



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2019

for BAMA Gruppen AS

□



Til lesere av rapporten

Næringslivet spiller en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Et velfungerende og ansvarlig næringsliv bidrar til bærekraftig utvikling gjennom verdi- og jobbskaping, og med nye løsninger på globale utfordringer. Likevel kan virksomheter også medvirke til negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Medlemmer i Etisk handel Norge har derfor forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for å jobbe for mer bærekraftig forretningspraksis.

Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Medlemmene er forpliktet til hvert år å rapportere om hvilke utfordringer de står overfor og hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene. Nå i 2020, er rapporteringsmalen ny og er bygget rundt OECDs modell for aktsomhetsvurderinger. Det er nytt for oss, og det er nytt for våre medlemmer. Det er denne rapporten du sitter med nå. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

Malen for medlemsrapporteringen søker å svare på forventningene til arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Rapporteringen til Etisk handel Norge dekker vesentlige elementer i rapporteringsrammeverket til Global Report Initiative (GRI) og kan benyttes som framdriftsrapport til Global Compact.

Heidi Furustøl

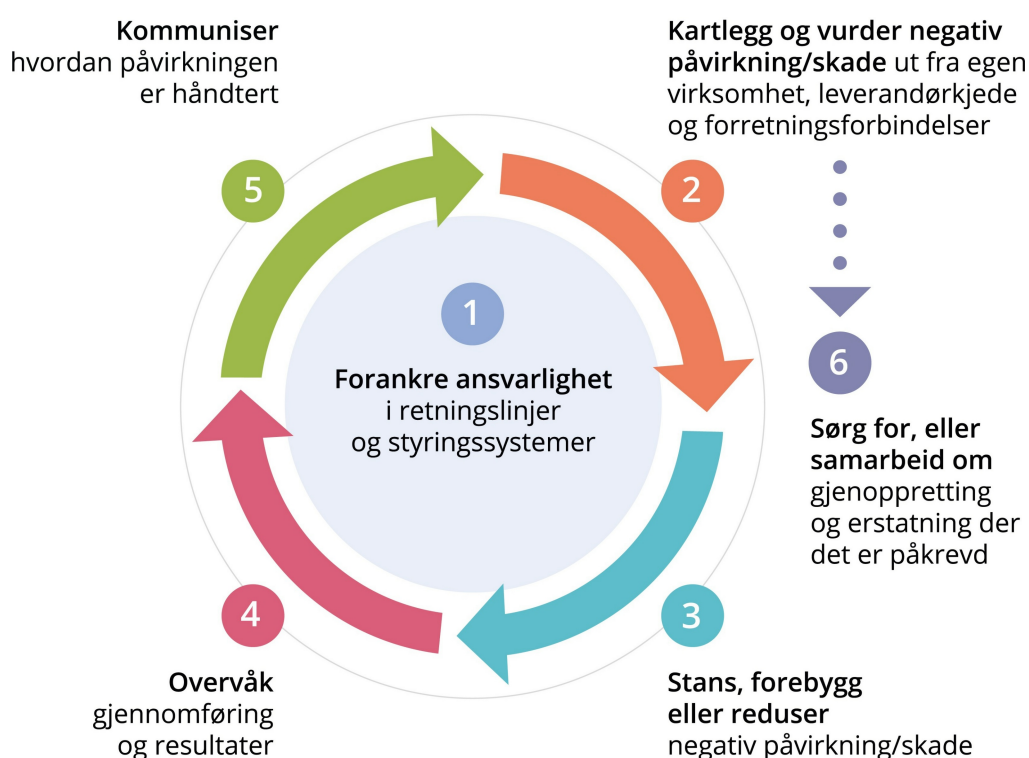
Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

Denne rapporten er bygget rundt FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Modellen har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig og bærekraftig forretningspraksis. Å være god på aktsomhetsvurderinger betyr ikke at en virksomhet ikke har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, men heller at virksomheten er åpen og ærlig om utfordringer og håndterer dette på best mulig måte i samråd med sine interessenter. Denne rapporten er delt inn i kapitler basert på denne modellen.



