



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2020

for Joh. Johansson Kaffe AS

JOH. JOHANNSON KAFFE AS
– kjent for god kaffe siden 1866



FNs BÆREKRAFTSMÅL



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

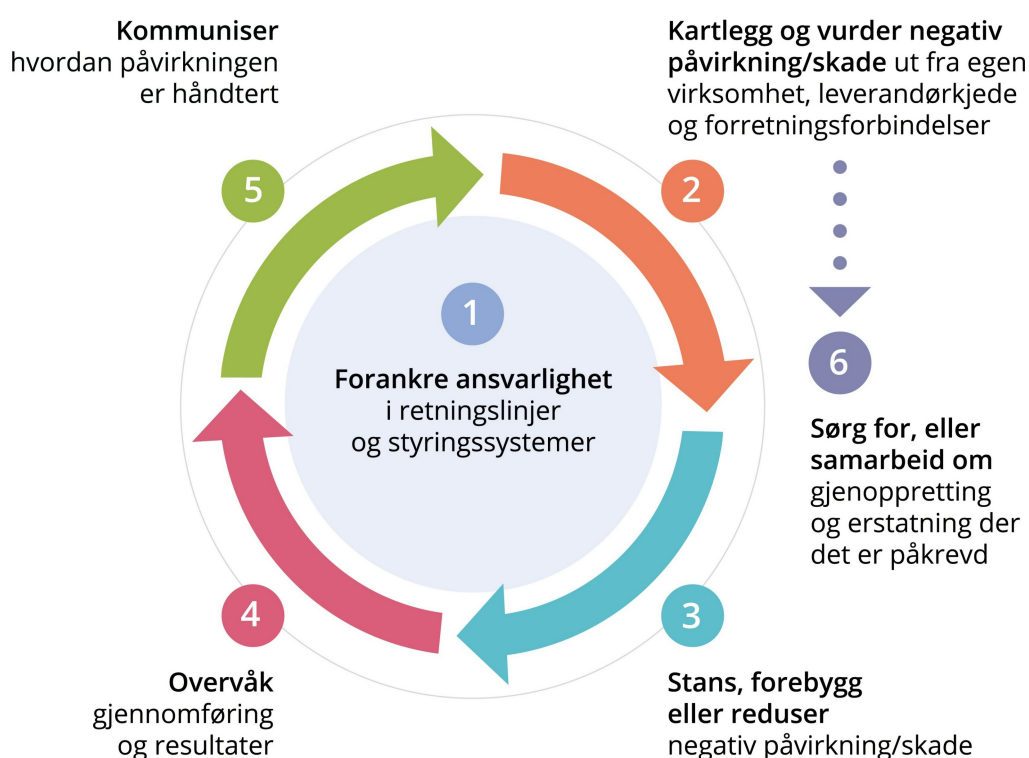
Daglig leder

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

Joh. Johannson Kaffe AS arbeider daglig for å bidra til gode arbeids- og miljøforhold, og er sitt samfunnsansvar bevisst gjennom hele leverandørkjeden. Vi ønsker å sikre at våre råmaterialer blir produsert under gode miljø- og arbeidsforhold. Og at alle ansatte og produsenter i alle ledd blir rettferdig behandlet.

Vårt medlemskap i Etisk Handel Norge er med på å sikre at dette arbeidet blir gjort forsvarlig og riktig rundt om i verden. Vi har derfor vært medlem av Etisk Handel Norge siden 2002 og vi har stor nytte av den kompetansen som medlemsorganisasjonen har. Medlemskapet i Etisk Handel Norge både forplikter og forbedrer vårt etiske arbeid, noe denne rapporten er et bevis på.

I tillegg til vårt medlemskap i Etisk Handel Norge er Joh. Johannson Kaffe AS partner i International Coffee Partner (ICP). ICP har en visjon om å gjøre små kaffeprodusenter mer konkurransedyktige og bærekraftige gjennom et langsiktig kunnskapsbasert arbeid, og hvor hjelp til selvhjelp er den grunnleggende bærebjelken. Så langt har ca 93 000 kaffebønder og deres familier tatt del i ICP's opplæringsprogrammer. Det utgjør ca 650 000 mennesker fordelt på 13 land. Innen 2023 har ICP et mål om å hjelpe ytterligere 50000 husholdninger. Dette er et arbeid Joh. Johannson Kaffe AS vil fortsette å støtte i årene fremover.

