilde i leverandørkjeden	22
3. TILPASSE - Tilrettelegging av innkjøpspraksis	23
Langsiktighet i leverandørrelasjoner	24
Innkjøpspraksis	24
Vurdering av effekten av tiltak for å forbedre innkjøpspraksis	25
4. SAMARBEIDE - Forbedringer i leverandørkjeden	26
Produktdesign og råvarevalg	27
Kompetansehevingstiltak hos leverandører	27
Forbedringstiltak hos leverandører	28
Bruk av sertifisering	31
Vurdering av effekten av forbedringstiltak	32
5. KOMMUNISERE - Bevisstgjøring, dialog og oppslutning	33
Intern og ekstern kommunikasjon om etisk handel	34
Styrke oppslutningen om etisk handel og erfaringsdeling	35



Grad av besvarelse av rapporten

Medlemmer av IEH er i forskjellige faser av arbeidet med etisk handel. De tilhører ulike bransjer og møter ulike typer utfordringer. Noen handler gjennom agenter og importører og har ikke direkte kontakt med produksjonsleddet. Små bedrifter har ofte mindre ressurser enn de store til å bruke på etisk handel. Ved første gangs rapportering til IEH er virksomhetens datainnsamling dessuten ofte i startfasen.

Derfor gis det anledning til å velge bort ett eller flere spørsmål. Spørsmål som krysses av med «nei» blir skjult i rapporten. Som standard er det krysset av ja for alle spørsmål. Rapportlesere finner fullstendig mal med alle spørsmål på www.ieh.no.

For hvert spørsmål som ikke besvares, skal det gis en begrunnelse for hvorfor.

	JA	NEI
Trinn 2 - Screening av nye leverandører (indikator 2-1, punkt b-d)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 2 - Kartlegging av forhold hos enkeltleverandører (spørsmål 2.5)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 2 - Antall eksisterende leverandører kartlagt fordelt på metode (indikator 2-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 3 - Medgått tid for å betale leverandører (indikator 3-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Kompetansehevingstiltak hos leverandører (spørsmål 4.3)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak som gjelder arbeidsstandarder og menneskerettigheter (ind. 4-1)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Kartlegging og tiltak som gjelder arbeideres lønn (spørsmål 4.4)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Tiltak som gjelder fagorganisering og kollektive forhandlinger (spørsmål 4.5)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak - utbedring av mangler - som gjelder miljø (indikator 4-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak som gjelder korrupsjon (spørsmål 4.6)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Sertifisering av produkter, materialer og tjenester (indikator 4-3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringsprosjekter og tiltak (spørsmål 4.8)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 5 - Kommunikasjon med interessenter (spørsmål 5.3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 5 - Håndtering av klager (spørsmål 5.6)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 5 - Antall klager og tiltak (Indikator 5-1)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Oppgi begrunnelse for at spørsmål ikke besvares:

I løpet av dette rapporteringsåret har det ikke vært gjennomført forbedringstiltak på områdene 4.3, 4.5, 4.6 og 4.8. I løpet av rapporteringsåret er det ikke mottatt klager og varsler om leveringskjeden ref. 5.6 og 5-1.

Om bedriften

Navn:

Culina/Enor as

Viktigste merkenavn, produkter og tjenester:

Viktigste merkenavn: ConGusto, Destino, Steelite, Porsgrund Porselen, Figgjo... se flere på culina.no

Viktigste produkter: Porselen, glass, bestikk, storkjøkkenprodukter, kokkeklær, elektrisk kjøkkenutstyr.

Beskrivelse av bedriftens struktur:

Enor AS er kjedeleder for Culina som er en sammenslutning av 11 forhandlere innen storkjøkkenbransjen. Vi leverer profesjonelt storkjøkkenutstyr til hoteller, restauranter, kantiner, institusjoner og andre serveringssteder i hele Norge.

Adresse hovedkontor:

Holmaveien 20, 1339 Vøyenenga.

Bedriftens størrelse:

Antall ansatte:

38

Omsetning (NOK):

240 000 000

Overordnet beskrivelse av leverandørkjeden:

Hvilke innkjøp som omfattes av rapporten:

Kjøkkenutstyr til hotell, restaurant, kantiner, kaféer, institusjoner og annen storkjøkkendrift fra 220 leverandører, hvorav 56 defineres som hovedleverandører, omfattes av rapporten. Kriterier for hovedleverandører er en kombinasjon av: salgsverdi, strategisk betydning i produktporteføljen og produksjonsland med risiko for brudd på våre etiske retningslinjer.

Kommentar til rapportens utvalgskriterier: Alle leverandører får presentert våre etiske retningslinjer. Alle hovedleverandører må kvittere på at de har lest og forstått de etiske retningslinjene og i tillegg gjøre en egenvurdering av produksjonsforholdene på sine fabrikker (Self Assessment Questionnaire). Etter en risikovurdering blir noen av disse igjen plukket ut for nærmere oppfølging. Det kan være at vi besøker fabrikken selv, har samtaler med ledelsen der eller gjør en tredjepartsrevisjon sammen med en lokal organisasjon som kjenner språk og nasjonalt regelverk.

Rapporten omtaler tre fokusområder i bedriftens arbeid med samfunnsansvar, som også er grunnlaget for Enor og Culinas etiske retningslinjer:

ETISK HANDEL - MILJØ - MATSIKKERHET

Antall leverandører:

220

Verdi av innkjøp fordelt på type vare og tjenester, leverandørtype (f.eks. produsent, mellomledd) og region/land:

Typer varer og tjenester	Prosentandel av innkjøp (%)
Kjøkkenutstyr til bruk i storhusholdning (glass, porselen, bestikk m.m.)	100 %

Leverandørtype:	Prosentandel av innkjøp (%)
Produsent	87 %
Agent	13 %

Region/land:	Prosentandel av innkjøp (%)
Asia	15 %
Europa	82 %
Øvrig	3 %

Kontaktinformasjon for rapporten:

Kontaktperson: Irene Gulbransen

Tittel: Prosjektleder/Styreleder

Epost: ig@culina.no

Telefon: 67171072

Innmeldingsår i IEH:

2008

"Vi betaler heller en anstendig pris til etisk forsvarlige leverandører, enn å handle billigste alternativ fra ukontrollerbare produsenter."





