



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2020

for Mester Grønn

□



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

Mester Grønn vil være en samfunnsansvarlig bedrift og har vært medlem av Etisk Handel Norge siden 2005. Gjennom vårt medlemskap ønsker vi å stadig styrke innsatsen vår for å forbedre arbeids- og miljøforhold i vår leverandørkjede. På denne måten vil vi bidra til en mer bærekraftig utvikling. Vi ønsker å bidra til mer fokus på miljø og en styrket oppslutning om etisk handel generelt. Vi er derfor positive til å fortelle om våre erfaringer i ulike fora.

Ved å være medlem av Etisk Handel Norge har vi forpliktet oss til å jobbe aktivt for forbedringer i vår leverandørkjede. Dette arbeidet gjøres basert på Etisk Handel Norge sine etiske retningslinjer for innkjøp, og gjennom erfaringsutveksling med andre bedrifter. Arbeidet med forbedringer i leverandørkjeden er komplisert og utfordrende. Vi bruker de verktøyene som er tilgjengelig via Etisk Handel Norge, og har også egne konsulenter i Kina og India som følger opp det etiske. Det er likevel ingen garanti for at alt er OK i alle ledd. Men vi har forpliktet oss til å jobbe kontinuerlig for å gjøre forholdene best mulig. For de neste årene vil vår prioritering være å følge opp våre leverandører på miljø, og finne gode, systematiske og effektive måter å drive leverandøroppfølging på. Vi jobber for tiden med å utvikle en enda tydeligere bærekraftsstrategi som skal bidra til at vi mer målrettet tar tak i både egen drift og leverandørkjede. Vi vil bruke ressurser på å lære opp våre konsulenter og innkjøpere slik at de i større grad kan følge opp og utvikle våre leverandører i riktig retning.

Ved å være medlem har vi også forpliktet oss til årlig å rapportere til IEH om vårt arbeid med etisk handel, noe denne rapporten er et svar på. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

" For de neste årene vil vår prioritering være å følge opp våre leverandører på miljø, og finne gode, systematiske og effektive måter å drive leverandøroppfølging på. Dette skal vi få til gjennom å utvikle en enda tydeligere bærekraftsstrategi. "

Erling Ølstad
CEO

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Mester Grønn

Adresse hovedkontor

Gjellebekkstubben 7

Viktigste merker, produkter og tjenester

MESTER GRØNN AS

Beskrivelse bedriftens struktur

Mester Grønn AS eies av Mester Blomst AS og består av 130 heleide blomsterforretninger og et hovedkontor. Hovedkontoret håndterer alle fellessaker innen økonomi, logistikk, produksjon, kundesenter, teknologi, HR, innkjøp og marked.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 400 000 000

Antall ansatte

1 400

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

Påvirkning av Covid - 19 er viktigste endring siden forrige rapportering.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Rita Børke, HR direktør

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

rita@mestergroenn.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Ferskvarer handles stort sett direkte fra farmer, auksjonene eller produsenter. Handler med Kenya, Etiopia og Europa hovedsakelig. Kan ha mindre kvanta fra andre steder.

Tørrvarer kommer hovedsakelig fra Kina og India og bestilles direkte fra produsenter. Egne konsulenter følger opp innkjøpene.

Se for øvrig vedlagte konfidensielle innkjøpsmanual.