Forord av daglig leder

BAMA Gruppen AS vil bidra til en mer bærekraftig utvikling og har vært medlem av Etisk Handel Norge (EHN) siden 2002. Gjennom vårt medlemskap ønsker vi å stadig styrke innsatsen for å forbedre arbeids- og miljøforhold i vår leverandørkjede både på produkt- og tjenestenivå. På denne måten vil vi bidra til en positiv samfunnsutvikling. Vi ønsker også å bidra til en styrket oppslutning om etisk handel generelt. Som et ledd i dette arbeidet er etiske retningslinjer introdusert i hele BAMA-konsernet.

Vi kjøper frukter, grønnsaker, bær og poteter fra over 80 land globalt. Forholdene er forskjellige i de ulike land og hos våre ulike leverandører. Vi må utvise skjønn og respektere forskjellene i hvert enkelt tilfelle, - uten å kompromisse på våre grunnleggende verdier.

Vi erkjenner at det løpende er utfordringer både i Norge og verden forøvrig, og vi ser det som stadig viktigere å ha dialog og være på kontrollbesøk, samt være åpne om våre forbedringsprosesser.

Ved å være medlem av EHN forplikter vi oss til å jobbe aktivt for forbedringer i vår leverandørkjede. Dette arbeidet er basert på EHNs etiske retningslinjer for innkjøp. Ved å være medlem forplikter vi oss til å årlig å rapportere til EHN om vårt arbeid med etisk handel, noe denne rapporten er et svar på. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

" «Vi jobber for en etisk og bærekraftig matproduksjon i hele verden». "

Øyvind Briså
Konserndirektør

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

BAMA Gruppen AS

Adresse hovedkontor

Postboks 263 Alnabru

Viktigste merker, produkter og tjenester

Frukter, grønnsaker, blomster

Beskrivelse bedriftens struktur

BAMA Gruppen AS er et konsern som foretar innkjøp, produksjon, markedsføring og distribusjon av friske bær, frukter, fruktdrikker, grønnsaker, poteter, blomster, fisk

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

19 000 000 000

Antall ansatte

2 701

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering (fusjoner, oppkjøp eller lignende)

Oppkjøp av Saba Fresh Cuts med hovedkontor i Helsingborg, og produksjonsfasiliteter Helsingborg (Sverige) og Espoo (Finland).

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Øyvind Briså / Magne Svartbekk / Ola M. Bjerklund / Alvhild Hedstein

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

obri@bama.no / magne.svartbekk@bama.no / omb@bama.no / alvhild.hedstein@bama.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Innkjøp relatert til BAMA Gruppens kjernevirksomhet er inkludert i rapporten.

I 2019 har vi 230 leverandører med importavtale. Vi har i tillegg 1150 norske produsenter som er medlem av Gartnerhallen, som i årets rapport er definert som en leverandør.

Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

241

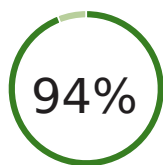
Kommentar til antall leverandører

BAMA Gruppen har hatt kontakt med 240 utenlandske leverandører i tillegg til norske produsenter som er definert som 1 leverandør pga medlemskap i Gartnerhallen.

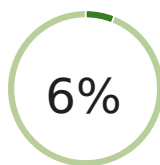
Type innkjøp/ leverandørforhold



Helt/delvis egneid
produksjon



Innkjøp direkte fra
produsent



Innkjøp via
agent/mellomledd/in



Annet

Produksjon av norske produkter via Gartnerhallen defineres som innkjøp direkte fra produsent.
Kjøp av leverandører / pakkehus som ikke er agent etc. defineres som innkjøp direkte fra produsent.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Norge :	1150
Spania :	205
Nederland :	51
Costa Rica :	10
Ecuador :	2
Italia :	68
Sør-Afrika :	40
Polen :	13

Gjelder de største land basert på volum/vekt.

Norge: Norske produsenter som er medlem av Gartnerhallen.

Utlend: Pakkhus / leverandører hvor BAMA Gruppen har direkte kontakt

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som bedriften har oversikt over, og hvor mange produsenter er dette basert på.