Nåtidens klimaendringer påvirker i stor grad avlinger, arbeidsforhold og livsgrunnlag for mange små og også noen mellomstore kaffeprodusenter. For å kunne sette inn virkningsfulle tiltak har ICP dannet et initiativ knyttet til klimaendringer kalt Coffee&Climate (C&C). Klimaendringene skaper forhold som kan true livsgrunnlaget og grunnleggende menneskerettigheter i produsentlandene, og det er noe som må adresseres i vårt og ICP's arbeid videre.

Coffee&Climates medlemmer består av alle medlemsbedriftene i ICP. Initiativet er imidlertid åpent for dedikerte partnere i kaffesektoren, noe som medfører at viktige og store aktører også kommet på banen i miljøarbeidet. Det er først når en ser på vårt medlemskap i Etisk Handel Norge, ICP og C&C samlet en får det totale bildet av virksomhetens samfunnsansvar i verdikjeden.

Espen Gjerde

Administrerende direktør

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Joh. Johannson Kaffe AS

Adresse hovedkontor

Filipstadveien 11-13

Viktigste merker, produkter og tjenester

Evergood Classic, Evergood DarkRoast, Evergood Koffeinfri, Ali Original, Ali Mørkbrent, Ali Frokost, Green World, Farmers, Cirkel og Intenso. Kaffeserien "Coffee of the World", Ali og Evergood Kaffefilter.

Beskrivelse bedriftens struktur

Joh Johannson Kaffe AS er en produksjonsbedrift eiet av NorgesGruppen ASA (NG). NG eier også Joh Salg AS som jobber med markedsføring og salg av Joh Johannson Kaffe AS sin produksjon, blant annet til NGs dagligvareforretninger. Da vi er eiet av NG rapporteres det jevnlig til ledelsen i konsernet.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 165 000 000

Antall ansatte

58

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

Ingen

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Tina Johansen, innkjøper.

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

tina.johansen@joh.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Råkaffe handles enten via agent eller direkte fra eksportør i produsentlandene. Flere av eksportørene er et kooperativ som farmerne selv er medeiere i. Både medlemmer og ikke medlemmer av kooperative kan selge kaffen sin til eksportøren. Joh. Johansson Kaffe AS inngår kjøpskontrakter som oftest langt frem i tid, ofte 6-12 måneder før levering. Det er av stor betydning for å redusere unødvendige kostnader hos produsent, som for eksempel overtids betaling. Ved å ha tett samarbeid med leverandørene om kvalitetskriterier har vi mindre antall reklamasjoner og minimalt med forsinkelser. Vi har en blanding av strategisk og operasjonell innkjøps modell. Den strategiske delen går ut på å pre kvalifisere leverandørene ved bruk av egenrapporterings skjemaer, og utsending av vår policy, i form av Code of Conduct, som leverandørene må signere. Den operasjonelle delen går ut på å gi årlige og kvartals vise prognoser til produsentene, og legge ordrer innen rimelig leveringstid. Joh. Johansson Kaffe AS Kaffe søker langvarige leverandørforhold.

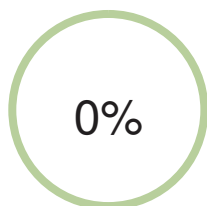
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

40

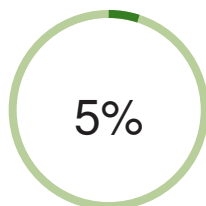
Kommentar til antall leverandører

Tallet viser antall leverandører som bidrar til varene vi selger.