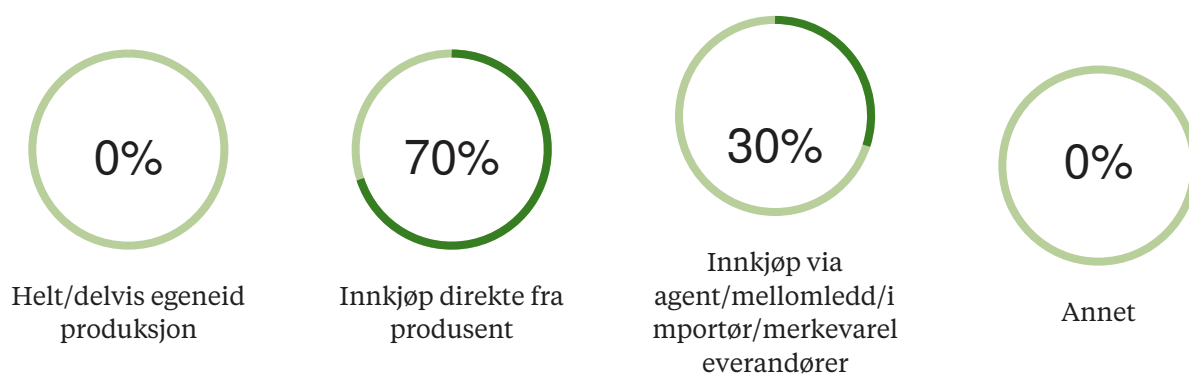
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

84

Kommentar til antall leverandører

Vi har mange leverandører vi har handlet med i over 10 år. Langsiktighet er viktig for oss når det gjelder leverandører.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Type innkjøp: regnet som andel av innkjøpsverdi uten frakt på andelen innkjøp via agent/mellomledd. Mellomleddet har i stor grad hatt en logistikk rolle.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Danmark :	3
Kina :	23
Etiopia :	3
Nederland :	11
India :	4
Kenya :	17
Sverige :	3
Italia :	2
Tyskland :	4
Bangladesh :	2
Hong Kong :	7
Tanzania :	1
Belgia :	2
Storbritannia :	1
Taiwan :	1

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 har vi ikke oversikt over.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Blomster	Kenya
----------	-------

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Ferdigstille strategi og bærekraftsmål

Status: Godt i gang, men ikke fullført. Hovedsakelig grunnet nødvendige omprioriteringer som følge av Korona og andre store prosjekter.

2

Mål: Implementere strategien i hele organisasjonen

Status: Overføres til 2021mål, se over.

3

Mål: Lage bedre struktur og system på aktsomhetsvurdering

Status: Dette er en oppgave hvor vi har tenkt på noen løsninger, og laget et første utkast til steg en gjennom et spørreskjema i forms. Men mye igjen. Må settes som videre mål for 2021 og 2022.

4

Mål: Oppdatere alle policy og rutiner

Status: Ny Policy og CoC er vedtatt i ledergruppen. Engelsk versjon av CoC er sendt for kinesisk oversettelse og utsendelse og signatur hos alle våre kinesiske leverandører.

5

Mål: Mer effektiv oppfølging på bærekraft fra våre konsulenter i Kina sin side.

Status: Utsettes til 2022

6

Mål: Produksjon av kurvpotter i Etiopia

Status: Første forsendelse er solgt, og neste produksjon er mottatt i Norge 2021.

7

Mål: Opplæring og oppdatering av innkjøpere på oppdaterte rutiner og aktsomhetsvurdering

Status: Måtte utsettes grunnet Korona. Fortsetter som mål i 2021

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Ferdigstille strategi og bærekraftsmål

2

Implementere strategien i hele organisasjonen

3

Lage bedre struktur og system på aktsomhetsvurdering

4

Opplæring og oppdatering av innkjøpere på oppdaterte rutiner og aktsomhetsvurdering

5

Oppdatere innkjøpsmanualen og samkjøre den med aktsomhetsvurdering og rapportering

6

Velge og evaluere relevante og vesentlige sertifiseringer.

7

Lage forslag til målemetoder for klimagassutslipp og sette et nullpunkt for selskapet.

8

95% gjenvinningsgrad av avfall på hovedkontoret (ca 90% i dag)

9

Bidra til bærekraftig vannforbruk i blomsterproduksjonen, spesielt i områder der vann er en knapp ressurs.

10

Innen 2030 skal 25% av våre pottedplanter være bievennlige.



