

Findus Norge
**BÆREKRAFTS-
RAPPORT
2017**

Findus

Administrerende direktør har ordet

Vi i Findus Norge har et ansvar for å sikre at vi tilbyr sunne og næringsrike produkter som passer inn i et balansert kosthold. Det er et ansvar vi tar på største alvor, og takket være vår store base av fisk- og grønnsaksprodukter har vi en unik mulighet til å gjøre dette. Gjennom å tilby ansvarsfullt produserte, dypfryste produkter kan vi bidra til et bærekraftig konsum og mindre matsvinn.

Å jobbe med bærekraft er definitivt en viktig fremgangsfaktor for et selskap. Det å lytte til våre konsumenters ønsker, samt å sikre fremtidige råvarer, er helt avgjørende for vår virksomhet. I 2017 har vi jobbet med en oppdatering av vår bærekraftstrategi, og vi er glade for at vi i år har muligheten til å presentere Nomad Foods Europas første bærekraftsrapport for hele vårt konsern.

Vår bærekraftstrategi gjør det mulig for oss å tydelig planlegge, samt følge opp vårt arbeide innenfor de ulike fokusområdene, slik at vi kan utgjøre en faktisk forskjell for vårt miljø både internt og eksternt. Findus' 75-årige erfaring innen matproduksjon, og like mange års arbeide med miljø og framtid i fokus, gjør at vi kan bidra med kompetanse innen bærekraft innen Nomad Foods Europe-konsernet, samtidig som vi har mulighet til å lære av våre europeiske kolleger.

Vi arbeider tett med våre samarbeidspartnere og leverandører for å i fellesskap utvikle oss i riktig retning. Vi har en mulighet til å påvirke konsumentene til å leve mer bærekraftig, og deres etterspørsel og nysgjerrighet hjelper oss i utviklingen av våre produkter, og er en stor motivasjon i vårt arbeide innen bærekraft. Sammen kan vi bidra til at enda flere tar smarte måltidsvalg.

I 2017 signerte Findus Norge intensjonsavtalen med Helsedirektoratet, for å tilrettelegge for et sunnere kosthold. Gjennom saltpartnerskapet skal vi bidra til at saltinntaket i Norge reduseres med 15% innen 2018. Videre har vi forpliktet oss til å jobbe aktivt for at konsumet av fisk og grønnsaker øker med 20% innen 2021. Dette er et felles krafttak, og gjennom å sette ekstra fokus på vår fisk- og grønnsaksportefølge, samt jobbe aktivt for å sette mer fisk og grønt på menyen, skal vi gjøre vårt for å bidra til et sunnere kosthold i Norge.

For å sikre nok råvarer må vi også sikre at fisken vi kjøper er fanget på en bærekraftig måte, og at grønnsakene er bærekraftig dyrket. Vi har jobbet for å kvalitetssikre sjømatleveranser i mange år, og i Norge var Findus de første til å lansere MSC-miljømerket fisk. Vi har også lang tradisjon for nært

samarbeid med norske bønder, og jobber nesten utelukkende med kontrakterte bønder. Dette gir oss en unik mulighet for å følge dyrkingen tett, og sikre at våre avlinger er gjennomgående produsert i henhold til våre nøkkelpinsipper for ansvarlig og bærekraftig landbruk.

Jeg ser fram til at vi i 2018 kan fortsette og akselerere vårt arbeide med bærekraftige løsninger. Sammen med medarbeidere, samarbeidspartnere og konsumenter skal vi virkeliggjøre vårt konserns bærekraftstrategi på det norske markedet. Det er når vi omgjør strategi til en samlet konkret handling at vi virkelig kan bidra til varig endring og gjøre livet bedre med god, sunn og bærekraftig mat.



Kenneth Fredriksen
General Manager
Findus Norge AS

Innholdsfortegnelse

Administrerende direktør har ordet 2

Konsernsjefen har ordet 4

Høydepunkter fra bærekraftsåret 2017 5

Vår virksomhet 6

Vår verdikjede 6

Slik jobber vi med bærekraft 7

Fokusområder innen bærekraft 7

Bærekraftig ledelse 8

En solid platform 9

Mattrygghet og kvalitet 8

Motarbeidelse av korrupsjon og konkurransehemmende adferd 10

Fiske, dyrking og innkjøp med omtanke 11

Ansvarlig fangst av fisk og sjømat 11

Bærekraftig dyrking av grønnsaker 13

Ansvarlig innkjøp 15

Respekt for menneskerettigheter 16

Sunn og næringsrik mat til alle 17

Vår næringsrike portefølje 17

Inspirasjon til et sunt kosthold 19

Ansvarlig markedsføring og produktmerking 20

Bærekraftig drift 21

Klimaavtrykk 21

Emballasje 22

Helse og sikkerhet for ansatte 23

Mangfold og inkludering 24

Opplæring og utvikling 24

Ivaretagelse av ansattes interesser 24

Findus og lokalsamfunnet 25

Om rapporten Dette er Nomad Foods Europe konsernets (NFE) første bærekraftsrapport, som er tilpasset det norske markedet. Den omfatter samtlige av konsernets merkevarer, for året 2017. Findus Norge AS delte sin første bærekraftsrapport i 2014. Denne rapporten er laget i henhold til kravene i EU direktivet om offentliggjøring av ikke-finansielle opplysninger, og har ikke blitt eksternt gransket.

Symbol-
forklaring



Symbolet indikerer informasjon om våre policies og rutiner



Symbolet indikerer informasjon om aktiviteter og initiativ vi planlegger å gjennomføre



Symbolet indikerer eksempel fra Findus' praktiske arbeid

Konsernsjefen har ordet

Velkommen til Nomad Foods Europas første bærekraftsrapport. I denne rapporten presenterer vi våre største fremskritt innenfor bærekraft i 2017. Vi beskriver også hvordan vi jobber med våre sosiale og miljømessige utfordringer som berører våre omgivelser og våre interessenter.

Hver dag bruker tusenvis av mennesker produkter fra våre ledende merkevarer – Findus, Birds Eye, Iglo, Lutos og La Cocinera. Samtidig som våre merkevarer er godt etablerte og foretrukket over hele Europa, er Nomad Foods Europe et ungt selskap. Siden 2015 har vi samlet noen av de største merkevarene innen dypfrost mat. Vi har en klar ambisjon om å bygge videre på merkevarenes arv for å skape et verdensledende næringsmiddelselskap.

Dette innebærer også en ambisjon om å fortsette å tilby bærekraftig og næringsrik mat som smaker godt. Vi har allerede gjort store fremskritt.

Vi har for eksempel jobbet i over 20 år for at fisken og sjømaten vi kjøper inn skal være bærekraftig fisket, og for at grønnsakene våre skal være dyrket i henhold til våre eksternt verifiserte nøkkelpinsipper for ansvarlig og bærekraftig landbruk. I kraft av at en stor andel av vår portefølje består av fisk og grønnsaker kan vi bidra til sunnere og mer bærekraftig matvaner for alle som kjøper våre produkter.

Samtidig som vi er stolte over vår måte å jobbe på, og den forskjellen det bidrar til, har vi i løpet av 2017 sett et behov for å se på hvilken påvirkningskraft vi som organisasjon har, fra et mer holistisk perspektiv. Vi må utvikle et mer enhetlig tilnærmingssett for hvordan vi tenker rundt ulike bærekraftsspørsmål. Med dette til grunn, har vi gjennom året jobbet for å lansere en fornyet bærekraftstrategi for hele konsernet, med et tydeligere fokus på bedriftens fremtid.