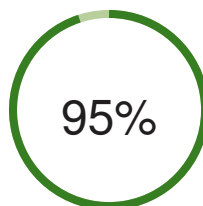
Type innkjøp/ leverandørforhold



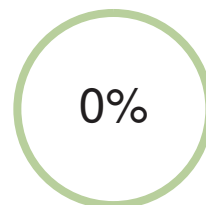
Helt/delvis egeneid
produksjon



Innkjøp direkte fra
produsent



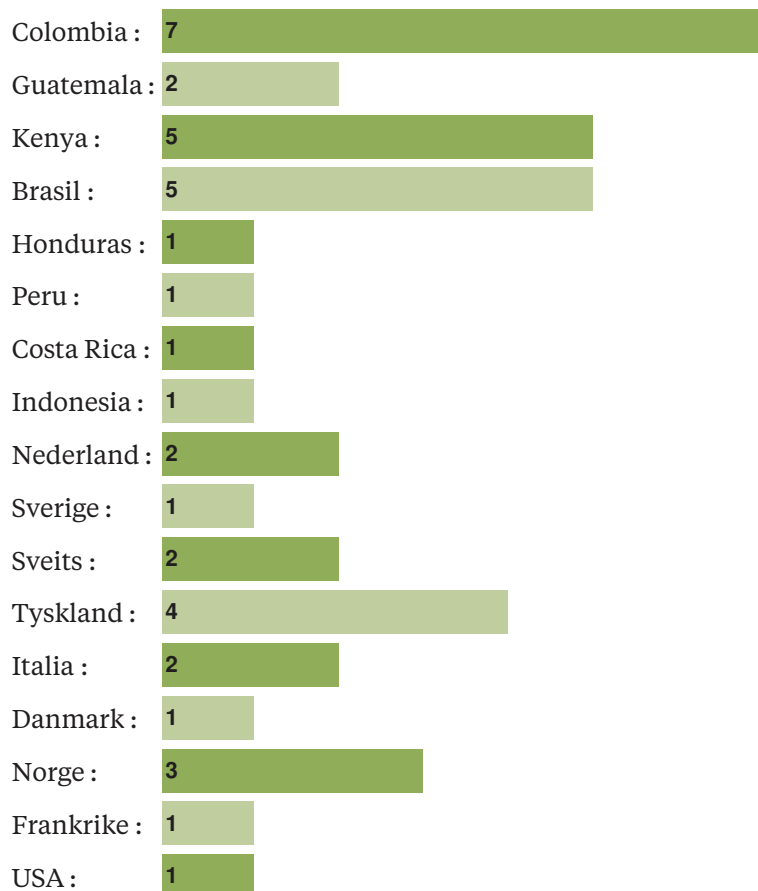
Innkjøp via
agent/mellomledd/in



Annet

Med agent menes en som har agentur for å selge kaffe for en eksportør. Et mellomledd (trader) er et salgsorgan/firma mellom eksportør og Joh. Johansson Kaffe AS. Når vi handler kaffe fra en trader spesifiseres i de fleste tilfeller hvilken eksportør vi vil kjøpe kaffe fra. Det er eksportørene vi besøker i produsentlandene. Vi kjenner derfor godt til produsent/eksportør selv om vi handler via agent/trader.

Liste over førsteleddsprodusenter per land



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

Antall arbeidere hos våre leverandører er ikke kartlagt. Vi vil ha som mål å begynne arbeidet med å kartlegge antall arbeidere i risikoland i 2021.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Grønn kaffe	Brasil Colombia Costa Rica Guatemala Honduras Indonesia Kenya Peru
Brent kaffe, emballasje	Sveits Nederland
Sjokoladepulver, melkepulver	Sverige
Filterpapir, frysetørr kaffe, liquid coffee, emballasje	Tyskland
Brent kaffe, ventiler	Italia
Filterpapir	Danmark
Brent kaffe, nitro kaffe, papp (emballasje)	Norge
Ventiler	Frankrike USA

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål : Produksjonen skal flyttes til nye lokaler i Vestby i løpet av 2020. Mål for 2020 er å flytte vår produksjon til Norges miljøvennlige kaffebrenneri, for å produsere kaffe på en mer bærekraftig måte.

Status : Oppnådd. Stor andel av produksjonen var flyttet til Vestby ved årsskiftet.

2

Mål : Revidere CoC og utarbeide nytt egenrapporterings skjema. Dokumentene skal sendes til alle leverandører mot slutten av 2020.

Status : Delvis oppnådd. Vår CoC er oppdatert. Alle leverandører av råkaffe har fått oppdatert versjon av CoC og egenrapporterings skjema i 2020.

3

Mål : Overgang til resirkulerbart materiale i kaffe-kapslene produsert i Sveits.

Status : Ikke oppnådd. Dette har vist seg tidkrevende og tidsfrist er forlenget til slutten av 2022.

4

Mål : Øke andel sertifisert kaffe

Status : Oppnådd. Vi har økt vår andel sertifisert kaffe med 14% fra 2019 til 2020. 85% av all innkjøpt kaffe var sertifisert i 2020.