Mål og framdrift i rapporteringsåret

Mål	Status	Gjelder trinn i IEHs implementeringsmodell				
		1	2	3	4	5
1. Skaffe dokumentasjon for opprinnelse, fabrikkkartlegging (SAQ), Code of Conduct og miljøinformasjon for alle nye produkter i 2017.	Gjennomført	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Øke internkompetansen på risikovurdering av leverandørkjeden.	Gjennomført	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Synliggjøre miljø- og/eller opprinnelsesinformasjon for 40% av produktene på culina.no.	Gjennomført	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Publisere to redaksjonelle artikler med samfunnsansvar som hovedtema.	Gjennomført	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Videreføre medlemskap i Initiativ for Etisk Handel, GrøntPunkt, Norsirk og beholde ISO 14001-sertifiseringen.	Gjennomført	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Bidra aktivt i det eksterne påvirkningsarbeidet for etisk handel i offentlige fora, seminarer og opplæringsaktiviteter.	Gjennomført	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Mål for kommende år

Mål	Gjelder trinn i IEHs implementeringsmodell				
	1	2	3	4	5
1. Skaffe dokumentasjon for opprinnelse, fabrikk-kartlegging, Code of Conduct og miljø- og matsikkerhetsinformasjon for alle nye produkter i 2018.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Gjennomføre personlige møter med tre leverandører i Kina der status for miljø- og arbeidsforhold og forbedringstiltak på fabrikkene blir gjennomgått.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Synliggjøre dokumentasjon for matsikkerhet for alle produkter i kontakt med mat, på culina.no.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Synliggjøre miljø- og/eller opprinnelsesinformasjon for 60% av produktene på culina.no.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Videreutvikle porteføljen av miljøvennlige og etisk kontrollerte engangs/forbruksvarer.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Publisere to redaksjonelle artikler om samfunnsansvar på culina.no.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7. Presentere samfunnsansvar som en merverdi på agendaen i alle kjedekundemøter.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Holde Co2-utslipp for egentransport på nivå med fjoråret/økt volum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Holde energiforbruket i egne driftslokaler (kw/h) på nivå med fjoråret/økt volum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Opprettholde sorteringsgrad på eget avfall til min 84%.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Revidere Culinas etiske retningslinjer/Code of Conduct.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12. Videreføre medlemskap i Initiativ for Etisk Handel, GrøntPunkt, Norsirk og beholde ISO 14001-sertifiseringen. Vurdere medlemskap i Global Compact og nytten av å orientere arbeidet mot deres bærekraftsmål og internasjonale standarder.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



1. FORANKRE

Forankring i bedriften og hos leverandørene



1. FORANKRE FORANKRING I BEDRIFTEN OG HOS LEVERANDØRENE

Forankring i bedriften

Q1.1 Beskriv hvordan arbeidet med etisk handel er forankret i styret:

Enors styreleder har ansvar for å følge opp bedriftens samfunnsansvar i styremøtene. På minimum ett styremøte i året blir det redegjort for arbeidet med etisk handel, miljø og matsikkerhet. Måloppnåelse for året, mål for kommende år og årsrapportering for samfunnsansvar blir gjennomgått. Det blir samtidig bestemt i hvilken grad og hvordan dette arbeidet skal videreføres.

Q1.2 Beskriv hvordan arbeidet med etisk handel er forankret i ledelsen:

Navn og stilling på person(er) i ledelsen med etisk handel som del av sitt hovedansvar:

Jan-Olof Sundblom, innkjøpssjef
Jørn Wang Lillemoen, produktansvarlig
Ole-Terje Søbye, produktansvarlig
Irene Gulbransen, prosjektleder/styreleder

Hvorvidt incentiver/bonusordninger er koplet til arbeidet med etisk handel:

Vår forretningsplan beskriver avdelingenes fokusområder og avdelingsledernes individuelle mål knyttet til samfunnsansvar, der måloppnåelsen i 2017 påvirket årets personlige bonusoppnåelse. Det varierer fra år til år hva, og i hvilken grad, samfunnsansvar er den del av målformuleringene på avdelings- og stillingsnivå ettersom det er vår overordnede forretningsplan som gir retningen for de individuelle målene.

Hvorvidt det er etablert rapporteringsrutiner for arbeidet med etisk handel:

Framdrift og arbeidet med samfunnsansvar blir, på linje med øvrige ansvarsområder, rapportert på ledermøter og i medarbeidersamtaler gjennom året. Måloppnåelse for året, mål for kommende år og prioriteringer for arbeidet med samfunnsansvar blir rapportert til styret minimum en gang i året. Styret vedtar bedriftens etiske retningslinjer, miljøpolitikk, kvalitetspolitikk og årets mål knyttet til disse områdene.

Annet:

Vårt kvalitetsstyringssystem beskriver metodikken for å evaluere nye og eksisterende leverandører, inkludert kriterier for samfunnsansvar. Kvalitetsstyringssystemet revideres jevnlig av Det Norske Veritas som en del av ISO 9001- og 14001-sertifiseringen.

Intern opplæring og bevisstgjøring

Q1.3 Beskriv hvilke interne opplærings- og bevisstgjøringsbehov som er identifisert:

- Behov for å orientere arbeidet med miljø, etisk handel og matsikkerhet mer mot internasjonale standarder, fora og terminologi som er etablert hos våre utenlandske leverandører og kunder med internasjonalt fokus.
- Kunder og selgere har behov for lettere tilgang til informasjon om produktenes opprinnelse, miljø- og arbeidsforhold og matsikkerhet.
- Økt kompetanse på dialog med produsentene når det gjelder myndighetenes krav til matsikkerhet og

kvalitetssikring av dokumentasjonen fra produsentene.