Et område vi har fokusert spesielt på, er vår egen virksomhet. I 2017 studerte vi det totale klimaavtrykket fra våre produksjonsanlegg over en periode på tre år. Innsikten fra den studien vil vi bruke i det proaktive arbeidet for å redusere vår miljømessige påvirkning. Vi har også begynt arbeidet med å innføre program for mangfold og inkludering for våre medarbeidere, for å gjenspeile mangfoldet i våre merkevarer.

Vi ser frem til å dele vår strategi med dere i 2018, som presenterer et viktig steg på vår reise mot å bli et verdensledende næringsmiddelselskap.



Stefan Descheemaeker,
CEO Nomad Foods Europe

Høydepunkter fra bærekraftsåret 2017



I 2017 deltok Findus Norge som sponsor og deltaker da **Passion for Ocean-festivalen** ble arrangert for første gang i Oslo. Festivalen setter fokus på et bærekraftig liv i havet, og Findus deltok som ambassadør for bærekraftig fiske, sammen med **Marine Stewardship Council (MSC)**.

Et bærekraftig liv i havet er noe vi i Findus er veldig opptatt av, og derfor valgte vi også å gi vår **julegave til Passion for Ocean**, og donerte 100.000kr for å styrke arbeidet videre.

Findus Foodservice deltok på **SMAK-messen** med en stand laget av bærekraftige løsninger, hvor vi frontet grønne produkter. SMAK messen er Nordens ledende messe innen mat & drikke.

Vi startet også på en grønn reise i norsk dagligvare, hvor vi lanserte vårt første vegetarmåltid; **World Selection Indian Curry 100% green.**



Over 90 % av Nomad Foods Europe's portefølje av fisk og sjømat er miljøsertifisert som bærekraftig av en ekstern part, hovedsaklig **Marine Stewardship Council (MSC)** og **Aquaculture Stewardship Council (ASC)**.

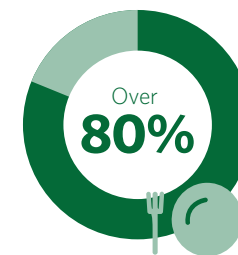
100%

I Norge har Findus vært blant de første som har levert MSC-sertifisert fisk, og siden 2014 har vi hatt **100 % MSC-sertifisering** av all villfanget fisk i Findus' dagligvareprodukter.

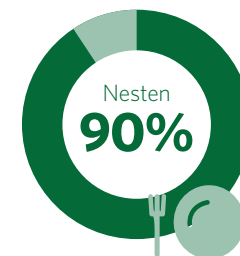


 Findus var de første i Norge til å lansere MSC-merket fisk, og i 2017 feiret merkevarene under Nomad Foods Europe at vi har samarbeidet med MSC i **20 år**

Vi ferdigstilte vår første fullstendige gjennomgang av Nomad Foods Europe's **miljøavtrykk** for årene **2015, 2016 & 2017.**



Over 80 % av Nomad Foods Europas totale produktportefølje er såkalte **"Healthy Meal Choices"**. Klassifiseringen er gjort i henhold til vårt skreddersydde **Nutritional Profile System.**



Nesten 90 % av alle produkter som er **utviklet internt** av Nomad Foods Europe i 2017, er klassifisert som **"Healthy Meal Choices"**.



Vi lanserte vår første interne **Chefs- og lederutviklingsprogram.**

Vi lanserte vår første **Bærekraftsrapport** på gruppenivå, som vil stake ut kursen for hvordan vi rapporterer resultater fremover.



Vår virksomhet

Findus Norge AS tilhører Nomad Foods Europe (NFE); Vest-Europas ledende næringsmiddelselskap innen dypfryst mat.

Selskapet produserer, markedsfører og distribuerer merkevarer som Findus, Birds Eye, Iglo, Lutosa og La Cocinera, og sysselsetter 3 880 ansatte fordelt på 17 land. På det norske markedet selges selskapets produkter under merkevaren Findus, og Findus Norge AS har rundt 300 ansatte.

Vår verdikjede

Modellen viser vår verdikjede.

-  De lysegrønne sirklene beskriver den overordnede aktiviteten som skjer i de respektive steg i verdikjeden.
-  De mørkegrønne sirklene viser de aktivitetene som vi i Nomad Foods Europe utfører.
-  De blå sirklene viser de aktivitetene som finner sted utenfor vår virksomhet, men som likevel har en påvirkning.



Slik jobber vi med bærekraft

Fokusområder innen bærekraft

I løpet av 2017 har NFEs bærekraftsteam, i samarbeid med relevante interne og eksterne interessenter, gjort en analyse for å identifisere de viktigste områdene for vår virksomhet, både sosialt og miljømessig.

I dette arbeidet har vi vurdert innvirkningen hvert område vil kunne ha for NFE, så vel som viktigheten av de ulike områdene for våre interessenter. Områder definert av Global Reporting Initiative er brukt som utgangspunkt for analysen.

Analysen bidro til å identifisere og rangere de eksterne og interne risikoene som finnes for vår virksomhet, sett fra et bredt bærekraftsperspektiv. Analysen ble videre forsterket av vår kartlegging av bærekraftsrisikoer, som er basert på vår regelmessige overvåkning av faktorer som påvirker oss.

Gjennom vårt arbeide har vi identifisert en rekke relevante områder som vi anser som prioriterte. Vi planlegger å oppdatere denne vurderingen regelmessig for å gjenspeile endringer i trender og forventninger. De prioriterte områdene er gruppert i fire undergrupper, og danner strukturen for vår bærekraftsrapport.

1

En solid platform

- ☛ Mattrygghet og kvalitet Side 9
- ☛ Anti-korrupsjon Side 10
- ☛ Anti-konkurransehemmende adferd Side 10

3

Sunn og næringsrik mat til alle

- ☛ Vår næringsrike portefølje Side 17
- ☛ Inspirasjon til et sunt kosthold Side 19
- ☛ Ansvarlig markedsføring og produktmerking Side 20

2

Fiske, dyrking og innkjøp med omtanke

- ☛ Ansvarlig fangst av fisk og sjømat Side 11
- ☛ Ansvarlig dyrking av grønnsaker Side 13
- ☛ Ansvarlig innkjøp Side 15
- ☛ Respekt for menneskerettigheter Side 16

4

Ansvarlig drift

- ☛ Klimaavtrykk Side 21
- ☛ Emballasje Side 22
- ☛ Helse og sikkerhet for ansatte Side 23
- ☛ Mangfold og inkludering Side 24
- ☛ Opplæring og utvikling Side 24
- ☛ Ivaretagelse av ansattes interesser Side 24
- ☛ Findus og lokalsamfunnet Side 25

Symbol-
forklaring



= Prioriterte
fokusområder

Samtidig som vi tar alle disse områdene på største alvor, er våre prioriterte bærekraftsområder de som er mest relevant for vår virksomhet. De ligger til grunn for hvordan vi prioriterer og utformer vårt fremtidige bærekraftsarbeid. Disse områdene kommer og til å få fokus i vår rapportering.

Bærekraftig ledelse

Nomad Foods Europas konsernledelse har det overordnede ansvaret for selskapets bærekraftsarbeid og resultater. En styringsgruppe for bærekraft (bestående av syv ledergruppedlemmer, avdelingsledere, sakkyndige eksperter og markedsrepresentanter) driver NFEs langsiktige bærekraftsagenda, og rapporterer til ledelsen. Styringsgruppen møtes tre ganger i året for å vurdere fremdrift på hovedmålene, oppdatere risikokartlegginger, samt diskutere ressurser og prioriteringer for kommende periode. Styringsgruppen sikrer også at det finnes solide lokale nettverk av medarbeidere som jobber med bærekraft i fokus.