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

Dette er det umulig å anslå. Våre leverandører er alt fra mindre/mellomstore lokale/nasjonale produsenter til store multinasjonale selskaper. Antall ansatte er alt fra noen hundre til flere tusen. I tillegg så er vi ikke den eneste kunden hos noen av dem.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

--	--

Ikke aktuelt

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Gjennom dialog og tilsyn sikre at leverandørene følger BAMAs Code of Conduct

Status: Forsterket og utvidet nettverk: BananaLink, Landarbeiderfagforbund lokalt, regionalt og Internasjonalt, norske myndigheter, myndigheter i produksjonsland og lokalt i prod.landene, World Banana Forum, ILO, Tesco, andre andre importører, supermarkedskjeder i flere land. Gjennom dialog med leverandører har vi bidratt til å bedre sikkerhet og arbeidsmiljø en rekke steder.

2

Mål: Utvikle og innføre bærekraftindikator for matprodukter, med alle de tre bærekraftsaspektene miljømessig, samfunnsmessig og økonomiske forhold.

Status: Østfoldforskning, Wageningen instituttet og RISE er i gang med hovedprosjekt for å utvikle bærekraftsindikatorer for mat, med en referansegruppe. Arbeidet vil bli fullført i 2020, og gi grunnlag for forbedringsarbeid.

Igangsatt systematisk risikokartlegging globalt knyttet til miljørisiko (vann/klima, avskoging) og samfunnsrisiko (politisk/velferd/demokrati)

3

Mål: Kunne spore 100 % av produktene tilbake til leverandør og opprinnelse innen 4 timer

Status: Alle våre leverandører oppfyller nå våre krav til 100% sporing.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Fortsette dialogen og forbedringsprosess gjennom hele verdikjeden.

2

Utvikle et operativt verktøy for risiko-områder globalt, som grunnlag for bærekraftsforbedringer.



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av bærekraft i virksomheten handler om å ha relevante policyer og retningslinjer på plass, og effektive styringssystemer for implementering av disse. Sentralt i dette er virksomhetens arbeid med aktsomhetsvurderinger. Det vil blant annet si å ha strategier og planer for hvordan virksomheten identifiserer og håndterer virksomhetens negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø, også gjennom forretningsforbindelser og i leverandørkjeden. Gjennom å håndtere dette på en god måte bidrar virksomheten til oppnåelse av bærekraftsmålene. Tydelig forventning fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Arbeid med bærekraft bør være en integrert del forretningsdriften. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

1.A.1 Hva sier bedriften offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø?

Se Code of Conduct på Bama.no (overskrift "om Bama")

1.A.2 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Bærekraftstrategien ble utviklet etter vesentlighets- og risikovurderinger, samt vurderinger av hvor BAMA kan gjøre en forskjell og få et konkurransefortrinn. Våre retningslinjer tar utgangspunkt i vår bærekraftsstrategi (og FNs bærekraftsmål), menneskerettighetseklæringen og ILO konvensjoner. Policy er vedtatt av BAMA sitt konsernstyre. Gjennomføres i samarbeid/dialog med leverandører gjennom møter og besøk/revisjoner og konsultasjoner med fagforeninger, relevante NGOer og myndigheter både i Norge og i leverandørlandene.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med bærekraftig forretningspraksis organisert i bedriften, og hvorfor?

CSR-delen er lagt under Trading og ledes av en CSR-direktør som rapporterer til Konserndirektør for Trading. Det øvrige bærekraftarbeidet drives av Bærekraft og innovasjon som ledes av BAMAs bærekraftdirektør som også rapporterer til adm. direktør av BAMA Gruppen AS.

1.B.2 Hvordan blir ansatte gjort klar over at virksomheten skal være bærekraftig, og betydningen det har for de ansattes stilling og arbeidsoppgaver?

Det tas opp på konsernledermøter og i ledermøtene i forretningsenhetene, nasjonalt og internasjonalt. Bærekraftstrategi ligger på intranettet, og det publiseres aktuelle saker og nyheter knyttet til bærekraft inklusiv samfunnsansvar og miljø på intranettet vårt.