Q1.4 Beskriv opplærings- og informasjonstiltak som er gjennomført i rapporteringsåret:

- Innkjøpssjef har deltatt på en workshopserien "Risikokartlegging, prioritering og forbedring" i tre deler, et verktøy for aktsomhetsvurdering av menneske-, arbeidstakerrettigheter, miljø og korrupsjon. Hovedfokus var på risikokartlegging, analyse av risikobildet og tiltak for å redusere risiko for brudd på virksomhetens etiske retningslinjer.
- Interessent- og risikoanalyse ble i 2017 innført som en del av Enors forretningsplan og videreføres i forretningsplanen 2018.
- To produktansvarlige har deltatt på kurs i risikovurdering, leverandørdialog og krav til samsvarserklæring for matsikkerhet.
- Miljø- og/eller opprinnelsesinformasjon ble publisert på culina.no for ca 40% av alle produktene.
- Samsvarserklæringer for matsikkerhet ble publisert på culina.no for ca 80% av alle produkter i kontakt med mat.

Forankring av etiske krav i leverandørkjeden

Q1.5 Oppgi en fullstendig nettadresse til bedriftens retningslinjer for etisk handel, eller legg dem ved.

<https://www.culina.no/webadmin/Documentlibrary/enor/Anbudsdokumenter/Samfunnsansvar%20i%20Culina%202018.pdf>

Q1.6 Beskriv bedriftens formidling til og dialog med leverandører om retningslinjene. Beskriv:

Hvordan hensikten med retningslinjene blir kommunisert:

Hensikten med våre etiske retningslinjer blir presentert i leverandørmøter. Der vi ikke har fysiske møter skjer det pr. e-post. Innledningsvis beskriver vi hensikten med retningslinjene slik (på engelsk, norsk eller kinesisk):

"Leverandører som tar samfunnsansvar blir foretrukket

Enor og Culinas samfunnsansvar baserer seg på bærekraftig verdiskaping og prinsippet om kontinuerlig forbedring som drivkraft i arbeidet. Leverandørenes vilje til å forbedre standarden innenfor etisk handel, miljøhensyn og matsikkerhet er et konkurransefortrinn, og vil bli vurdert sammen med andre kriterier når Enor velger leverandører og samarbeidspartnere til Culina."

Dokumentasjon, revisjoner og oppfølging

Enor og Culinas leverandører blir med jevne mellomrom presentert for en egnevaluering. Leverandøren skal selv bedømme om driften er i overensstemmelse med, eller har avvik fra, de etiske retningslinjene. Vi vil ikke avslutte en forretningsforbindelse selv om kriteriene ikke er innfridd, men forventer at korrigerende tiltak blir startet innen rimelig tid, som avtalt mellom oss og leverandøren.

Varer som leveres til Culinas kolleksjon skal være sporbare i alle ledd bakover i produksjonsskjeden og de etiske retningslinjene skal gjøres gjeldende bakover i vareforsyningskjeden til leverandører og underleverandører.

For å evaluere leverandørens overensstemmelse med våre etiske retningslinjer forbeholder vi oss

muligheten til å gjennomføre annonserte eller uannonserte revisjoner, utført av vårt eget personale eller uavhengig tredjepart.

Kriterier

Enor og Culinas etiske retningslinjer er forankret i internasjonalt anerkjente konvensjoner og standarder (som FN/ILOs menneskerettigheter og ISO-standarder) og nasjonal lovgivning (som norske og EUs lover for matsikkerhet). Alle leverandører må følge de lokale arbeids- og miljølover som gjelder i landene de har virksomhet. Der nasjonal lovgivning og Enors etiske retningslinjer ikke samsvarer, er det den høyeste standarden som gjelder.

Systemer for tilbakemelding og dialog med leverandørene:

Egenrapportering (SAQ), leverandørmøter, fabrikkbesøk, scorecard, telefon og e-post.
Sertifiseringer. Laboratorieanalyser.

Hvorvidt leverandører blir belønnet for gode arbeidsforhold, forbedret miljøhåndtering og annet:

Den mest virkningsfulle belønningen for gode arbeidsforhold og forbedret miljøhåndtering er å etablere seriøse, langsiktige leverandørforhold med punktlig betalinger og stabile innkjøpsvolumer, uten å framprovosere prisdumping som er et vanlig virkemiddel overfor produsenter i lavkostland.

I tillegg forsøker vi å få til avtalte innkjøpsvolumer med leverandører i Kina, der vi forplikter oss til å kjøpe ut gitte årsvolumer. Dette kan lette presset på overtids- og sesongarbeid på fabrikkene fordi produksjonen kan planlegges bedre, samtidig som det gir oss bedre leveringsikkerhet. Dette har vist seg å være utfordrende i praksis, men vi ønsker å fortsette arbeidet med å få til dette hos våre hovedleverandører. Blant annet tok vi initiativet til leverandørmøter i Kina i løpet av 2017 der dette igjen sto på agendaen.

Hvorvidt retningslinjene er oversatt til lokale språk:

Culina/Enors etiske retningslinjer finnes på norsk, engelsk og kinesisk.

Eventuelle andre relevante opplysninger:

Q1.7 Beskriv i hvilket omfang retningslinjene er formidlet til underleverandører og videre nedover i leverandørkjeden, og hva bedriften gjør for å sørge for at så skjer.

Vi understreker i våre etiske retningslinjer at varer til Culina skal være sporbare i alle ledd bakover i produksjonskjeden og de etiske retningslinjene skal gjøres gjeldende bakover i vareforsyningskjeden til leverandører og underleverandører.

Indikator 1-1: Angi prosentandel av bedriftens førsteledsleverandører, som omfattes av rapporten, som er blitt kommunisert og har godtatt retningslinjene for etisk handel:

	2017	2016	2015
Total antall leverandører	220	251	272
Prosentandel basert på antall:	38 %	34 %	31 %
Prosentandel basert på innkjøpsvolum:	87 %	83 %	82 %



2. KARTLEGGE

Kartlegging av risiko i leverandørkjeden



2. KARTLEGGING AV RISIKO I LEVERANDØRKJEDEN (DUE DILIGENCE)

Vurdering av nye leverandører

Q2.1 Beskriv hvordan bedriften innlemmer hensynet til etisk handel når nye leverandører velges.