5

Mål : Videreutvikle metodikk for aktsomhetsvurderinger på menneske- og arbeidstakerrettigheter og miljø i konsernet.

Status : Delvis oppnådd. Metodikken er utarbeidet og vil implementeres i 2021.

MÅL FOR KOMMENEDE ÅR

1

Øke andel sertifisert kaffe fra 85% til 100%

2

Bli ISO 14001 sertifisert. ISO 14001 er en anerkjent standard for miljøstyring.

3

Ferdigstille og publisere ny nettside for bedriften, der arbeidet med bærekraft blir godt ivaretatt.



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?

Våre forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø blir beskrevet på vår nettside, på NorgesGruppen sin nettside og i konsernets årlige bærekraftsrapporten, i vår rapportering til Etisk Handel Norge og i våre retningslinjer for etisk handel (Code of Conduct).

Vi som kaffeprodusent og innkjøper av kaffe har et ansvar for å sikre at kaffebøndene har gode vilkår, og at kaffen er dyrket på en måte som er bærekraftig.

<https://johjohannsonkaffe.no/ansvarlig-handel/>

<https://johjohannsonkaffe.no/etiske-retningslinjer/>

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

Overordnet policyer for bærekraft utvikles av NorgesGruppen. Som heleid datterselskap forholder Joh. Johannson Kaffe seg til konsernets føringer. Joh. Johannson Kaffe sin bedriftstrategi, retningslinjer og policy for bærekraft utvikles i tråd med føringer fra NorgesGruppen, og er forankret og vedtatt i relevante fora og av ledergruppen.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Joh. Johannson Kaffe AS rapporterer jevnlig til konsernet (NG). Administrerende direktør har det operative ansvaret for bedriftens bærekraftige forretningspraksis. Bedriftens strategi følges opp av ledergruppen, ledet av administrerende direktør.

Våre innkjøpere av grønn kaffe, emballasje, handelsvarer og tjenester som forvalter bærekraftsarbeidet i hverdagen. Dette gjør de med god forankring fra ledergruppen. Videre ligger bærekraft som en av våre forretningsideer, og det materialiserer seg i det meste av vår virksomhet. Å bygge Norges miljøvennlige kaffebrenneri i tre, gjenvinne det meste av prosessvarmen og å redusere vårt CO2-fortavtrykk fra produksjonen med over 80% er måter forretningsideen vår er med i alt vi gjør.

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

Ansatte med stillinger og arbeidsoppgaver relatert til bærekraft er kjent med dette gjennom avdelingsmål, rapportering og medarbeiderdialog.

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

For ansatte involvert i aktsomhetsvurderinger og risikohåndtering gjennomføres kompetanseheving etter identifisert behov.

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?

Bærekraft er forankret på høyeste nivå både hos Joh. Johansson Kaffe AS og i konsernet.

Bærekraft går igjen i hele vår strategi for perioden 2021-2025. Allerede i vårt verdigrunnlag er bærekraft med, sammen med Ansvarlig og troverdig, Kvalitetsbevisst, Nyskapende og Miljøfokusert. Vårt bærekraftsarbeid bygger på en tanke om at for å kunne være bærekraftig så må man finne en balanse mellom langsiktig lønnsomhet, miljø, arbeidsmiljø og samfunnsansvar.

Verdiene våre danner grunnlaget for handlingsplanene for perioden, der operasjonalisering og optimalisering av Norges miljøvennlige kaffebrenneri står sentralt, sammen med en videreføring av våre sterke merkevarer.

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

Virksomhetens strategier og planer følges opp jevnlig i møter med ledelse og styret. Det rapporteres jevnlig om fremdrift, muligheter og utfordringer. NorgesGruppen utgir hvert år sin års- og bærekraftsrapport.

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?

Joh. Johansson Kaffe AS tydeliggjør viktigheten av ansvarlighet og bærekraft på sine nettsider. Der er linket til både våre etiske retningslinjer og vår bærekrafts politikk.

<https://johjohannsonkaffe.no/etiske-retningslinjer/>

<https://johjohannsonkaffe.no/baerekraftpolitikk/>

NorgesGruppen sine retningslinjer for leverandører ligger på nettsiden deres.

<https://www.norgesgruppen.no/globalassets/muligheter/leverandorinfo/etiske-retningslinjer-for-innkjop.pdf>

Joh Johansson Kaffe har formidlet til sine leverandører, både skriftlig og muntlig, viktigheten av å følge opp innholdet i våre etiske retningslinjer, Code of Conduct (CoC).