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 ansvars 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?

«I Mester Grønn ønsker vi å være vårt samfunnsansvar bevisst. Vi mener at både virksomheter og individer må gjøre det de kan for å sette et så lite fotavtrykk i naturen som mulig. En av vår tids store miljøutfordringer er avfall og ikke-bærekraftig bruk av ressurser. Avfall på avveie ødelegger naturen rundt oss, og naturressursene spises opp. Vi ønsker å ta de miljøvennlige og etiske valgene, fordi vi som selger en bit av naturen og har et ekstra ansvar for å ta vare på den»

Det vil bli link til vår policy på vår hjemmeside, her: <https://www.mestergronn.no/mg/mestergronn-er-opptatt-av-etisk-handel.html>

Grunnet overgang til ny digital plattform er den ikke klar pr i dag.

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

Første utkast til CoC og policy for flere år siden ble utarbeidet gjennom en omfattende strategiprosess, hvor bedriftens ledergruppe selv formulerte og besluttet CoC. Den er basert på Etisk Handel Norges rammeverk, og er således et direkte resultat av medlemskapet. Det var viktig for selskapet at ledergruppa selv tok stort eierskap i denne prosessen, for å forankre dette tilstrekkelig i alle bedriftens områder. Policyen ble sendt på høring til diverse leverandører for innspill, f.eks. Kinesiske leverandører. Etter høring ble den endelig vedtatt av ledergruppa/styret og fremlagt allment tilgjengelig for alle ansatte. Den er også sendt ut til alle leverandørene. Ny oppdatert versjon er vedtatt i ledergruppa, basert på mal fra Etisk Handel Norge og gjennom arbeidet med bærekraftsstrategien. Den er oversendt kinesisk konsulent som skal oversette CoC til kinesisk og oversende denne til alle våre leverandører.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Arbeidet med bærekraftig forretningspraksis er fordelt på CEO, Innkjøpsdirektør, markedsdirektør og HR direktør. Hvor CEO har en fremtredende rolle mot eksterne, HR på det administrative, Markedsdirektør på det markedsmessige og Innkjøpsdirektør i forhold til leverandører og innkjøperne. I tillegg har vi en egen miljøsjef organisert i HR avdelingen.

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

Bærekraft er en del av strategien som er forankret hos alle lederne. Den er kommunisert til hver enkelt ansatt via diverse obligatoriske kurs, på hvert enkelt område, f.eks. et eget miljøkurs. Hver avdeling har to dedikerte miljømøter hvert år, med en fastsatt agenda, hvor vi sikrer at samtlige ansatte får korrekt informasjon og også involveres i miljøarbeidet gjennom diskusjoner om egne lokale mål.

En kommunikasjonsplan blir utarbeidet når ny Bærekraftstaretgi er vedtatt.

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

Det er utarbeidet en egen innkjøpsmanual som alle innkjøpere jobber etter. Aktsomhetsvurderinger gjøres på landinfo knyttet til hvert enkelt land, og i forhold til produkter, materialer og prosesser. Gjennom sjekklister knyttet til ulike risiki vurderes risiko på ulike tidspunkt i utvelgelsesprosessen. Det er laget skjema som benyttes og ved behov brukes det tester. Dersom noen av de kjente risikofaktorene foreligger skal det gjøres en formell risikovurdering i henhold til en utviklet mal. Alle vurderinger som er gjort samles i en egen mappe. Ved behov gjennomføres testene i henhold til rammeavtale med ASL i Norge. Ved behov sendes relevante på kurs, både i Etisk Handel Norge regi, eller andre eksterne som har relevant kompetanse.

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?

Ny bærekraftsstrategi er i sluttfasen for å bli vedtatt av ledergruppen. Det samme er tiltaksplan. I og med den ikke er vedtatt enda, har vi ikke en ferdig strategi eller handlingsplan å vedlegge. Men legger ved handlingsplan slik den ligger pt.