Beskriv hvilke kriterier som fører til at en leverandør ikke benyttes:

Leverandørens vilje til å forbedre standarden innenfor etisk handel, miljøhensyn og matsikkerhet er et konkurransefortrinn, og vil bli vurdert sammen med andre kriterier når Enor velger leverandører og samarbeidspartnere til Culinakjeden. Leverandører som viser samfunnsansvar og har sertifiseringer innenfor miljø, samfunnsansvar og kvalitet vil bli foretrukket.

En leverandør skal ikke benyttes dersom leverandøren ikke aksepterer vilkårene formulert i vår Leverings/samarbeidsavtale. Avtalen regulerer blant annet vilkår for pris-, rabatt-, bonus-, leverings- og betalingsbetingelser, garantier og service på lik linje med samfunnsansvar, sistnevnte ivare tatt gjennom følgende punkter

Før plassering av ordre skal leverandøren:

- Bekrefte at de har lest og forstått Enor/Culinas etiske retningslinjer/Code of Conduct (vedlegg)
- Fylle ut ett kartleggingskjema per fabrikk (SAQ) som produserer de varene Enor/Culina kjøper (vedlegg) som beskriver arbeidsforholdene der.
- Levere dokumentasjon på at materialer i kontakt med mat følger Mattilsynets "Forskrift om materialer og gjenstander i kontakt med næringsmidler" (matkontaktforskriften)/EU regulativ 1935/2004.
- Levere dokumentasjon for EU direktivene Rohs, Weee og CE-merking.

Dersom vi gjennom fabrikkrevisjoner senere, eller på annen måte oppdager brudd på avtalebetingelsene, og leverandøren ikke viser endringsvilje, blir vi nødt til å vurdere ikke å benytte denne leverandøren. Heller enn å avvike samarbeidet med en hovedleverandør skal Enor i møter og dialog forsøke å finne fram til forbedringstiltak slik at leverandøren tilfredsstiller de kvalitetskrav som vi stiller for Culinas kolleksjon. Dersom leverandøren etter en avtalt tidsperiode fortsatt ikke har gjennomført de avtalte forbedringstiltakene kan leverandøren avvikes eller produktene kjøpes hos alternativ leverandør. Leverandører med produkter til avtalekunder, eller andre viktige enkeltprodukter, skal kun avvikes dersom dette ikke skader Culinas leveringsforpliktelser til sluttkunden.

Enor skal søke å videreføre langsiktige samarbeid med sine hovedleverandører. Det kan likevel bli nødvendig å bytte ut eller finne nye hovedleverandører, f.eks.

- ved ekspansjon inn i nye produktområder
- hvis leverandøren ikke er leveringsdyktig
- hvis leverandøren ikke viser vilje til å imøtekomme våre etiske retningslinjer
- hvis prisnivået er for langt over nivå på billigvarer fra konkurrenter som ikke kvalitetssikrer storkjøkkenutstyret sitt

Beskriv hvilke kriterier som fører til at det stilles forbedringskrav til leverandøren:

Det blir stilt forbedringskrav til leverandøren dersom det gjennom kartleggingskjema (egenrapportering), egne besøk, ved vurdering av ny leverandør, under senere oppfølgingsmøter eller ved tredjepartsrevisjoner oppdages avvik fra våre etiske retningslinjer. Forbedringskravene kan gjelde arbeidsforhold, miljøhensyn eller matsikkerhet.

Velg fra liste hvilke konkrete metoder som benyttes i vurderingen:

- Egenrapporteringskjema
- Egne besøk
- Inspeksjoner
- Rapporter fra tidligere inspeksjoner
- Valg av sertifiserte bedrifter
- Leverandøren har program for oppfølging av sine leverandører
- Annet

Gi nærmere beskrivelse av metodene som har vært benyttet:

Indikator 2-1: Vurdering av nye leverandører og resulterende tiltak

A) Angi prosentandel av nye leverandører som har blitt kartlagt for enten arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljøforhold eller korrupsjon, eller for program for å følge opp sin leverandørkjede på disse områdene:

Prosentandel av nye leverandører kartlagt	2017	2016	2015
Prosentandel av nye leverandører kartlagt:	54 %	50 %	33 %

B) Beskriv de viktigste manglene, relatert til de etiske kravene eller leverandør-oppfølgingsprogram, som er avdekket i kartleggingen og i hvilke land de forekommer:

Kartlagte mangler i 2017	Etiske krav som berøres	Land
Ikke gjennomført fabrikk-kartlegging (SAQ) eller mangler signert Code of Conduct	Overordnet leverandørkrav i våre etiske retningslinjer	Kina
Mangler dokumentasjon på produktenes produksjonssted og produksjonsforhold.	Alle etiske krav til våre retningslinjer	USA

C) Av vurderte leverandører, rapporter:

Oppfølging av vurderte leverandører i 2017:	Prosentandel (%)
Prosentandel som ikke ble valgt som resultat av screeningen	0 %
Prosentandel som det er stilt forbedringskrav til	20 %

D) Gi eventuelle utfyllende kommentarer om hvordan leverandørene dere har vurdert er fulgt opp:

Oversikt over hvor produksjonen skjer hos eksisterende leverandører

Q2.2 Beskriv bedriftens kunnskap om hvor produksjonen skjer. Beskriv spesielt:

Kjennskap til produsenter i nærmeste produksjonsledd (first tier):

Vi kjenner til hvor produksjonen i nærmeste produksjonsledd foregår hos 90% våre leverandører.

Hvorvidt underleverandører og råvareproduksjon er kartlagt:

Ikke kartlagt.

Utfordringer relatert til sporbarhet:

Mange underleverandører. Kompleks og skiftende forsyningskjede. Konfidensiell og konkurransesensitiv informasjon for leverandørene.