Ved hjelp av egenrapporterings skjema (RAQ) er det kartlagt leverandørenes rutiner og systemer for å etterleve CoC. Og i våre tilbakemeldinger er det tydeliggjort at arbeidet med ansvarlighet og bærekraft er ekstremt viktig for Joh Johansson Kaffe AS. Joh Johansson Kaffe AS søker langsiktige leverandørforhold. Leverandørene blir ikke belønnet i form av incentiver/bonusordninger for ansvarlig og bærekraftig arbeid utover premium prisen farmerne får betalt for ulike sertifiseringsordninger.

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?

I 2020 har Joh. Johannson Kaffe vedtatt en ny strategi for perioden 2021-2025. I den nye strategien er bærekraft tatt inn som et satsningsområde.

Erfaring og kunnskap bedriften vår har opparbeidet seg etter mange år i kaffesektoren, med fokus på miljø og etisk handel, har resultert i at bærekraft står sterkere i vår bedriftsstrategi enn noen gang tidligere. 2020 er året vi flyttet til nye produksjonslokaler i Vestby. Anlegget gjør det mulig for oss å brenne kaffe med betydelig redusert energiforbruk og utslipp av CO₂. Videre skal vi oppfylle mål om å øke fyllingsgrad og gjøre emballasjen mer miljøvennlig/bærekraftig. Arbeidet med emballasjen er allerede i gang.

Det er viktig med samarbeid i bransjen for å gjøre kaffesektoren bærekraftig. Arbeidet vi får utrettet sammen med de andre partnerne i ICP og C&C, og resultatene prosjektene gir, er betydningsfulle og motiverende. Vi jobber for at de som er hardest rammet av klimaendringene, altså kaffebøndene, skal bli mer konkurransedyktige basert på bærekraftig praksis. I vår strategi er det vedtatt å fortsatte bidraget til dette bransjesamarbeidet.

Joh. Johannson Kaffe har et etablert kaffe brand som heter Green World, en økologisk kaffe med bønner fra blant annet Honduras. I rapporteringsåret er det bestemt at vi ikke lenger vil kjøpe kun økologisk sertifisert kaffe på grunn av stor avskogingsrisiko i produsentlandet. For å sikre at kaffen vi kjøper ikke bidrar til ytterligere avskoging skal vår økologiske kaffe, Green World, også være Rainforest Alliance (RFA) sertifisert. Å bevare skog er kjernen i RFA sin misjon.

Vår bedrifts aktsomhetsarbeid har i 2020 resultert i et behov for bedre innsikt og kunnskap om våre leverandørers bruk av fagorganisering og kollektive forhandlinger. Joh. Johannson Kaffe ønsker ansvarlige og bærekraftige leverandører som gir arbeiderne sine retten til fri fagorganisering, kollektive forhandlinger og arbeiderrepresentasjon. Vi har som mål å kartlegge dette i 2021.

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
Lav inntjening knyttet til ustabile og lave råvarepriser	Lønn	Brasil Colombia Costa Rica Guatemala Honduras Indonesia Kenya Peru
Vanskelige produksjonsforhold på grunn av klimaendringer	Miljø	Brasil Colombia Costa Rica Guatemala Honduras Indonesia Kenya Peru

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.

Risikovurdering av landene, råvaren og leverandørene vi handler fra er gjort ved å bruke:

- Internasjonale anerkjente nettsteder som rangerer land med tanke på menneskerettigheter, arbeidsrettigheter og miljø.
- Faglige og forskningsbaserte rapporter/artikler
- Leverandørenes besvarelser i egenrapporterings skjema (RAQ).
- Informasjon fra sertifiseringsorganene Rainforest Alliance, UTZ, Debio og Fairtrade.
- Bidra i International Coffee Partners (ICP) og Coffee & Climate (C&C)

Kaffesektoren sine to største utfordringer er:

1. Lav inntjening for kaffebøndene når markedsverdien for kaffe er lav (volatile priser)
2. Klimaendringer – som fører til utfordrende produksjonsforhold for kaffebøndene.