1.B.3 Hvordan sikres det at relevante ansatte har tilstrekkelig kompetanse til å gjennomføre arbeidet med aktsomhetsvurderinger?

Temaet diskuteres på de ukentlige avdelingsledermøtene i Trading. CSR direktør deltar på leverandørbesøk sammen med produksjefer og innkjøpere. COC og andre dokumenter ligger ute på intranett.

1.C. Planer og ressurser

1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser om å respektere mennesker, samfunn og miljø forankret i virksomhetens strategier og handlingsplaner?

All denne informasjonen er offentlig tilgjengelig på bama.no (om Bama)

1.C.2 Hvordan følges virksomhetens strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig opp i ledelse og styret?

Styret får status for hele bærekraftsområdet minst en gang i året, og diskuterer bærekraftstrategien. Ledergrupper diskuterer også temaene, og det er en del av opplæring for alle nyansatte.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i møte med forretningspartnere, spesielt i leverandørkjeden?

Alle leverandører må godta og underskrive Code of Conduct. Den ligger også åpent tilgjengelig på Bama.no

1.E Erfaringer og endringer

1.E.1 Hvilke erfaringer har virksomheten gjort seg om arbeidet med bærekraft i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

Vi har opprettet en egen avdeling for bærekraft og innovasjon som har i oppdrag å utvikle og gjennomføre strategi og handlingsplaner for bærekraft og innovasjon, samt inspirere, støtte og samarbeide med forretningsenhetene for å nå målene vi har satt. Vi har med andre ord økt ressursene, og også begynt med mer systematisk risikokartlegging.

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning eller skade på mennesker, samfunn og miljø, inkludert i leverandørkjeden og gjennom forretningsforbindelser. Det handler om å først danne seg et overordnet risikobilde, for så å prioritere mest vesentlige risikoområder for grundigere kartlegging og håndtering av funn. Hvordan virksomheten er involvert i eventuell negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, er sentralt for å avgjøre riktig respons og tiltak. Involvering av interessenter, spesielt påvirkede parter, er sentralt i kartleggingsarbeidet, så vel som i tiltak for å håndtere utfordringene på en god måte.

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

Å prioritere en eller flere risikoområder på bakgrunn av alvorlighetsgrad, betyr ikke at noen risiko er viktigere enn andre, eller at virksomheter ikke gjør noen med annen risiko, men at det som har størst negativ påvirkning prioriteres først. Kartlegging og prioritering er en kontinuerlig prosess.

2.A.1 List opp virksomhetens prioritert risiko for negativ påvirkning/ skade for mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
	Tvangsarbeid Fagorganisering og kollektive forhandlinger Barnearbeid Diskriminering Helse, miljø og sikkerhet Lønn Arbeidstid Miljø Korrupsjon Utslipp Drivhusgasser Energi Avfall Vann Materialbruk	Globalt

Alle temaene nevnt ovenfor inngår i vår COC og er viktige sjekkpunkter ved besøk og kommunikasjon med leverandører.

BEGRUNNELSE FOR HVORFOR DISSE UTFORDRINGENE ER PRIORITERT SOM MEST VESENTLIGE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

2.A.2 Beskriv kort virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og spesifikt hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. Beskriv hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/ dere har snakket med.

Vår bransje kan generelt sies å ha høy risiko. All bruk av jord medfører påvirkning av miljøet. Mange av våre produkter har sesong mellom 3-8 måneder (unntak er tropiske frukter) og det er derfor mye sesongarbeid. I tillegg så er landarbeidere en av de lavest lønnede jobbene over hele verden. Derfor er det store utfordringer forbundet med å sikre at arbeiderne forsvarlige arbeidsforhold og lønninger. Vår måte å kartlegge risiko på er derfor basert på en utstrakt bruk av nettverk som sitter inne med relevant informasjon (frivillige organisasjoner, myndigheter, fagforeninger og selvfølgelig våre egne leverandører). Vi skaffer oss informasjon fra disse gjennom regelmessige møter, skriftlig kommunikasjon, utveksling av rapporter og besøk.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen negativ påvirkning/skade for mennesker, samfunn og miljø som ble identifisert i kartleggingen i egen virksomhet, leverandørkjeden eller hos forretningsforbindelser i rapporteringsåret og hvordan disse er håndtert.