Andre relevante opplysninger:

Q2.3 Oppgi antall produsenter i nærmeste produksjonsledd per produksjonsland (som bedriften har oversikt over):

Land	Antall
Bangladesh	1
Danmark	7
Storbritania	7
Frankrike	15
Italia	15
Japan	1

Land	Antall
Kina	35
Nederland	3
Norge	12
Polen	3
Finland	1
Sweden	13
Brasil	1
Thailand	1
Tsjekkia	2
Tyskland	23
(Velg fra listen)	0
USA	6
Estland	1
Belgia	6
Taiwan	3
(Velg fra listen)	0
India	1
Portugal	2
Spania	6
Tyrkia	1
Østerike	1

Metode for å kartlegge risiko hos eksisterende leverandører

Q2.4 Har bedriften et 'overordnet risikobilde' (på land/bransjenivå) når det gjelder arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø og korrupsjon i egen leverandørkjede?

Ja

Hvis ja, beskriv metode og kilder som er benyttet:

- Egne observasjoner fra fabrikkbesøk og reiser.
- Egenrapporteringsskjema fra leverandører.
- Geografisk risikokartlegging for alvorlig brudd på menneskerettigheter ved kjøp av porselen, bestikk, stål og kobberprodukter fra Kina, India, Vietnam, Brasil, Storbritannia og USA. Kilder som ble brukt: The US Department of Labour; List of Goods Produced by Child Labor or Forced Labour. ITUC - International Trade Union Confederation - Annual Survey of Violations of Trade Union Rights US State Department: Country Reports on Human Rights Practices (section 7 - workers rights) ILO Ratification of core conventions per country Local Resources Network, landprofiler Transparency International korrupsjonsindeks Environmental Performance Index (EPI)

Q2.5 Beskriv bedriftens framgangsmåte for å kartlegge forholdene hos 'enkeltleverandører' i rapporteringsåret. Beskriv:

Kriterier som er lagt til grunn for å prioritere hvilke leverandører som kartlegges

Ny leverandør.

Innkjøps- og salgsvolum over 1 million og potensiell langsiktighet i produktporteføljen.

Strategisk betydning i produktporteføljen (egne merkevarer).

Risikovurdering av produksjonsland.

Omfang (andel og geografisk område) av leverandører som er kartlagt

Fire produsenter er undersøkt. Asia.

Metoder som er benyttet i kartleggingen:

Kommunisert og signert Culina/Enors etiske retningslinjer/Code of Conduct.

Tredjepartsrevisjoner.

Dokumentasjon fra produsenten selv.

Dokumentasjon fra og samtaler med agent.

Eventuelt andre relevante forhold:

Indikator 2-2: Antall eksisterende leverandører kartlagt for enten arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø, korrupsjon eller leverandøroppfølgingsprogram, fordelt på kartleggingsmetode:

Antall leverandører kartlagt totalt	2017	2016	2015
Antall leverandører kartlagt	4	5	4

Antall leverandører kartlagt fordelt på metode	2017	2016	2015
Tredjepartsrevisjon	3	2	1
Bruk av egenrapporteringskjema	1	3	4

Beskrivelse av risikobilde i leverandørkjeden

Q2.6 Basert på utført kartlegging, beskriv risikobildet i bedriftens leverandørkjede med tanke på manglende etterlevelse av retningslinjene for etisk handel.

Beskriv og begrunn spesielt:

Hvilke produsentland som anses å ha høyest risiko:

Kina.

Hvilke etiske krav som er mest utsatt for brudd:

Dokumentasjonskrav til timelister og lønnsutbetalinger.

HMS-krav til brannsikkerhet og toalettfasiliteter.

Krav til skriftlige policyer for miljø, likestilling, barnearbeid mm.

Utfordringer knyttet til underleverandører og råvareproduksjon:

Mange underleverandører. Kompleks og skiftende forsyningskjede. Konfidensiell og konkurransesensitiv informasjon hos leverandørene.

Andre særskilte utfordringer, f. eks. knyttet til at leverandører er lokalisert i eksport-/frisoner eller bruker innleid arbeidskraft:



3. TILPASSE

Tilrettelegging av innkjøpspraksis



3. TILPASSE TILRETTELEGGING AV INNKJØSPRAKSIS

Langsiktighet i leverandørrelasjoner

Q3.1 Beskriv bedriftens policy og/eller praksis når det gjelder varighet av leverandørrelasjoner.

Enor og Culina har tradisjon for langvarige leverandørforhold med tett samarbeid om produktutvikling, kvalitet og logistikk. Fra 5-10 år er vanlig for de fleste av våre hovedleverandører.

Indikator 3-1: Andel av totalt innkjøp som gjøres fra leverandører som bedriften har et langvarig forretningsforhold til (se definisjon):

	2017	2016	2015
Prosentandel med langsiktige avtaler:	90 %	90 %	90 %

Innkjøpspraksis

Q3.2 Har bedriften undersøkt eller vurdert hvordan bedriftens innkjøpspraksis påvirker bedriftens leverandører?

Ja

Hvis ja, beskriv hvordan dette ble gjort, samt de viktigste funnene:

Vår innkjøpspraksis påvirker de fleste av produsentene lite, ettersom det norske markedet er lite og våre kjøp utgjør små volumer for de fleste fabrikker, sammenliknet med kunder i større markeder. Ved leverandørbesøk forsøker vi likevel å avtale gitte årsvolumer som vi forplikter oss til, med avrop etter behov. Dermed kan fabrikken produsere når de har kapasitet samtidig som vi reduserer total ledetid.

Funn:

- Lange og planlagte ledetider på stabile volumer fungerer bra og blir ønsket velkommen hos leverandørene. Gitte årsvolumer har vist seg å være vanskelig å kontrollere i praksis og vi opplever at produsentene likevel venter med produksjonen til delbestillingen er satt.
- Innkjøpspraksis med krav til miljø- og etiske standarder gir leverandørene anledning til å kreve en høyere pris for varene, dvs. driver fortjenestemarginen vår noe ned og sluttkundeprisene i det norske markedet noe opp.