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

Bærekraftansvaret er delegert til hver enkelt leder, som skal følge opp strategien på sitt område. Det rapporteres jevnlig på bærekraft i ledergruppen. Bærekraftarbeidet skal gjennomsyre alt vi driver med. Vi mener derfor at dette ansvaret må ligge på hver enkelt ansatt, via avdelingsledere og ledergruppa.

Det rapporteres jevnlig på bærekraft til ledergruppen.

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?

Virksomheten tydeliggjør viktigheten av ansvarlighet og bærekraft gjennom utsendelse av selfassessment Questionary (mal fra Etisk Handel Norge), innhenting av businesslicense, utsendelse og undertegnelse av kontrakt og CoC, samt oversikt over farlige stoffer som ikke skal benyttes i produkter som produseres for Mester Grønn. Vedlagt følger eksempel på oversikt farlige stoffer og kopi av kontrakt som benyttes i Asia. Tilsvarende kontrakter benyttes i Afrika og Europa. Det utarbeides egne presentasjoner som benyttes i møter med forretningspartnere og dette er tema i besøk hos ulike leverandører. For å få til en bedre aktsomhetsvurdering, vil det være et prosjekt i 2021 for å lage et enkelt skjema i forms, som er lett å svare på for leverandørene og som gir bedre innsikt og mulighet for å vurdere våre leverandører.

Indikator

Andel leverandørbetalinger i rapporteringsåret som er utført i tide



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?

Arbeidet med bærekraft er svært krevende, og er gjenstand for en rekke motsetninger, f.eks. dilemmaet rundt handel med fattige land og klimautslipp, vannforbruk til produksjon vs. nødvendigheten av drikkevann mv. Disse dilemmaene viser hvor viktig det er å legge en konkret strategi som gir en retning til det beste for jordens mål om å nå FNs bærekraftsmål. Denne erkjennelsen har resultert i arbeidet med ny bærekraftstrategi som tar for seg FNs bærekraftsmål, og hva vår virksomhet konkret må gjøre for å bidra til oppfyllelsen av disse målene.

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
HMS - farlige stoffer, arbeidsforhold, barn mv. Miljø - bruk av skadelige stoffer, som mikroplast, sprøytemidler mv.		

Faste leverandører og langsiktig kundeforhold. Sjekk liste for mulige risiki i forhold til innkjøp og salg. Formell risikovurdering FØR kolleksjonsuken og etter. Ytterligere risikovurdering hvis nødvendig. Testing i forhold til definert testopplegg. Konkludere på om vi skal kjøpe og selge produktet.

Hvis ja, sette i gang nødvendige tiltak på produksjon og merking

Kontinuerlig testing og stikkprøver i forhold til det som er definert

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.

Et av våre store produkter til jul har vært julestjerner og andre blomster med glitter. Glitter er mikroplast, og salg av disse produktene medfører en stor risiko for at glitteret havner i naturen. Her ble ulike fagmiljøer knyttet til plast kontaktet. Gjennom prosessen ble det bestemt at Mester Grønn skal slutte med mikroplast og dette ble prioritert til tross for at salget da gikk ned. Dette ser vi har hatt en positiv effekt. Men vi har også lært mer om mikroplast og ser at det dukker opp flere steder som vi ikke har tenkt på. Arbeidet med å fjerne mikroplast fortsetter derfor videre i 2021.

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.

Det ble kartlagt at en stor del av blomsterkranser brukt til begravelser havnet i jorda. Oasis som er det vanligste underlaget for kranser, havnet da også i jorden, og forurenses denne. Kjeden har derfor utviklet 100% nedbrytbare underlag til kranser for å minske negativ påvirkning av jorda.