I konsernets styringsgruppe for bærekraft inngår og en nordisk bærekraftssjef. Bærekraft står høyt på vår agenda, er derfor er også den nordiske bærekraftssjefen en del av ledelsen for Findus Norge og Findus Sverige, og rapporterer direkte til administrerende direktør i de respektive landene. Den nordiske bærekraftssjefen sitter også i den nordiske ledergruppen.

Vår bærekraftsstrategi og agenda ledes av Nomad Foods Europas Group Sustainability Director, som også har det overordnede ansvaret med å sikre at strategien implementeres i de ulike funksjonene i virksomheten.

I arbeidet fremover vil vi også opprette en rekke bærekraftsgrupper, som vil støtte styringsgruppens arbeid. Gruppene er tenkt å samle viktig nøkkelkompetanse som skal håndtere ulike oppgaver innen ulike områder. Parallelt vil vi også lage markedsspesifikke grupper bestående av lokale bærekraftsambassadører.



En solid platform

Mattrygghet og kvalitet

Som en stor matvareprodusent er en av våre høyst prioriterte oppgaver å sikre at alt vi produserer oppfyller de høyeste standardene for mattrygghet og kvalitet. Dersom vi ikke lever opp til dette, ville det fått negative konsekvenser for helse og sikkerhet hos de som spiser produktene våre.

SLIK JOBBER VI



Vi har strenge retningslinjer for kvalitet og forbrukersikkerhet, for å sikre mattrygghet og kvalitet på produktene våre. Retningslinjene dekker alle trinn som kreves for å få maten på konsumentens bord, og gjelder for samtlige produksjonsanlegg og produktkategorier i hele NFE, inkludert alt produsert av tredjepart. De skisserer tydelig de nødvendige trinnene for å kunne identifisere, kontrollere og overvåke kritiske områder, som kan utgjøre en potensiell risiko for våre konsumenters sikkerhet.

Dette betyr at alle produkter som vi tilbyr skal være i samsvar med myndighetskrav i EU og landet der de selges. Det betyr også at produktene våre har høy konsistent kvalitet og at de er trygge for våre forbrukere.

Vi krever også at våre leverandører oppfyller disse høye standardene. Alle våre leverandører av råvarer og emballasje, samt våre samarbeidspartnere, risikovurderes ved hjelp av en



akkreditert garantiordning som følger Global Food Safety Initiative (GFSI) sitt rammeverk. Alle nye leverandører må akkrediteres hos BRC Global Food Standard i A-klasse eller en tilsvarende GFSI-standard før de godkjennes som leverandør. Sertifiseringsstatusen vurderes opp rutinemessig i tilfelle avvik.

VÅR FREMGANG

I løpet av 2017 mottok NFE 24 klager per million solgte produkt, som betyr at vi overleverte på målet vårt. Selv om vi jobber aktivt for å redusere antall klager gjennom vårt kontinuerlige utviklingsarbeid, så har vi valgt å ikke sette et mål om null klager. Vi vurderer kontakten vi har med våre forbrukere som verdifull, og en viktig informasjonskilde for hvordan våre produkter lever opp til forbrukers forventninger.



Motarbeidelse av korrupsjon og konkurransehemmende adferd

NFE ønsker for å motvirke korrupsjon og handlinger som kan hemme fri konkurranse. I tillegg til å være i strid med våre etiske regler og verdier, er korrupsjon ulovlig og representerer derfor en betydelig risiko for bedriften. Fri konkurranse er en viktig faktor for å fremme et rettferdig marked og sikre forbrukerens valgmulighet.

SLIK JOBBER VI



Vi forholder oss til samtlige lokale lover og regler for korrupsjon, og har i tillegg egne retningslinjer. I vår Code of Business Principles, Anti Bribery and Corruption Policy, Gifts and Hospitality Policy og Supplier Code of Conduct er det klausuler som omfatter bestillinger og korrupsjon. Våre prinsipper og regler for konkurransehemmende adferd dekkes i vår Code of Business Principles samt i vår Competition and Anti-Trust Policy.

Etter en intern gjennomgang i 2017 oppdaterte konsernledelsen vår Code of Business Principles og vår Gifts and Hospitality Policy med prinsipper som skal fremme en forretningsmessig adferd basert på integritet og transparens.

Alle ansatte må overholde våre retningslinjer. Disse kommuniseres gjennom interne kampanjer og opplæringer. Gjennom vår Supplier Code of Conduct understreker vi viktigheten av fri konkurranse for våre leverandører.

VÅR FREMGANG

Det har ikke forekommet noen hendelser av bestillinger, korrupsjon eller konkurransehemmende adferd i Nomad Foods Europe i 2017.



Fiske, dyrking og innkjøp med omtanke

Ansvarlig fangst av fisk og sjømat

Med fisk- og sjømatprodukter som en stor og viktig del av våre merkevarer, ønsker vi å ta ansvar og lede vei innen ansvarlig fiske.

Den globale etterspørselen etter fisk og sjømat fortsetter å vokse, og dette skaper gode muligheter for oss. Samtidig har overfiske og ødeleggende fiskemetoder ført til at mange av verdens fiskebestander nå er overbeskattet eller fullt utnyttet. Sammen med menneskeskapte faktorer slik som klimaendringer og plast i havet, setter dette et enormt press på havene våre, og utgjør en risiko for fremtiden til det marine livet.

Fisk- og skalldyroppdrett er en av de hurtigst voksende metodene for matproduksjon. Denne metoden har evnen til å løse mange av de ovennevnte problemene, og forbedre livet til mange innbyggere i utviklingsland. Samtidig så vokser også en viss uro over de potensielle miljømessige konsekvensene, slik som effekten av overgjødning og påkjenningene på eksempelvis mangroven.

Enkelte sosiale konsekvenser er også trukket frem, slik som brudd på menneskerettigheter.

SLIK JOBBER VI

Vi har jobbet for å sikre bærekraftige fiske- og skalldyrbestander i mer enn 20 år. Et av NFEs merkevarer, Birds Eye, var en av grunnleggerne av Marine Stewardship Council (MSC) i 1997. I Norge var Findus de første til å lansere MSC-sertifisert fisk, og i 2014 nådde vi vårt mål om 100 % MSC-sertifisering av all villfanget fisk i Findus' dagligvareprodukter. Vi fortsetter å ha en aktiv rolle i vårt samarbeid med MSC, eksempelvis gjennom å

2

påvirke og støtte utviklingen av nye standarder hos de fiskeriene vi handler fra.

Enten fisken vår er villfanget eller fra oppdrett, er vi forpliktet til å sørge for at fisket skjer på en bærekraftig måte. Dette gjør vi ved å benytte anerkjente sertifiseringsordninger for bærekraftig fiske, slik som MSC, i tillegg til strenge interne retningslinjer.

Villfanget fisk/sjømat



- Vi kjøper kun fra leverandører som er anerkjent av FAO eller som følger FAO Code of Conduct for ansvarlig fiske.
- Vi jobber aktivt med våre leverandører for å utelukke ulovlig, uregulert eller urapportert villfangst, og avstår fra å kjøpe fisk og sjømat fra bestander som er utarmet eller i bedring (som definert av FAO).
- Der det er praktisk mulig, kjøper vi kun bærekraftig fisket fisk- og sjømat, som er fanget og bearbeidet i henhold til MSCs standarder. All villfanget fisk som Findus Norge selger i butikk er MSC-sertifisert.