Q3.3 Har bedriften gjort tilpasninger i egen innkjøpspraksis for å bidra til bedre arbeids- og miljøforhold hos sine leverandører eller underleverandører?

Ja

Hvis ja, beskriv tilpasningene som er gjort:

Leverandørforhandlinger: Vi presser sjelden prisene fra produsenter i lavkostland, og forlanger ikke at varene dumpes ned på nivå med de mer ukontrollerbare produsentene av storkjøkkenutstyr. Vi betaler heller en anstendig pris til etisk samarbeidsvillige leverandører, i stedet for å handle billigste alternativ fra produsenter vi vet lite om.

Produksjonen: I enkelte tilfeller betaler vi selv for utvikling av produksjonsutstyr som skal brukes spesielt til produksjon av våre produkter.

Leveringsbetingelser: Vi godtar lange ledetider og kortere betalingstid (14-30 dager) i de tilfeller det har stor betydning for leverandøren.

Innkjøpsvolum/Prognoser: Vi setter halvårs- og helårsordre på volumartikler for å sikre produksjon og avroper etter behov. Da produserer leverandøren når kapasiteten tillater det, holder lager hos seg og vi kan få raske leveringer.

Indikator 3-2: Medgått tid for å betale leverandører

A) Rapportert antall dager i bedriftens standardbetingelser for å betale leverandører:

Antall dager i standardbetingelser for å betale leverandører	2017	2016	2015
Antall dager for å betale:	30	30	30

B) Rapportert prosentandelen av alle leverandørbetalinger utført i tide:

Prosentandel av alle leverandørbetalinger utført i tide	2017	2016	2015
Prosentandel utført i tide:	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vurdering av effekten av tiltak for å forbedre innkjøpspraksis

Q3.4 Beskriv hvordan bedriften vurderer effekten av gjennomførte tiltak for å tilrettelegge sin innkjøpspraksis:

Innkjøpspraksis med tiltak innen miljø- og etiske standarder gir leverandørene anledning til å kreve en høyere pris for varene, dvs. driver fortjenestemarginen vår noe ned og sluttkundeprisene i det norske markedet noe opp. Vi vurderer også at nære og langsiktige relasjoner med leverandører og store ordre på volumartikler gir god samarbeidsvilje og mer fleksibel levering og prioritet i ønsker om produktutvikling og design.



4. SAMARBEIDE

Forbedringer i leverandørkjeden



4. SAMARBEIDE FORBEDRINGER I LEVERANDØRKJEDEN

Produktdesign og råvarevalg

Q4.1 Har bedriften valgt produktdesign eller råvarebruk for å bidra til bedre arbeidsforhold eller miljø i leverandørkjeden?

Ja

Hvis ja:

Beskriv tiltak som er gjennomført i rapporteringsåret:

14 miljøvennlige produkter laget av palmeblader og sukkerrørsfibre ble lansert i løpet av året. Produktene er basert på råvarer som tidligere ble kastet, sluttproduktene er 100% biologisk nedbrytbare og produksjonsprosessen er miljøvennlig. Produksjonen av palmebladproduktene sysselsetter foreløpig 500 ansatte i India, som i tett samarbeid med agenten følger og er sertifisert etter kravene i SA 8000-standarden for menneskerettigheter og arbeidsforhold.

Beskriv hvilken effekt bedriften anser at tiltakene har:

Effekten er flere miljøvennlige alternativer for norske serveringssteder som ønsker å benytte seg av miljøvennlige alternativer i stedet for tradisjonelle plastprodukter. Ved å bringe disse produktene fra sertifiserte produksjonsenheter ut i det norske markedet styrkes bærekraftig og etisk forsvarlig produksjon i India, som ansees som et risikoland for brudd på menneske- og arbeidsrettigheter.

Kompetansehevingstiltak hos leverandører

Q4.2 Har bedriften identifisert hvilke behov bedriftens leverandører har for kompetanseheving for å kunne etterleve retningslinjene for etisk handel?

Ja

Hvis ja, oppgi:

Identifiserte kompetansehevingsbehov:

Generell forståelse av hvorfor fokus på arbeidsforhold er viktig for oss som kunder og for leverandørens egen konkurransesituasjon og produktivitet.

Kompetanse om EU-regelverk, miljølovgivning og matvaresikkerhet og hvordan dette må dokumenteres for varer importert fra Asia.

Kunnskap om hva FNs menneskerettigheter og ILO konvensjonen er, og hvilken betydning disse har i vestlig kultur, politikk og handel.

Politisk og forretningsmessig forståelse av hva korrupsjon er og hvorfor det ikke er akseptabelt.

Engelskkunnskaper, spesielt i terminologi innenfor samfunnsansvar.

Planlagte kompetansehevingstiltak:

Ikke utover dialog om tema i leverandørmøter og ved fabrikkbesøk.

Leverandører som er omfattet med tanke på: antall, land/geografisk område og type leverandører:

Forbedringstiltak hos leverandører

Indikator 4-1: Forbedringstiltak som gjelder arbeidsstandarder og menneskerettigheter (MR)

A) Rapportert antall og prosent av eksisterende leverandører hvor det har blitt identifisert mangler relatert til krav knyttet til arbeidsforhold og menneskerettigheter.

Identifiserte mangler relatert til arbeidsforhold og MR	Antall	Prosentandel
Leverandører hvor det i rapporteringsåret er kartlagt mangler relatert til kravene på arbeidsforhold og menneskerettigheter	3	1 %

B) Rapportert prosentandel av leverandørene med kartlagte mangler (oppgitt i A) hvor:

Det ble avtalt eller stilt krav til forbedringer
Forbedringstiltak ble gjennomført
Kontrakter ble avsluttet (f.eks. ved manglende forbedringsvilje)

Vis også hvordan forbedringstiltakene fordeles på henholdsvis etiske krav og geografisk område.