- En leverandør som importerte varer fra flere land og videreforedlet og blandet disse produktene hadde ikke full sporbarhet grunnet mange mellomledd. Vi krevde bedre oversikt over verdikjeden og har hatt en god dialog med leverandøren. Etter en full gjennomgang viste det seg at det var mulig å redusere antall mellomledd og opprinnelse. Det er idag full sporbarhet hos denne leverandøren.
- Ved flere besøk har vi identifisert problemer i forhold til HMS og sikkerhet. Eksempler: manglende rømningsveier i tilfelle brann, jordskjelv o.l., manglende sikring av containere som venter på opplasting (insekter kan komme inn i containeren, ulovlig gods kan smugles inn, o.l. Mange av disse avvikene er allerede lukket og det har blitt kontrollert ved oppfølgings besøk. Noen skal følges opp i løpet av 2020.
- Vi identifiserte noen tilfeller hvor det var manglende rutiner for kontroll av vannforbruk og det var gammelt utstyr som førte til for høyt forbruk. Noen er utbedret og andre er i forbedringsprosess. Følges opp i 2020

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere handler om å håndtere funn fra kartleggingen på en god måte. Virksomhetens mest vesentlige negative påvirkning på mennesker, samfunn og miljø prioriteres først. Dette betyr ikke at annen risiko er mindre viktig eller at det ikke håndteres. Hvordan virksomheten er involvert, er sentralt for å treffe riktige tiltak. Faktisk negativ påvirkning/skade som virksomheten forårsaker eller bidrar til må stanses, forebygges og reduseres. Virksomheter som er direkte forbundet med negativ påvirkning må bruke sin innflytelse til å få forretningsforbindelser (f.eks. leverandører) til å stanse, forebygge og redusere dette. Dette innebærer å utvikle og iverksettes planer og rutiner for å håndtere risiko, og kan kreve endringer i egne policyer og styringssystemer. Virksomheters vellykkede håndtering av negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.

3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Legg til mål, status på fremdrift, og beskriv tiltak dere har iverksatt for å håndtere virksomhetens prioriterte negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø

Prioritert negativ påvirkning/skade	
Overordnet mål :	Utvikle og innføre bærekraftsindikatorer for våre viktigste produkter.
Status :	Forprosjekt gjennomført, hovedprosjekt igangsatt.
Mål i rapporteringsåret :	Implementert et system for å vurdere bærekraft hos våre leverandører, knyttet opp til produktene. Gjennom dette vil vi kunne vurdere hvilke tiltak som er viktigst, ikke minst koblet opp mot risikovurderinger (f.eks. knyttet til vannmangel, avskoging, levestandard mv).

Utforte tiltak og begrunnelse :

Vi har gjennomført et forprosjekt med Østfoldforskning der de har plukket ut viktige indikatorer innenfor de tre bærekraftsområdene miljø, sosialt ansvar og økonomi, og så har vi testet ut disse indikatorene på to spanske og to norske leverandører for vurdere hvorvidt de kunne svare på våre spørsmål samt for å se hva vi burde ta tak i overfor disse leverandørene.

ANDRE TILTAK FOR Å HÅNDTERE NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE:

Beskriv virksomhetens gjennomgripende tiltak for å stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning/ skade på mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden

3.B.1 Reduksjon av miljø- og klimafotavtrykk

Vi kartlegger CO2-utslipp knyttet til transport av våre varer, og vi jobber kontinuerlig for å øke fyllingsgraden i transportene og få en overgang fra bil til sjø og bane, der det er mulig. Vi påvirker også våre transportleverandører til å gå fra fossilt til fornybart/utslippsfri transport.