Fisk- og sjømatoppdrett



- Vi mener at ansvarlige standarder er avgjørende for at fisk- og sjømatoppdrett skal kunne være en levedyktig og bærekraftig matproduksjonsmetode.
- Vi kjøper kun fra leverandører som godkjennes av FAO, eller som følger FAOs Technical Guidelines for Aquaculture.
- Vi forventer at alle oppdrettsanlegg skal følge en eller flere av følgende sertifiseringssystem: Global Aquaculture Alliance (GAA BAP), GLOBAL G.A.P eller Aquaculture Stewardship Council (ASC).

VÅR FREMGANG

Vi jobber aktivt mot målet om 100 % sertifisering av all fisk av sjømat. **For Findus Norge er allerede 100 % av all villfanget fisk i dagligvare miljømerket med MSC.**



Over 90 % av all fisk og sjømat innen NFE er sertifisert som bærekraftig, hovedsakelig av MSC eller ASC.



Globalt sett er vi den suverent største brukeren av MSCs miljømerke. Denne ledende posisjonen betyr at vi har kunnet oppfordre flere leverandører av villfanget fisk til å delta i sertifiseringsordningen, og til å beholde sine sertifiseringer. Vi tar dette ansvaret på største alvor, og tror på en kontinuerlig utvikling av standarder som en kilde til fremgang.



Vi anser det som viktig å ta en aktiv rolle for livet i havet, og være en god representant for industrien. Derfor er vi tilstede i ulike bransjearrangementer for å oppmuntre til et bredere samarbeid i bransjen. I 2017 deltok Findus Norge for eksempel under Passion for Ocean-festivalen i Oslo, hvor vi sammen med MSC informerte om bærekraftig fiske.

Vi fortsetter å engasjere oss i nye sertifiseringsprosjekter, kampanjer ut mot forbruker og kunder, og prosjekter som fremmer livet i havet. Vi ser at oppdrett av fisk og sjømat er en del av løsningen. Derfor ønsker vi å ta en ledende rolle for å drive agendaen rundt hvordan vi kan sikre en fremtidsorientert strategi for havene.



Ansvarlig dyrking av grønnsaker

Som en ledende produsent av fryste grønnsaker, er tilgangen til næringsrike kvalitetsgrønnsaker, dyrket på en ansvarlig måte, helt avgjørende både for vår bedrift, men også for jordkloden.

Dårlig jordbrukspraksis kan føre til redusert biologisk mangfold, at farlig rester av plantevernmidler spres, samt økt mangel på vann. Dette vil ha direkte konsekvenser for vår virksomhet i form av uforutsigbare innhøstingsvolumer, og en generelt redusert produktkvalitet. Vi jobber derfor med å utvikle langsiktige og bærekraftige praksiser for å sikre både høy kvalitet og fremtidig tilgang.

SLIK JOBBER VI

Findus Norge har lang tradisjon for nært samarbeid med norske bønder og i alt kommer hele 94 % av vår totale grønnsaksportefølje fra våre 142 kontrakterte bønder.

Omtrent to tredjedeler av konsernets innkjøp av grønnsaker kommer fra kontrakterte bønder. Dette betyr at vi inngår kontrakt direkte med hver enkelt bonde, og at våre agronomer kan følge dyrkingen tett og sikre at våre avlinger er gjennomgående produsert i henhold til våre nøkkelpinsipper for ansvarlig og bærekraftig landbruk.

Dette betyr også at våre agronomer kan bistå i arbeidet med å sette opp tidsplaner for såing, gjødsling og innhøsting, og sikre at avlingene er godt beskyttet. På denne måten sikrer vi at hvert steg i dyrkeprosessen alltid skjer til optimalt tidspunkt, og at innfrysning skjer raskt etter innhøsting, slik at kvaliteten bevares hele veien til forbruker og kunde. Å utvikle langsiktige relasjoner til våre bønder er en fundamental del av vår måte å jobbe på. Vi er stolte over at vi som konsern har relasjoner som i snitt strekker seg tre generasjoner tilbake.



Våre viktigste prinsipper for ansvarlig og bærekraftig landbruk inkluderer tiltaksplaner for jordhelse, biologisk mangfold, næringskontroll, gjødsling, bruk av plantevernmidler og energistyring. Noen av disse prinsippene er:



- Maksimere matutbyttet og næringskvaliteten samtidig som ressursbruk og svinn blir så lavt som mulig.
- Håndtering og kontroll av jorden, vann og biologisk mangfold gjennom handlingsplaner for jordbruk.
- Tilrettelegge for at lokalsamfunn kan opprettholde eller forbedre deres levestandard og miljø.

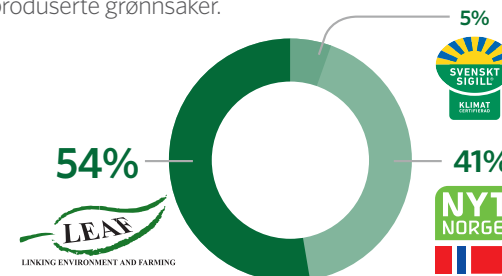
Den resterende delen av grønnsakene våre kjøper vi fra tredjepartsleverandører av frosne grønnsaker. Alle disse leverandørene må etterleve en rekke minimumsstandarder, for eksempel bestemmelser om plantevernmidler og etisk adferd.

For å sikre at vi anskaffer grønnsaker på en ansvarlig måte, samarbeider vi også med lokale sertifiseringsorganer og garantiordninger.

VÅR FREMGANG

i forhold til andelen av Nomad Foods Europas grønnsaker som er sertifisert av tredjeparter:

Våre norske grønnsaker er sertifisert av Nyt Norge. Våre svenske erter fra Toppfrys er klimasertifisert i henhold til Svenskt Sigill, og våre britiske erter er LEAF-sertifiserte. Dette tilsvarer **24 %** av alle Nomad Foods Europas egenproduserte grønnsaker.





Vårt fokus på grønnsaker fortsetter

I 2017 signerte Findus Norge intensjonsavtalen med helsemyndighetene, om å øke konsumet av grønnsaker med 20 % innen 2021. Gjennom å sette ekstra fokus, og videreutvikle vår grønnsaksportefølje, skal vi gjøre vårt for å bidra aktivt til å nå målet.

I 2017 fortsatte vi også arbeidet med Norfryg; et treårig forskningsprosjekt som har som mål å utvide sortimentet av norske grønnsaker, samt gjøre fryste grønnsaker mer attraktivt og tilgjengelig. Prosjektet er et samarbeid med produsentene Brødrene Fredberg og Hoppestad Gård. Matforskningsinstituttet Nofima og Universitetet for kjemi i Praha leverer forskning til prosjektet, og har blant annet testet utstyr for skånsom innfrysning av grønnsaker, bevaring av sunne næringsstoffer under lagring, og forbrukerinnsikt.



Et bærekraftig jordbruk er en sentral del av vår arv og vår fremtid. Til tross for at to tredjedeler av våre grønnsaker allerede i dag dyrkes i henhold til våre egne bærekraftsstandarder, vil vi ta ytterligere steg fremover. Vi anerkjenner verdien og troverdigheten til uavhengige sertifiseringsordninger, og vi ser frem til å samordne vår tilnærming til dette på tvers av konsernet med ett sertifiseringsorgan som dekker alle grønnsakene våre. Dette vil bli implementert i 2018, der vi skal måle eksisterende praksis på tvers av porteføljen og rulle ut beste praksis til flere varianter av våre grønnsaker.