Det er en økende enighet i kaffesektoren om at bøndenes levebrød må være topprioritet for å sikre en bærekraftig fremtid for kaffe. Den kommende kaffegenerasjonen trenger å se en god fremtid for seg og sin familie på gården for at sektoren skal være en attraktiv arbeidsplass. Kaffe er en børsware, og markedet er preget av svingende, og ofte lave, råvarepriser. Det en kaffebonde tjener på avlingen sin påvirker både levestandard og drift av gården. Samtidig er klimaendringer en av vår tids største utfordringer. Når det gjelder å redusere klimagassutslipp, spiller landbrukssektoren en avgjørende rolle - så vel som når det gjelder å måtte håndtere virkningene av klimaendringene.

Kaffeproduksjon er sterkt påvirket av klimaendringer, og er samtidig en bidragsyter til karbonutslipp. Det primære mediet vi vil føle effektene av klimaendringer på er vann. Vanntilgjengeligheten blir mindre forutsigbar mange steder, med økte tilfeller av flom og tørke. Kaffeproduksjon krever mye vann, noe som er en stor miljøutfordring. For å sikre en bærekraftig kaffesektor må ikke produksjon og prosessering true lokale vannkilder. Bøndene må derfor ha kunnskap og midler til å redusere vannforbruk, og håndtere og resirkulere avfallsvann.

Joh. Johannson Kaffe kjøper Rainforest Alliance (RFA) sertifisert kaffe for å beskytte miljøet, bevare biologisk mangfold og fremme arbeidsrettigheter og menneskerettigheter for menneskene i vår leverandørkjede. Vi kjøper RFA sertifisert kaffe for blant annet å forhindre avskoging og vannforurensing, og for å hjelpe bøndene til en anstendig levestandard.

I verdens kaffesektor finnes mange småskala-produsenter, og det er nødvendig for sektoren som helhet å opprettholde småskala-produksjonen. For å sikre en bærekraftig kaffeproduksjon for fremtiden er det nødvendig å gjøre bøndene mer konkurransedyktige. Ved å øke bøndenes kunnskap om bærekraftig drift bidrar man til bedre og mer stabil inntjening, og igjen et bedre levebrød for bøndene og deres familie.

Joh. Johannson Kaffe ønsker å bidra til økt levestandard for kaffebøndene, og en bærekraftig kaffesektor. I vår egen leverandørkjede innebærer det å kjøpe sertifisert kaffe.

For å bidra i større skala har Joh Johannson Kaffe blitt med i International Coffee Partners (ICP). ICP er en non-profit organisasjon, og dets prosjekter velges, og styres, uavhengig av medlemmenes leverandørkjede.

International Coffee Partners (ICP)

ICP, stiftet i 2001, er en organisasjon og et bransjesamarbeid for å bidra til bærekraftig utvikling i kaffesektoren. Organisasjonens eiere og aksjonærer er Neumann Gruppe (Tyskland), Thibo (Tyskland), Gustav Paulig (Finland), Löfberg Lila (Sverige), Luigi Lavazza (Italia), Delta Kafeer (Portugal), Franck DD (Kroatia) og Joh. Johannson Kaffe (Norge).

ICP jobber i et strategisk partnerskap med stiftelsen Hanns R. Neumann Stiftung som implementerer ICPs prosjekter, og administrerer organisasjonen.

Initiativet sin visjon er å forbedre levebrødet for småskala-bønder ved å gjøre dem mer konkurransedyktige, basert på bærekraftig praksis. ICP utvikler og implementerer en helhetlig tilnærming for å forbedre levebrødet til bøndene og deres familier. Dette gjøres ved å fremme forbedrede og varierte produksjonssystemer på gårdsnivå, anvendelse av bærekraftig landbrukspraksis, utvikling av sterke bondeorganisasjoner, fremme likestilling og involvering av den kommende kaffegenerasjonen.

Som en lærende organisasjon vurderer ICP positive og negative erfaringer, og søker stadig bedre tilnærming og effektivisering ved å bruke et overvåking- og evalueringssystem. Prosjektene blir grundig vurdert av en uavhengig tredjepart, både for å vurdere prosjektenes innvirkning og dele av erfaringene som er gjort.

<https://www.coffee-partners.org/wp-content/uploads/2020/08/200709-ICP-Theory-of-Change.pdf>

<https://www.coffee-partners.org/>

Coffee & Climate (C&C)

Klimaendringene påvirker jordkloden nå.