Forbedringstiltak tilknyttet arbeidsforhold og MR	2017	2016	2015
Prosentandel hvor det ble avtalt eller stilt krav til forbedringer*	100 %	100 %	0 %
Prosentandel hvor forbedringstiltak ble gjennomført*	50 %	67 %	0 %
Prosentandel hvor kontrakter ble avsluttet*	0 %	0 %	0 %

* Prosentandel av leverandører hvor det er kartlagt mangler (prosent av antall i 'A')

Prosentfordeling på etiske krav i 2017	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Lønn	50 %
Arbeidstid	20 %
Helse, miljø og sikkerhet	50 %

Prosentfordeling på geografisk område i 2017	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Asia	100 %

C) Gi utfyllende informasjon om hva de viktigste forbedringstiltakene består i:

Forbedringstiltakene (CAP) som er avtalt med ledelsen på flere fabrikker i Kina består bla. i:

- Fabrikken må øke lønninger til minimum minstelønn for alle ansatte.
- Få på plass forsikringsordninger og pensjonsordninger for de ansatte der det manglet.
- Fabrikken må etablere sikkerhets-, brann og nødsituasjonsrutiner, inkludert skilting, skriftlige instruksjoner og opplæring for alle ansatte i disse.
- Fabrikken hadde rutiner for kalkulering av lønnskostnader i sitt ledelsessystem, men manglende rutiner for praktisk gjennomføring, noe som vanskeliggjør kontrollen av faktisk utbetaling.
- Fabrikken må lære opp ansatte i antikorrupsjonsregler.
- Fabrikken skal ha en periodisk produksjonsplan for å kunne dokumentere overtid og ikke tillate ansatte overtidsarbeid utover lovlige timegrenser.

Q4.4 Beskriv tiltak bedriften har gjennomført for å bidra til at arbeidere mottar en anstendig lønn som dekker basisbehovene til arbeiderne og deres familier, så som:

Kartlegging av arbeidernes lønn og sammenstilling med standarder for anstendig lønn: I 2017 har vi gjennomført tre tredjeparts fabrikkrevisjoner og en egenrapporteringskartlegging. Gjennomgangene tar for seg alle kriteriene i våre etiske retningslinjer, inkludert kartlegging av lønn. Dette blir gjort ved å be ledelsen vise hvordan lønnskalkulasjonen foregår og vise dokumentasjon på lønnsutbetalinger, kombinert med intervjuer av ansatte på fabrikkene. Ved flere revisjoner har det manglet dokumentasjon, eller lønns- og overtidsnivåer viser seg å være uakseptable i forhold til monstelønn eller det som anses som "levelønn" og det fant vi også på en av de nye fabrikkene vi undersøkte i Kina i 2017. Ledelsen forpliktet seg da til en tidsbestemt forbedringsplan som ble fulgt opp i løpet av året. Status var at alle ansatte hadde fått hevet lønnen til over 1350 RMB pr. måned, og dermed tilfredsstillt kravet til kalkulert "levelønn i regionen (ref. Enor/Culinas Etiske retningslinjer pkt. 7)

I tillegg ser vi at som kunder må vi også godta å betale en anstendig pris til leverandøren, uten å presse fram dumping på nivå med de ukontrollerbare fabrikkene i Kina. Dette er et like viktig bidrag til at arbeidere mottar en anstendig lønn som dekker basisbehovene til arbeiderne og deres familier. Likeså at sluttkundene i Norge er villige til å betale en anstendig pris.

Tiltak for å redusere gap mellom faktisk lønn og lønn som dekker basisbehovene:
Se punktene i 4-1 C) over.

Eventuelle andre tiltak:

Indikator 4-2: Forbedringstiltak som gjelder miljø

A) Rapporter antall og prosent av eksisterende leverandører hvor det har blitt identifisert mangler relatert til krav knyttet til miljø.

Identifiserte mangler relatert til miljø	Antall	Prosentandel
Leverandører hvor det i rapporteringsåret er kartlagt mangler relatert til kravene på miljø	1	1 %

B) Rapporter prosentandel av leverandørene med kartlagte mangler (oppgitt i A) hvor:

Det ble stilt krav til forbedringer
 Forbedringstiltak ble gjennomført
 Kontrakter ble avsluttet (f.eks. ved manglende forbedringsvilje)

Vis også hvordan forbedringstiltakene fordeles på henholdsvis miljøtema og geografisk område.

Forbedringstiltak tilknyttet miljø	2017	2016	2015
Prosentandel hvor det ble avtalt eller stilt krav til forbedringer*	1 %	33 %	0 %
Prosentandel hvor forbedringstiltak ble gjennomført*	1 %	33 %	0 %
Prosentandel hvor kontrakter ble avsluttet*	0 %	0 %	0 %

* Prosentandel av leverandører hvor det er kartlagt mangler (prosent av antall i 'A')

Prosentfordeling på miljøtema i 2017	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Vann - Fabrikken skal etablere system for sparing og gjenbruk av va	100 %

Prosentfordeling på geografisk område i 2017	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Asia	100 %

C) Gi utfyllende informasjon hva de viktigste forbedringstiltakene består i:

Etter kartlegging av produksjonsprosessen på en ny porselensfabrikk ble det avdekket unødverndig stort vannforbruk sammenliknet med andre fabrikker av samme type (ref. punkt 11 i Enor/Culinas etiske retningslinjer).

Det ble avtalt med fabrikkens å installere et system for gjenbruk av vann i produksjonen, som ble installert innen avtalt frist.

Bruk av sertifisering

Q4.7 Beskriv bedriftens policy på hvorvidt sertifisering benyttes som metode for å oppnå forbedringer i leverandørkjeden:

Leverandører med ISO 9001 (kvalitetsstyring) og ISO 14001 eller andre miljøstyringssystemer, blir foretrukket.

Vi gjør oppmerksom på at dette ikke er sertifiseringer knyttet til enkeltprodukter, men gjelder sertifisering av driften hos dem som produserer produktene, herunder produktkontroll.