Ansvarlig innkjøp

Selv om fisk og grønnsaker er våre prioriterte områder, har vi en rekke andre gode produkter i vårt sortiment. Ved innkjøp av alle råvarer følger vi våre strenge retningslinjer.

SLIK JOBBER VI

Vi har strenge innkjøpskriterer som ivaretar gjeldene myndighetskrav og regelverk, for alltid å sikre mattrygghet og kvalitet. Vi tar også hensyn til miljømessige og sosiale trender som våre forbrukere er opptatt av. I tillegg til dette har vi en risikobasert tilnærming til ansvarlig innkjøp. For ingredienser med høyere risiko, som for eksempel palmeolje, utvikler vi NFE-regler som går utover gjeldende myndighetskrav.

Palmeolje



Vi er ikke en stor forbruker av palmeolje. I de tilfellene der vi faktisk bruker denne råvaren, jobber vi for å sikre et ansvarlig innkjøp, og følger retningslinjene i henhold til Roundtable for Sustainable Palm Oil (RSPO)-standarden. Dette har vi gjort siden 2010. I de aller fleste produktene våre har vi erstattet palmeolje med alternative oljer. I et fåtall produkter, der råvaren bidrar til spesifikke teknologiske egenskaper, og vi ikke har noe godt alternativ, forsetter vi å bruke palmeolje.

VÅR FREMGANG

Vi samarbeider med våre leverandører for å nå målet om at 100 % av palmeoljen som brukes i NFEs produkter er sertifisert i henhold til Certified Segregated Palm Oil-standarden. For tiden er mer enn 90 % av vår palmeolje RSPO-segregert.

I Norge, Sverige og Danmark har vi allerede oppnådd 100 % segregering.



Vi ønsker å jobbe mer proaktivt med å utvikle retningslinjer for innkjøp av våre råvarer, og vurderer derfor vår risikoprosess. For eksempel gjennomgår vi nå våre retningslinjer for animalsk protein, og tydeliggjør vårt syn på antibiotika og fôr. De reviderte retningslinjene vil bli publisert i løpet av 2018.

Vi jobber også for å stadig forbedre vår transparens og sporbarhet i hele verdikjeden vår.

Respekt for menneskerettigheter

Tusenvis av mennesker er med på å dyrke og produsere råvarene og ingrediensene som brukes i våre produkter. Forsyningskjeden for matproduksjon og -bearbeiding er blant sektorene som er sårbare for brudd på menneskerettigheter. Som en følge av dette er det mer lovgivning på dette området, for eksempel gjennom krav som Modern Slavery Act i Storbritannia.

Vi vil sikre at de som bidrar til vår virksomhet behandles rettferdig. Derfor jobber vi intensivt for å implementere strenge etiske retningslinjer og rutiner, for å påse at dette etterleves i hele vår verdikjede. Vi jobber også med å sikre at våre medarbeidere får den opplæringen de trenger.

SLIK JOBBER VI



Alle våre leverandører må etterleve Nomad Foods Europas etiske retningslinjer som er en del av våre betingelser og vilkår for handel. Vi krever også at våre leverandører registrerer seg hos Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX), og at de gjennomfører egen-revisjon ved hjelp av spørreskjema fra SEDEX.

Leverandører som klassifiseres som høyrisikoleverandører vil bli bedt om å levere en uavhengig etisk revisjonsrapport, for eksempel SEDEX Members Ethical Trade Audit (SMETA) standard eller lignende. Nøye kartlegging gjør det mulig for oss å identifisere forsyningskjeder som kan kreve ekstra kontroller.

Hvis en leverandør unnlater å forhindre eller forebygge brudd på menneskerettigheter velger vi, der mulig, å samarbeide med leverandøren for å forbedre situasjonen. Vi forbeholder oss derimot retten til å avslutte avtalen med leverandøren, dersom forbedringer ikke gjennomføres.

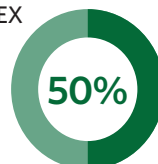
VÅR FREMGANG

Vi har nå jobbet med SEDEX i to år, og i slutten av 2017 hadde halvparten av våre direkteleverandører registrert en gjennomført egen-revisjon, som er i tråd med vår målsetning. Vårt nye mål er at 80% av våre direkteleverandører skal ha gjennomført en



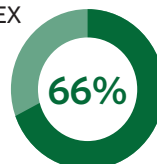
SEDEX-registrering innen utgangen av 2018. Vårt fokus i 2017 har vært på høyrisikoleverandører, hvorav to tredjedeler har registrert egenkontroller hos SEDEX. Vi har gjennomført en vurdering av halvparten av disse, for å bedre forstå deres rutiner og potensielle risiko. Vi har allerede finansiert 20 SMETA-revisjoner av leverandører med høyere risiko i løpet av de to siste årene, og vi tar sikte på å fortsette med et lignende revisjonsnivå fremover.

Leverandører
registrert hos
SEDEX



(mål 2017; 50 %)

Høyrisikosteder
registrert hos
SEDEX



For å sikre at alle våre nøkkelansatte er klar over risikoen for moderne slaveri og menneskehandel og kan hjelpe oss med å forhindre dette, gis opplæring til våre ledelsesteam, bærekraftsteam, innkjøpsteam og til de som jobber med leverandørkontroller.



Fokuset hittil har vært å sikre riktig grunnforutsetninger for vårt innkjøpsarbeid. Fremover vil vi ta en mer aktiv rolle i å verne om menneskerettigheter innenfor vår verdikjede. Vi innleder dette ved å implementere en nyutviklet og strengere Supplier Code og Conduct, som understreker viktigheten av etiske handelsvilkår og respekt for menneskerettigheter gjennom hele vår verdikjede.

Utover dette jobber vi med å tydeliggjøre vår introduksjonsprosess for nye leverandører, for å sikre at de forstår våre krav. Vi kommer også til å utvide vårt samarbeide med SEDEX til å inkludere aktiv risikoidentifisering, og på sikt også risikoforebyggende arbeid.

Sunn og næringsrik mat til alle

Vår næringsrike portefølje

Hver dag velger millioner av mennesker noen av våre produkter. Som Europas største leverandør av frossenmat, er det vårt ansvar å tilby sunne og næringsrike produkter som passer inn i et balansert kosthold. Takket være vår base av fisk- og grønnsaksprodukter har vi en unik mulighet til å gjøre dette. I 2017 utgjorde fisk og grønnsaker 65% av Findus Norges produktportefølje, og 78% av vår portefølje i dagligvarehandelen.

Økende fedme og tilhørende sykdomsrisiko i våre markeder gjør at myndigheter, interesseorganisasjoner og media øker trykket for at matindustrien skal handle frivillig for å forbedre ernæringsprofilen i produkter. Samtidig ønsker også forbrukerne et stadig større utvalg av sunn mat. Vi må derfor sørge for at våre produkter gjenspeiler forbrukerpreferanser samtidig som de holder følge med endrede regelverk.

SLIK JOBBER VI

Når vi utvikler nye eller endrer eksisterende produkter, har vi fokus på næringsinnholdet for å kunne tilby et stadig sunnere utvalg. Våre kokker, forsknings- og utviklingsekspertene har alle kompetanse innen ernæring. Retningslinjene vi benytter er forankret i uavhengige ekspertråd, slik som Verdens helseorganisasjon.