C&C, stiftet i 2010 av ICP, er et åpent globalt partnerskap med kaffeselskaper og offentlige partnere som adressere de negative effektene av klimaendringene, og bidrar til å hjelpe kaffesektoren med å tilpasse seg.

C&C har laget en C&C-verktøykasse, utviklet som en åpen nettbasert plattform, for å effektivt håndtere klimaendringene. C&C-verktøykassen består av casestudier, retningslinjer, opplæringsmateriell og verktøy som utstyrt bønder og kaffesamfunn med verdifull informasjon. Verktøykassen er utviklet sammen med bønder, teknikere og noen av verdens ledende klimaeksperter, og er en god plattform til utveksling av kunnskap om kjente og innovative tilpasningsmetoder.

<https://coffeeandclimate.org/>

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.

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	Lav inntjening knyttet til ustabile og lave råvarepriser
Overordnet mål :	Påvirke inntjeningen til kaffebøndene positivt
Status :	Kontinuerlig prosess
Mål i rapporteringsåret :	Øke vår andel sertifisert kaffe. Fortsatte arbeidet i ICP og C&C.

Utforte tiltak og begrunnelse :

Vi har økt vår andel sertifisert kaffe fra 71% i 2019 til 85% i 2020, med hovedvekt på sertifiseringen Rainforest Alliance, etterfulgt av UTZ. En sertifisert kaffefarm har bedre forutsetning for å gjøre lønnsomme investeringer, øke sin produktivitet og produktkvalitet, og dermed få en bedre inntjening. ICP søker å øke lønnsomheten til kaffefarmene gjennom de ulike prosjektarbeidene. Å sørge for en mer lønnsom forretning for kaffebonden er med på å forbedre arbeidsforhold på gården.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Vanskelige produksjonsforhold på grunn av klimaendringer
Overordnet mål :	Hjelpe kaffebøndene å effektivt tilpasse produksjonen sin til klimaendringene, samt øke kunnskapen om bærekraftig produksjon.
Status :	Kontinuerlig prosess
Mål i rapporteringsåret :	Øke vår andel sertifisert kaffe. Fortsette arbeidet i ICP og C&C.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Utslipp fra landbruk og matproduksjon er en stor bidragsyter til klimaendringene, og de globale klimaendringene truer fremtidig kaffeproduksjon. Det er derfor ekstremt viktig å bidra til mer bærekraftig produksjon av kaffe, både ved å øke kunnskapen til farmerne og ved å kjøpe bærekraftig produsert kaffe til egen bedrift. Se informasjon om prosjektarbeidene på ICP og C&C sine nettsider. <https://coffeeandclimate.org/> <https://www.coffee-partners.org/> For mer informasjon om hvordan det gagnar bøndene og miljøet å kjøpe sertifisert kaffe, se nettsiden til Rainforest Alliance: <https://www.rainforest-alliance.org/articles/rainforest-alliance-certified-coffee>

Tverrgående tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

Beskriv virksomhetens tverrgående 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

I 2020 har Joh Johansson Kaffe startet sin produksjon i Norges miljøvennlige kaffebrenneri. Det nye anlegget på Vestby vil redusere utslipp av CO2 med 85% sammenlignet med vår produksjon i gamle lokaler på Filipstad. Bygget på Vestby har blitt Breeam-NOR (Excellent) sertifisert. Vår avfallsmengde reduseres med ca 90% ved at råkaffen transporteres i bulk (bigbag) istedenfor i sekker. Det er plass til mer kaffe i hver container ved å pakke kaffen i bulk. Dermed vil vi redusere transport av containere med ca 10% i året.

Rainforest Alliance fokuserer på naturlige klimaløsninger som skogbevaring, restaurering av skog og forbedret landforvaltning for å øke karbonlagring, unngå klimagassutslipp og gi kaffebøndene kunnskap om klimasmart kaffeproduksjon.

I rapporteringsåret har Joh Johansson Kaffe:

- økt fyllingsgrad i flere storhusholdningsprodukter.
- startet arbeidet med å øke fyllingsgrad i resterende produkter.
- startet arbeidet med å utvikle emballasje i mer bærekraftig materiale er i gang.

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

Kaffe er en sesongvare, og vi inngår kontrakter for kjøp av kaffe som oftest i flere måneder frem i tid (4-12 mnd). Leverandørene tilbyr oss pris for en spesifikk kvalitet og prisen styres av kvaliteten vi kjøper. Vi har ingen kredittid for betaling av fakturaer.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

I rapporteringsåret har Joh Johansson Kaffe:

- økt andelen av RFA og UTZ sertifiserte råvarer.