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	HMS - farlige stoffer, arbeidsforhold, barn mv. Miljø - bruk av skadelige stoffer, som mikroplast, sprøytemidler mv.
Overordnet mål :	Avvikle glitter som er mikroplast 100% nedbrytbare kranser til begravelse
Status :	Kuttet glitter på alle levende planter og tilbehør. Iverksatt 2019
Mål i rapporteringsåret :	Bedre rutiner for å håndtere og prioritere negativ påvirkning og skade på mennesker, samfunn og miljø.

Utforte tiltak og begrunnelse :

Når glitter utstilles på varer i butikker, og står i hjemmet til forbruker, drysser det store mengder av. I all hovedsak tas dette opp av vaskevannet og havner rett i avløpet og ut i havet. Glitter laget av plast er dermed en direkte kilde til mikroplast som havner i jord og vann.

Nye prioriteringer vil gjøres i forbindelse med implementering av ny bærekraftstrategi.

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

Stanset all bruk av glitter som i realiteten er mikroplast. Mye av glitteret går rett ut i naturen, og en stans av bruken av dette betyr mange kilo mindre mikroplast i naturen.

Mester Grønn handler med hovedsakelig sertifiserte farmer. At en farm er fairtrade sertifisert sikrer en bedre ivaretagelse av miljøet men også større rettigheter for kvinner blant annet knyttet til graviditet og foreldrepermisjon.

Nye prioriteringer vil gjøres i forbindelse med implementering av ny bærekraftstrategi

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

Har lang ledetid på alle bestillinger.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Har en betydelig andel fairtrade som sikrer mer bærekraftig produksjon pr i dag.

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

Har dette som punkt i CoC.

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

Har ikke eget mål på dette pr i dag. Men gjennom å ha sertifiserte farmer vil noe dekkes opp gjennom dette.

Medlemskap i Etisk Handel Norge har også sikret at mange av våre kinesiske og indiske leverandører har vært på kurs i regi av Etisk Handel Norge.

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

Nye prioriteringer vil gjøres i forbindelse med implementering av ny bærekraftstrategi



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

CEO har det øverste ansvaret. Alle innkjøpere, pluss alle som jobber med bærekraft har ansvar for å følge opp tiltak og effekt av tiltak knyttet til bærekraft og negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø.

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.

Dette er et område vi tenker bør jobbes videre med i forholdet til målet om forbedrede rutiner og policy. Det blir viktig å styrke kartleggingen for å sikre at behovet for spesifikke tiltak avdekkes.

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 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

Våre innkjøpere har jevnlig møter og skriftlig kommunikasjon med leverandører. I tillegg følges ordre opp av våre konsulenter, som også er på bedriftsbesøk. Det har ikke vært tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsåret.

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

Policy vil bli tilgjengelig på Mestergrønn.no. Vi har etablert ny digital plattform, og der er ikke linken klar når rapport leveres, men det påregnes og være OK veldig snart.



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

Ved brudd på våre etiske retningslinjer vil det være dialog med leverandør, og det skal lages en plan for utbedring av de mangler som har oppstått. Utbedring skal skje innen rimelig tid. Vi jobber uten mellomledd slik at det er enklere å avdekke og ha dialog rundt gjenoppretting direkte med leverandør.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke vært tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden. Men vi ser feks i skadedyrbekjempelse gjennom bruk av insektsmidler og gjødning så har det skjedd en endring fra skadelige midler til midler som heller bygger opp om naturen og således ikke gir fare for at gjenoppretting må skje.

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

Vi følger opp våre leverandører tett, og har langsiktig samarbeid. Vi har egne konsulenter som følger opp i Kina og India. I Afrika er det tett og direkte dialog med alle farmene som sikrer en god dialog dersom det skulle skje noe som krever gjenoppretting.

Gjennom blant annet medlemskap i FSI og at vi følger FSI standarden vil vi i større grad unngå behovet for gjenoppretting.

Kontaktinformasjon:

Mester Grønn
Rita Børke, HR direktør
rita@mestergronn.no