3

Vi har satt strenge krav til ernæring i vårt innovasjonsarbeid, og alle produkter kontrolleres nøye før lansering. Produkter som ikke tilfredstiller våre ernæringsmål gjennomgår en ny prosess før en lansering blir aktuell.

Vår ernæringsstrategi er utarbeidet i samarbeid med et rådgivende panel av ernæringsekspertene fra våre prioriterte markeder. Panelet treffes to ganger i året for å evaluere arbeidet, samt utvikle nye retningslinjer og strategier for videre ernæringsarbeid.



Vi kontrollerer våre produkter gjennom et eksternt verifisert ernæringsprofilverktøy, som beskrives mer detaljert i case studiet på neste side. Verktøyet bidrar til at vi kan gjøre en konsekvent og objektiv vurdering av hvor sunne våre produkter er, og hjelper oss med å identifisere forbedringspotensiale.





Søkelys på vårt ernæringsprofilverktøy

Vårt ernæringsprofilverktøy er en lett tilpasset versjon av det britiske Nutrient Profiling Tool OFCOM. Verktøyet bruker et forenklet system for å fordele poeng basert på næringsinnholdet i 100 gram av det aktuelle produktet.

SLIK FUNGERER DET

Poeng gis først basert på produktets innhold av spesielle kategori A-ingredienser, slik som energinivå, mettet fett, sukkerinnhold og natrium. Ytterligere poeng gis for positive C-næringsstoffer, slik som innhold av frukt, grønnsaker og nøtter, fiber og protein.

Poengsatsen som tilsvarende C-næringsstoffene trekkes fra poengsatsen som produktet fikk fra innhold av A-ingredienser. Den totale summen er produktets ernæringsprofilverdi.

Ernæringsprofilverdien plasserer produktet innenfor en av tre fargekategorier – grønn, oransje eller rød – der en gitt kategorisering tilsvarer et gitt handlingsmønster.

Score < 4

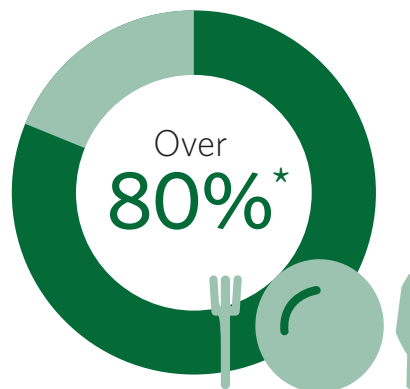
4 - 10

≥ 11

Healthier Meals
Choice

Verktøyet er verifisert av vårt uavhengige, rådgivende ernæringspanel, som har berømmet oss for at vi, ved bruk av dette verktøyet, har hevet standarden innenfor matindustrien.

VÅRE FREMSKRITT



Status:

Over 80 %* av vår portefølje er klassifisert som Healthier Meal Choices (HMC) i henhold til vårt ernæringsprofilverktøy. **I Norge var hele 89 % av Findus sin portefølje i 2017 klassifisert som HMC.**

* Tallene gjelder kun innenfor dagligvarehandelen.



Fremgang i 2017:

I 2017 var **88 %** av nye produktlanseringer** klassifisert som HMC. Dette er en overlevering av målet vårt på 85 %. **I Norge var 100 % av alle Findus' nye produkter klassifisert som HMC.**

** Disse tallene inkluderer ikke Gastro, Food Service, Spania, Kina, Ungarn, Hellas og Russland ettersom vi fortsatt jobber med å vurdere alle produktene som tilbys i disse markedene ved hjelp av vårt ernæringsprofilverktøy.



Saltpartnerskapet

I 2017 signerte Findus Norge intensjonsavtalen med Helsedirektoret, for å tilrettelegge for et sunnere kosthold. Ett av innsatsområdene i denne avtalen er saltpartnerskapet, hvor målet er å redusere saltinntaket i Norge med 15 % innen 2018. **I 2017 var 85 % av Findus Norges totale portefølje i samsvar med saltnivået, som definert i saltpartnerskapet.**



Inspirasjon til et sunt kosthold

Det er viktig at våre forbrukere og kunder forstår den rollen våre produkter spiller i det daglige kostholdet.

Derfor tilbyr vi sunne produkter med relevant informasjon, slik at alle kan foreta velinformerte måltidsvalg. Vi har dessverre erfart en negativ holdning til dypfrost mat, da den feilaktig antas å være gjennomgående usunn. Dette skaper en risiko for at vi mister mer helsebevisste forbrukere. Derfor jobber vi målrettet med å kommunisere helsefordeler ved dypfrost mat, både ut mot forbruker og kokker. Vi bruker merking på emballasjens framside der det er mulig for å løfte frem ernæringsfordeler, og for å tilbakevise eventuelle feiloppfatninger av våre produkter.

SLIK JOBBER VI



For å hjelpe forbrukere og kokker med å ta informerte måltidsvalg, har vi som målsetning å være transparente om produktenes ernæringsprofil.

Eksempelvis bruker vi tydelig merking på emballasjen der viktige næringsstoffer fremgår. Vi bruker helsemerking på emballasjen i land der det finnes og der det er kjent for forbrukeren, slik som eksempelvis nøkkelhullsmerket i Norge.



Økt konsum av fisk og grønnsaker

Som en del av intensjonsavtalen for et sunnere kosthold, som Findus Norge signerte med Helsedirektoratet i 2017, har vi forpliktet oss til å jobbe aktivt for å øke konsumet av fisk og grønnsaker med 20 % innen 2021. Gjennom å sette ekstra fokus på disse produktene i vår forbrukerkommunikasjon, videreutvikle vår fisk- og grønnsaksportefølje, samt jobbe aktivt for å sette mer

fisk og grønt på menyen, skal vi gjøre vårt for å tilrettelegge for sunnere måltider for våre forbrukere, og for kokkene som serverer våre produkter. **I 2017 utgjorde fisk og grønnsaker 65 % av Findus Norges produktportefølje, og 78 % av vår portefølje i dagligvarehandelen.**



Helsemerker

I Norge bruker vi nøkkelhullsmerket på relevante fiske- og grønnsaksprodukter. Vi oppgir også mengden av viktige næringsstoffer som er relevante for folkehelsen, slik som energi, fett, mettet fett, sukker og salt. Dette hjelper forbrukere med å forstå rollen våre matprodukter spiller i deres daglige kosthold.



Ansvarlig markedsføring og produktmerking

Våre produkter er laget for å passe inn i våre forbrukers hverdag. Derfor er det viktig for oss at vår markedsføring og produktmerking bidrar til å fremme sunne måltidsvalg.

SLIK JOBBER VI



All merking på våre produkter etterlever eller overleverer merkingsforskriftene i EU/EØS. Beslutninger om å inkludere frivillig merking, slik som MSC og nøkkelhullsmerket, samt produktpåstander på pakningen, vurderes ut ifra produkt, marked, og våre interne standarder.

Når det gjelder markedsføring, følger vi en etablert praksis i bransjen og virker innenfor det juridiske rammeverket i land der vi markedsfører våre produkter. Vi etterlever alle relevante lokale og europeiske selvreguleringer som påvirker hvordan vi markedsfører våre produkter. **Dette innebærer eksempelvis at vi i Norge ikke retter vår markedsføring mot barn, ettersom det ikke er lovlig.** I øvrige land der vi er etablerte, og hvor dette ikke er ulovlig, følger vi egne retningslinjer for kommunikasjon rettet mot barn, som tar utgangspunkt i foreldrenes ansvar for å ta informerte valg. Vi bruker for eksempel ikke grafikk, eller språklige budskap som oppmuntrer barn til å be foreldrene kjøpe våre produkter. Vi utvikler heller ikke markedskommunikasjon rettet mot barn under 12 år for produkter som ikke oppnår våre ernæringskriterier.