Vi erkjenner at bruken av sertifiseringsordninger bare er et av flere verktøy, og at det er nødvendig med annen oppfølging av leverandører/produsenter.

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

Fri fagorganisering og kollektive forhandlinger er et eget punkt i vår CoC som våre leverandører har signert. Utover dette har vi i rapporteringsåret ikke jobbet konkret med tiltak som gjelder fagorganisering og kollektive forhandlinger. Vi har som mål å kartlegge og øke vår kunnskap om våre leverandørers bruk av fagorganisering og kollektive forhandlinger i 2021.

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

Vi bidrar til utvikling, kompetanseheving og opplæring i vår leverandørkjede ved å kjøpe sertifiserte råvarer. I tillegg bidrar vi til det samme gjennom bransjesamarbeidet i ICP og C&C.

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



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

På konsern nivå er det fagsjef for bærekraftig handel som har dette ansvaret.

Joh. Johannson Kaffe sin ledergruppe, ledet av administrerende direktør, er ansvarlig for at vår bedriftsstrategi, og våre bærekraftsmål, blir iverksatt og gjennomført.

Overvåkingen av dette gjøres gjennom linjen, ved at vi gjennom risikovurderinger har identifiserer vår virksomhets negative konsekvenser for mennesker samfunn og miljø. Funn og tiltak fra risikovurderingene legges inn i handlingsplaner parallelt med andre aktiviteter vi gjennomfører. På denne måten unngår man separate systemer for oppfølging av at tiltakene gjennomføres.

Når det gjelder å revurdere og evaluere effekten av de tiltak vi beslutter og gjennomfører, så har nok JJK på linje med mange andre et forbedringspotensial. I den kommende strategiperioden vil det blir allokert mer ressurser til et mer dyptgående bærekraftsarbeid.

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 av kaffeplantasjer og små farmere har vi selv fått erfare at sertifiserte farmere har mer kunnskap om bærekraftig produksjon, har økt sin inntjening og dermed mer midler til å investere etter egne behov og ønsker. Coffee & Climate sin "toolbox" inneholder utprøvde verktøy, studier, retningslinjer og treningmateriell. Den er utviklet som en åpen online plattform og samler verdifull informasjon om jordbruskteknikker- og metoder som ruster kaffefarmere verden over til å tilpasse seg klimaendringer. Vi vet at store internasjonale aktører, som for eksempel Fairtrade, bruker C&C sin "toolbox". C&C har som mål å kunne hjelpe også annet landbruk utover kaffesektoren.

International Coffee Partners sine prosjekter drives av ansatte agronomer og fagfolk, og det rapporteres til medlemsbedriftene ved jevnlig styremøter.

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 setting.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomheters 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

I håndtering av negativ påvirkning/skade, avhengig av alvorlighetsgrad, omfang og vår muligheter for påvirkning, vil vi med utgangspunkt i situasjonen legge opp til en prosess hvor involverte parter deltar i prosessen for å forebygge, forhindre eller rette opp skade. Tilnærmingen til kommunikasjon vurderes ut ifra situasjonen og i samarbeid med berørte parter.

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

Via rapporteringen til Etisk Handel Norge, Joh. Johannson Kaffe AS sine nettsider, samt konsernets nettsider og års- og bærekraftsrapport. Ved forbrukerhenvendelser gir vi også spesifikk informasjon relatert til vårt arbeid med bærekraft og aktsomhetsvurderinger.



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

Dersom et avvik har skjedd skal vi iverksette tiltak for at de som er ansvarlige for bruddet i våre verdikjeder retter opp dette.

Der skade på mennesker eller miljø har forekommet i vår verdikjede skal vi søke at ansvarlig part arbeider for å gjenopprette skaden.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Vi har ikke hatt eller avdekket tilfeller som har krevd gjenoppretting i rapporteringsåret.

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

NorgesGruppen har en klagemekanisme på www.norgesgruppen.no som er åpen for alle ansatte i konsernet. Dette er også spesifisert i vår Code of Conduct.

Kontaktinformasjon:

Joh. Johansson Kaffe AS
Tina Johansen, innkjøper.
tina.johansen@joh.no