3.B.2 Tilpassing av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Nesten alle våre innkjøp er nå direkte fra produsentland (produsent/eksportør) og vi har en langsiktig strategi. Vi tar inn få nye leverandører og bare når det er fordi de eksisterende ikke klarer å oppfylle våre krav til volum, kvalitet eller etiske krav (skjer veldig sjeldent) eller når det gjelder nye produkter. Ved inngåelse av nye kontrakter tillater vi alltid en rimelig tidsperiode for at leverandøren kan oppfylle alle våre krav dersom de ikke allerede gjør det.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Vi stiller ikke krav til sertifiseringer, men vår leverandøravtale og COC, som alle leverandører må forplikte seg til å oppfylle, inneholder krav som er på samme nivå som de fleste sertifiseringsordninger som finnes i vår bransje (GlobalGap, Fairtrade, Rainforest Alliance o.l)

3.B.4 Støtte aktivt opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, eller der lovverket ikke tillater dette, støtte aktivt opp om andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon

Dette er en av grunnpilarene i vårt arbeid med CSR. Alle våre leverandører forplikter seg til å respektere de ansatte sin rett til å organisere seg. Den gode kontakten vi har med fagforbundene rundt om i verden samt samarbeidet med ILO gjør at vi får informasjon dersom det oppstår problemer med dette. Vi har ikke hatt noen slike episoder i 2019, men dersom vi får slike meldinger kontakter vi leverandøren umiddelbart og vi tilbyr også assistanse for å opprette en dialog.

3.B.5 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Vårt bidrag til kompetanseheving og opplæring er en kontinuerlig prosess og utføres av alle som har ansvar for leverandørkontakt (konserndirektør, importsjef, produksjefer, kvalitets-konsulenter og CSR direktør). Våre besøk og revisjoner begrenser seg ikke til å påpeke feil og mangler og så forlange utbedringer. Vi tilbyr også råd og assistanse.

3.B.6 Andre planer og utførte tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade

Vår bærekraftsavdeling er støtte og rådgiver for alle forretningsenheter og stabsfunksjoner i hele BAMA Gruppen AS, og bidrar til at forretningsenhetene får bærekraft inn som en naturlig del i egne handlingsplaner og i produktutvikling.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. Er kartlegging og prioritering av mest negativ påvirkning gjort på en faglig god og troverdig måte, og som reflekterer de faktiske forholdene? Virker tiltakene for å stanse, forebygge og redusere virksomhetens negative påvirkning/ skade etter hensikten? Er skade gjenopprettet der det er relevant? Dette kan gjelde tiltak virksomheten gjør selv og som utføres av eller i samarbeid med andre. Virksomhetene må ha rutiner og systemer for å overvåke gjennomføringen og resultatene for å kunne vurdere disse. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger, brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

4.A. Overvåke og evaluere

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

Konserndirektør for Trading har det overordnede ansvar for at vi forhandler og handler, pakker, transporterer, produserer og leverer til våre kunder i tråd med våre bærekraftsmål.

Direktør for CSR har ansvar for dialog og leverandøroppfølging globalt, særlig knyttet til våre krav til etikk, anti-korrupsjon, arbeidsforhold, fagforeningsfrihet o.l. Effekten "overvåkes" først og fremst ved besøk hos produsent og gjennom etablert nettverk.

Direktør for bærekraft og innovasjon har overordnet ansvar for utvikling og gjennomføring av strategi, handlingsplaner og retningslinjer. Avdeling for bærekraft og innovasjon skal bidra til å heve kompetansenivået, være en pådriver samt rapportere på de 23 bærekraftsmålene som konsernstyret har vedtatt.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens og forretningsforbindelsers (f.eks. leverandørers) tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer.

Ved besøk hos produsentene og oppfølginger der negativ påvirkning har blitt observert, samt ved å be om egen-evalueringer.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at a large, industrial-style metal pot or pan on a stove. The background is a blurred kitchen environment.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomhetens aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis er at den bygger på konkrete aktiviteter og resultater. Det vil si ekstern kommunikasjon av policyer og retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, inkludert funn og effekt og resultater av tiltakene/aktivitetene.