Vi er stolte over den næringsrike produktporteføljen vi har bygget våre merker på. Fremover vil vi fortsette å øke andelen Healthy Meal Choices (HMC), både ved å endre eksisterende produkter, gjennom innovasjon i utviklingen av nye produkter, og ved å bruke frysing som naturens konserveringsmiddel. Med ytterligere fokus på fisk og grønnsaker vil vi også foreta nye markedsinitiativ for å inspirere til et sunnere kosthold.



Bærekraftig drift

Vår innvirkning på planeten

Klimaavtrykk

Klimaendringer er blant de største truslene planeten vår står ovenfor i dag. Som næringsmiddelselskap anerkjenner vi hvor viktig det er å fokusere på innvirkningen både vi og våre partnere har på miljøet. Vi vet at for å kunne utvide virksomheten vår på en bærekraftig måte, må vi være oppmerksomme på hvordan vi bruker vår planets ressurser og i så stor grad som mulig redusere vår miljøpåvirkning.

SLIK JOBBER VI



Ettersom vi er et relativt nytt selskap, er det fortsatt en del arbeid som gjenstår med hensyn til sporing og reduksjon av vår påvirkning på miljøet. I 2017 fikk vi for første gang et nøyaktig anslag over vårt karbonavtrykk. Dermed er vi i en bedre posisjon til å kunne utvikle en ny miljøpolicy som spesifikt vil dekke karbonutslipp, vannforbruk og håndtering av avfall.

Kartleggingen av vårt karbonavtrykk innebar at vi gikk igjennom alle våre utslippskilder, og samlet relevante data som vi senere konverterte til CO₂-ekvivalenter. Resultatet ble kontrollert og verifisert av en ekstern part. Rammene for målingen ble fastsatt gjennom GHG Protocol. Inkludert i avtrykket er våre egne fabrikker, våre egne produksjonslinjer hos tredjepartsvirksomheter, våre eide transportere, vår del av tredjepartslagre, vår innkommende logistikk, samt en andel av annen eid tredjepartsproduksjon.

4

VÅRE FREMSKRITT

NFE Carbon Footprint (Kilotons, CO₂e)

60.1	Scope 1: Direkte utslipp fra egne og av Nomad Foods Europas kontrollerte kilder. • Naturgass • Diesel/bensin • Smøreolje • Flytende CO₂ og tørris • Propangass • Aircondition
62.4	Scope 2: Indirekte utslipp fra produksjon av innkjøpt energi. • Innkjøpt elektrisitet • Innkjøpt damp
161.4	Scope 3: Indirekte utslipp som finner sted i vår verdikjede • Gjenbrukt material og avfall • Diesel/bensin (leasede biler) • Flytende nitrogen • Propangass • Gjødelse • Fersk- og avløpsvann • Elektrisitet i eksterne lagerlokaler • Innkommende logistikk
284	2017 total



I løpet av 2017 så vi et antall positive eksempler på utslipps-reduksjon innenfor vår virksomhet. Blant annet gikk vår fabrikk i spanske Valladolid over til å kjøpe elektrisitet fra fornybare kilder, og våre norske fabrikker installerte LED-belysning.

Vann:



I 2017 brukte vi 5 050 575 m³ ferskvann i våre fabrikker, og 4 227 602 m³ avløpsvann ble sluppet ut.

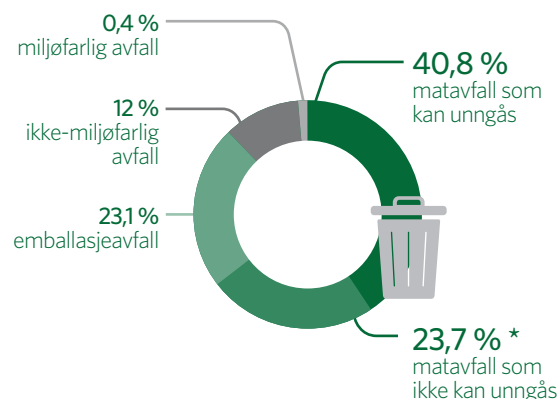
Avfall:



I 2017 produserte vi 51 600 tonn avfall, og 19 000 tonn gjenbruksmaterieell, hvorav største delen gikk til dyrefor.

Inndeling av avfallstyper

(ekskludert gjenbruksmaterieell)



* Ved produksjonsanleggene som håndterer våre grønnsaker er en del matavfall som ikke kan unngås, først og fremst på grunn av deler av grønnsakene som ikke egner seg for konsumering, eksempelvis blader, ertebelger og kålstilker.



Gjennom målinger vi har utført gjennom de tre siste årene, har vi nå et godt utgangspunkt for å kunne ta neste steg. Vi har innledet et analysearbeid der vi, gjennom å sammenligne våre anlegg, kan sette opp konkrete handlingsplaner for å redusere vårt klimaavtrykk. Ved å sette mål basert på Science Based Targets, som er basert på den seneste klimaforskningen, ønsker vi å skape en virkelig og betydelig fremgang.

Emballasje

Hvordan vi pakker produktene våre har konsekvenser for miljøet. Emballasje tjener mange formål, slik som å beskytte produktet, forenkle transporter, samt bidra til riktig porsjonsstørrelse. Utover dette kan emballasje også formidle viktig informasjon til forbruker, og tilby funksjoner som lukkemekanismer, som i seg selv bidrar til å redusere matsvinn. Gjennom å bevisst jobbe med forbedring av design og formål kan vi redusere påvirkningen vår emballasje har på miljøet.

SLIK JOBBER VI



Vår Responsible Packaging Design Code of Practice sikrer at all emballasje lever opp til de krav som stilles. Disse retningslinjene fokuserer på flere områder, inkludert begrensning av risikoen emballasjen har for menneskers helse, å sikre at overflødig emballasje unngås der det er mulig, samt å redusere den samlede effekten emballasjen vår har på miljøet.

For øyeblikket kan rundt 80 % av vår forbrukeremballasje på det norske markedet gjenvinnes. Vi jobber med et utviklingsprosjekt sammen med våre materialleverandører for å øke andelen.



Vårt mål er at 100 % av vår forbrukeremballasje kan resirkuleres innen 2022. For å etterleve dette følger vi utviklingen av nytt materieell. Vi forsøker samtidig å prioritere fra fornybare kilder, og der ser vi spesielt på papirbasert materieell.



Våre medarbeidere

Våre medarbeideres trivsel er helt avgjørende for Nomad Foods Europas virksomhet. I dag jobber mer enn 3 800 ansatte i 17 land, hvorav ca 300 i Findus Norge. Hvis dette ikke var en sunn, og engasjert arbeidsstyrke, ville vi slite med å fungere som en bedrift. Våre verdier innebærer å behandle alle som er en del av vår organisasjon på en ansvarlig og respektfull måte. For oss betyr det å tilby et trygt arbeidsmiljø med like muligheter for alle, samt tilby tydelige interne kommunikasjonskanaler.

SLIK JOBBER VI

Vår årlige medarbeiderundersøkelse viser flere positive resultater. Vi er stolte over å rapportere et engasjementsresultat på 84 %, som er på linje med bedrifter vi sammenligner oss med. Vår ambisjon er å drive opp engasjementnivået ytterligere for de kommende årene. I siste undersøkelse deltok 2 415 personer, som tilsvarer en svarprosent på 78 % - en fantastisk deltakelse.