Flere nye produkter i porteføljen er i løpet av 2017 også valg ut etter miljøkriterier og at produksjonen er sertifisert etter SA 8000-standarden.

Indikator 4-3: Andel av innkjøpte materialer, produkter og/eller tjenester som er gjenstand for økonomisk, sosial eller miljømessig sertifisering.

Oppgi andel av innkjøpte materialer, produkter og tjenester som er gjenstand for sosial eller miljømessig sertifisering for hver kategori som det er relevant for bedriften å rapportere på:

Kategori materiale / produkt / tjeneste	2017 % sertifisert	2016 % sertifisert	2015 % sertifisert
Porselen, glass, bestikk	95 %		
Engangs/forbruksvarer	40 %		
Klær	97 %		
Øvrig kjøkkenutstyr	20 %		

Vis fordelingen per sertifiseringsstandard for rapporteringsåret:

Kategori materiale / produkt / tjeneste (i 2017)	Sertifiseringsstandard	% sertifisert
Porselen, glass, bestikk	ISO 14001	95 %

Kategori materiale / produkt / tjeneste (i 2017)	Sertifiseringsstandard	% sertifisert
Engangsprodukter/forbruksvarer	Svanemerket	40 %
Engangsprodukter/ forbruksvarer	SA 8000	30 %
Klær	ISO 14001 OEKO-TEX Standard 100	93 %
Klær	SGS-sertifisering	7 %
Øvrig kjøkkenutstyr	ISO 14001	20 %

Vurdering av effekten av forbedringstiltak

Q4.9 Beskriv hvordan bedriften vurderer effekten av tiltakene, utført i rapporteringsåret, for å oppnå forbedringer i bedriftens leverandørkjede. Vurder effekten opp mot risikobildet og kartlagte mangler:



5. KOMMUNISERE

Bevisstgjøring, dialog og oppslutning



5. KOMMUNISERE BEVISSTGJØRING, DIALOG OG OPPSLUTNING

Intern og ekstern kommunikasjon om etisk handel

Q5.1 Beskriv hvordan bedriften kommuniserer 'internt' om arbeidet med etisk handel:

Etisk handel er tema for opplæring av nye medarbeidere, er en egen del av vår forretningsplan og er med på agendaen i personalmøter og ved selgersamlinger.

Q5.2 Beskriv hvordan bedriften kommuniserer 'eksternt' om arbeidet med etisk handel:

Samfunnsansvar omtales på våre hjemmesider, i en del markedsmateriell og på messer og kundearrangementer. Vi kommuniserer alltid verdien av etisk handel ved anbudsinnleveringer, enten dette blir etterspurt eller ikke. Det mener vi er en god måte å øke bevisstheten hos innkjøperne på, selv om vi også antar at dette kan "irritere" kunder som ikke er spesielt opptatt av temaet. I 2017 har vi beredt grunnen for enda tydeligere å kommunisere tema samfunnsansvar til våre kunder. Vi tar det inn i produktpresentasjoner overfor kunder, vi publiserer, miljø-, opprinnelse- og matsikkerhetsinformasjon mer aktivt i nettbutikken på culina.no.

Q5.3 Oppgi hvilke temaer bedriften har kommunisert om med interessenter (stakeholders) i rapporteringsåret vedrørende arbeidet med etisk handel. Vis:

Hvilke interessentgrupper som var involvert

Om det gjaldt dialog om påvirkning av bedriftens aktiviteter i leverandørkjeden.

Om det gjaldt kommunikasjon av bedriftens resultater av arbeidet med etisk handel

Tema	Interessenter	Om påvirkning av bedriftens arbeid	Om resultatene av bedriftens arbeid
Etiske krav i offentlige innkjøp (anbud)	Kunder: kommuner, helseforetak, offentlige kontorer.	Ja	Ja
Prispress fra norske slutt kunder stopper etisk innsats	Kunder: kommuner, helseforetak, offentlige kontorer.	Ja	Ja
Miljøvennlige engangsprodukter av palmeblader og sukkerrør		Ja	Nei
Etiske krav til leverandører av Culinas produkter	Leverandører. Kunder. Ansatte.	Ja	Ja
Samsvarserklæringer for alle produkter i kontakt med mat på culina.no	Selgere. Kunder. Myndigheter. Mattilsynet.	Ja	Nei
Rapport om Etisk handel publisert på culina.no .	Selgere. Kunder. Ansatte. Myndigheter. Levrandører.	Ja	Ja
Akseptable arbeidsforhold som konkurransefortrinn i det EWuropeiske storkjøkkenmarkedet.	Agenter . Produsenter	Ja	Ja

Q5.4 Har bedriften publisert åpne lister over sine leverandører eller gjør bedriften denne informasjonen tilgjengelig på annen måte til interessenter?

Ja

Hvis ja, beskriv nærmere:

De fleste av våre hovedleverandører er presentert på hjemmesiden og blir omtalt eksempelvis i tilbud og anbud. Noen produsenter blir presentert nærmere avhengig av hva kunden er interessert i. Noen leverandører/agenter anser produksjonssteder og leverandører som konkurransesensitiv og konfidensiell informasjon, og da velger vi å respektere dette.

Q5.5 Oppgi nøyaktig webadresse hvor bedriften publiserer informasjon og/eller rapporterer om arbeidet med etisk handel:

<https://www.culina.no/?fid=1067>

Styrke oppslutningen om etisk handel og erfaringsdeling

Q5.7 Har bedriften i rapporteringsåret gjort tiltak for å styrke oppslutningen om arbeidet med etisk handel eller delt erfaringer?

Nei

Hvis ja, beskriv tiltak for å styrke oppslutningen relatert til aktuelle målgrupper som:

Leverandører
Nettverk og sammenslutninger
Myndigheter/offentlige instanser
Andre

Type tiltak	Antall	Hvem omfattes av tiltaket	Beskrivelse



Kontakt:

Culina/Enor as
Irene Gulbransen
ig@culina.no
67171072