5.A. Kommunisere eksternt

5.A.1 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer med berørte interessenter om håndteringen av negativ påvirkning/skade

Gjennom regelmessig kontakt og besøk.

5.A.2 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer offentlig rundt eget arbeid med kartlegging og håndtering av negativ påvirkning/skade

EHN-årsrapport

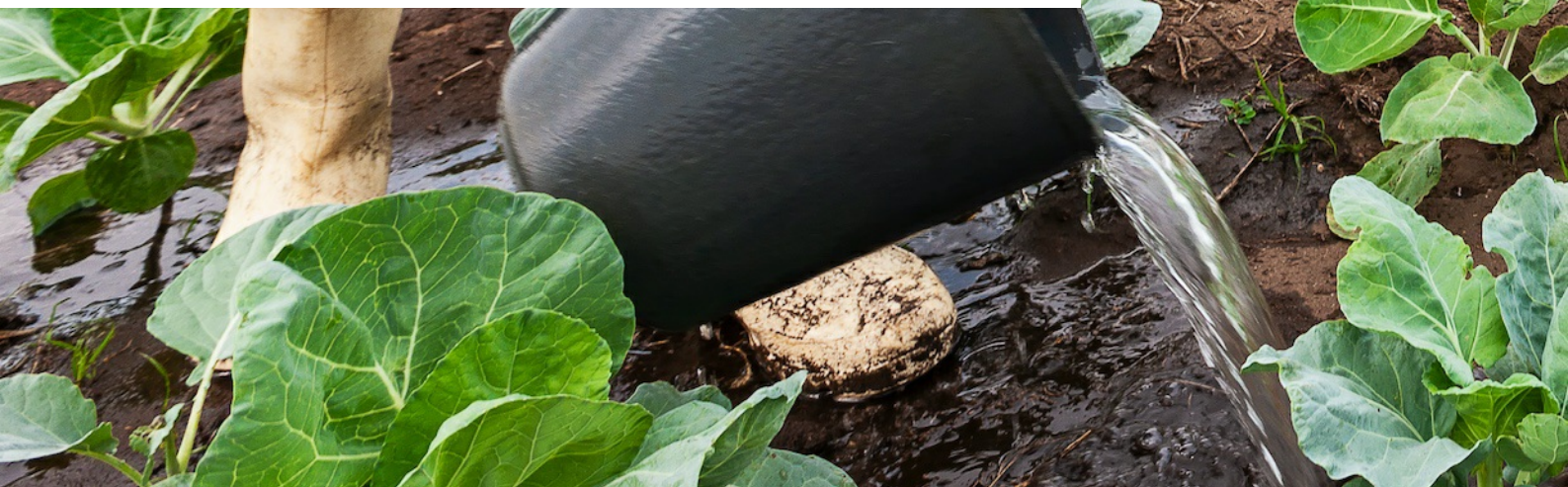
Våre egne internettsider



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket, eller bidratt til skade, på mennesker eller samfunn, håndteres den skaden gjennom å sørge for gjenoppretting, eller samarbeide om gjenoppretting. Gjenoppretting kan innebære økonomisk erstatning eller kompensasjon, en offentlig beklagelse, eller at en skade på annet vis rettes opp. Det handler også om å sørge for tilgang til klageordninger for arbeidere og/eller lokalsamfunn slik at de kan få sin sak hørt og håndtert.



6.A Gjenoppretting

6.A.1 Beskriv virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

6.B Tilgang til mekanismer for gjenoppretting

6.B.1 Beskriv hva selskapet gjør for å sikre at påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til effektive mekanismer for gjenoppretting, når det er aktuelt

Ved å sørge for at leverandørene oppfyller vår COC med de virkemidler som er beskrevet ovenfor

Kontaktinformasjon:

BAMA Gruppen AS

Øyvind Briså / Magne Svartbekk / Ola M. Bjerklund / Alvhild Hedstein

obri@bama.no / magne.svartbekk@bama.no / omb@bama.no / alvhild.hedstein@bama.no