Undersøkelsen viste at områder med forbedringspotensial inkluderer arbeidsformer, IT, kommunikasjon, karriere og opplæring. Gjennom hele virksomheten utvikler vi nå nye initiativ på disse områdene – et arbeide som støttes av vår visjon og våre verdier i plattformen «Our Way».

Helse og sikkerhet for ansatte

Vårt viktigste ansvar overfor våre ansatte er å sørge for at de er trygge på arbeidsplassen. Dette gjelder spesielt de i risikofylte stillinger, som de flere enn 2 000 ansatte ved våre fabrikker. Vi tar sikkerheten til våre ansatte svært alvorlig.



Vi har i dag en Occupational Health and Safety Policy på plass, som har behov for en oppdatering etter organisasjonsendringer i selskapet og senere endringer i lovgivningen.

Nøkkeltall innen helse og sikkerhet

- 01 Totalt antall ulykker som har ført til tapt arbeidstid: **10 ulykker**
- 02 Totalt antall registrerte ulykker med og uten fravær: **19 ulykker**
- 03 Totalt antall ulykker som har krevd førstehjelp: **4 ulykker**
- 04 Totalt antall registrerte nestenulykker og hendelser: **54 ulykker**



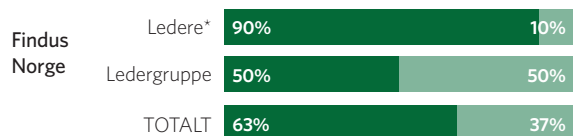
Vi er bevisste på at i løpet av 2017 oppsto det flere ulykker i NFE enn hva som forventes av en bedrift av vår størrelse. Vi har adressert dette ved å rekruttere en ny konserndirektør for HMS. Denne personen har som oppgave å oppdatere vår Occupational Health and Safety Policy, samt å etablere et felles Nomad Safety Management System for å tydeliggjøre prosessen for rapportering og eskalering av hendelser og skader. Vi har allerede identifisert to høyriskoområder i prosess-/maskinerelatert risiko og transportrisiko på arbeidsplassen. Vi vil også fokusere på å engasjere ledelsesteamene slik at alle er klar over sine roller og sitt ansvar og tilhørende helse- og sikkerhetsansvar.

Mangfold og inkludering

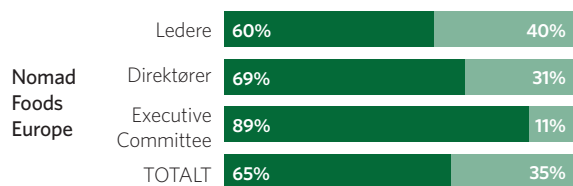
Mangfold og inkludering er viktige områder for oss. Vi har en mangfoldig forbrukerbase, og hvis vi ikke representerer denne forbrukerbasen i tilstrekkelig grad, risikerer vi å gå glipp av mange muligheter.

Lederskap, kjønnsfordeling

● Menn ● Kvinner



* Inkluderer ikke Norges ledergruppe



I Findus Norge har vi lenge jobbet med inkluderingsplaner og lønnskartlegginger, som har gitt gode resultater.

På konsernnivå har vi startet arbeidet med felles retningslinjer for mangfold og inkludering. Detaljene i disse retningslinjene er fortsatt under arbeid, men fokus vil være på å forbedre likestilling, og retningslinjene vil beskrive en rekke tiltak vi kan iverksette for en bredere tilnærming til mangfold og inkludering. Temaer for retningslinjene vil eksempelvis være ubevisste fordommer, fremheving av inspirerende suksesshistorier, rekrutteringsprogram med fokus på mangfoldig arbeidsstyrke, samt diskusjonsforaer, opplærings- og mentormuligheter.

Opplæring og utvikling

Vi vet at hvis vi investerer i våre ansatte, vil de ikke bare bli bedre til å utføre jobbene sine, men de vil også bli mer engasjert og motivert for å nå de målene som vi etterstrever i Nomad Foods Europe.

Når det gjelder opplæring og utvikling, har vi tro på 70:20:10-modellen. Dette betyr at for en NFE-ansatt vil 70 % av læring og utvikling finne sted på jobb, 20 % vil finne sted gjennom sosiale nettverk og coaching, og de siste 10 % vil skje gjennom formell opplæring.

Vi har også nylig lansert vårt første konsernomfattende lederutviklingsprogram, som er et 12-18 måneders program som tilbyr seminarer, coaching og digitale ressurser til ledere i våre markeder.

Ivaretagelse av ansattes interesser

Fagforeninger finnes for å beskytte våre medarbeideres interesser, og vi er glade for samarbeidet med disse organisasjonene for å sikre at alle parter er fornøyd.

Det internasjonale forumet for fagforeningsrepresentanter (INTREP) holder årlige møter med representanter fra alle våre markedsførings- og produksjonssteder. Målet er å informere

representanter om forretningsresultater, eventuelle planlagte endringer i bedriftsstrukturen og eventuelle kommende endringer i forsyningskjeden.

Noen ganger betyr endringer i vår virksomhet at vi ikke har noe annet alternativ enn å stenge en fabrikk eller et kontor. I disse tilfellene gjør vi alt vi kan for å sikre at endringene kommuniseres effektivt, og at alt gjøres for å gi NFE-ansatte de beste mulighetene til å finne nytt arbeid.



I det neste året skal vi fortsette å sikre at våre ansatte er godt informert og har god opplæring. Vi vet at vi har mye arbeid foran oss med å oppdatere vår tilnærming til helse og sikkerhet på arbeidsplassen. Dette arbeidet vil bli drevet fremover av vår nye Group Health and Safety Manager, for å sikre en konsolidert Helse-, Sikkerhet-, og Miljøpolicy for våre produksjonsanlegg.

Vi ser også frem til å gjøre fremskritt i forhold til mangfold og inkludering. Når de nye retningslinjene publiseres vil mange av våre ansatte ha gjennomført opplæring knyttet til mangfold og inkludering, og vi vil ha en rekke foraer på plass, slik som Women in Nomad Network og Early Career Network.

Findus og lokalsamfunnet

Bedrifter som aktivt skaper verdi for lokalsamfunnene de er tilstede i, oppnår tillit og økt støtte fra viktige interessentgrupper, slik som potensielle forbrukere og medarbeidere. Vi har som mål å spille en aktiv rolle i de lokalsamfunnene vi er tilstede i.

SLIK JOBBER VI

Vi mener at den beste måten å oppnå slik støtte fra lokalsamfunnet på er å engasjere seg på et svært lokalt nivå. Derfor unngår vi ovenfra-og-ned, standardiserte samfunnstiltak, og foretrekker en tilnærming der våre lokale ansatte, som forstår fellesskapene de er en del av, avgjør hvordan de best kan støtte lokale saker i sitt område.



Matdonasjoner

Det faktum at så mye som en tredjedel av maten som produseres kastes, samtidig som mange går sultne, ligger til grunn for at vi ønsker å donere mat. Ved å donere mat, gjør vi det mulig for oss å både redusere matsvinnet, og samtidig gi mat til flere.

Maten vi donerer går blant annet til Kirkens Bymisjon, som videre deler maten ut gratis til de som trenger det. I løpet av 2017 donerte vi rundt et halvt tonn mat.





Har du noen spørsmål
vedrørende Findus sin
bærekraftsrapport, eller vårt
generelle bærekraftsarbeid?

Ta gjerne kontakt med vår
Nordic Sustainability Manager
Maria Svantemark på
Maria.Svantemark@se.findus.com