



MEDLEMSRAPPORTERING FOR

Kaffehuset Friele (fra juli 2016: Jacobs Douwe Egberts Norge AS), beholdt samme org nr og adresse

For 2015



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

Til lesere av rapporten

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

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

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



Per Bondevik
Daglig leder IEH

Forord fra: Jørgen N. Wiig, adm dir Jacobs Douwe Egberts Norge AS

Jacobs Douwe Egberts Norge AS ønsker å tilby kaffe som er produsert på en kvalitativ, miljøvennlig og sosialt ansvarlig måte.

Derfor samarbeider vi med internasjonale organisasjoner som har kompetanse på bærekraftig kaffedyrking, og nasjonale organisasjoner som har industrikompetanse på kvalitet, matsikkerhet, helse, miljø og energi.

Vi har vært medlem av IEH siden 2003, og samarbeidet med UTZ CERTIFIED og Fairtrade fra samme tidspunkt. Gjennom dette samarbeidet får vi hjelp til å drive kontinuerlig forbedring innenfor arbeids- og miljøforhold i vår leverandørkjede. Slik vil vi bidra til en mer bærekraftig utvikling.

Ved å være medlem forplikter vi oss til å arbeide etter IEHs etiske retningslinjer, som er i tråd med internasjonale konvensjoner. Som medlem har vi også forpliktet oss til å rapportere årlig om vårt samfunnsansvarlige arbeid. Rapporten er offentlig tilgjengelig.



Grad av besvarelse av rapporten

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

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

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

	JA	NEI
Trinn 2 - Screening av nye leverandører (indikator 2-1, punkt b-d)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 2 - Kartlegging av forhold hos enkeltleverandører (spørsmål 2.5)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 2 - Antall eksisterende leverandører kartlagt fordelt på metode (indikator 2-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 3 - Medgått tid for å betale leverandører (indikator 3-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Kompetansehevingstiltak hos leverandører (spørsmål 4.3)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak som gjelder arbeidsstandarder og menneskerettigheter (ind. 4-1)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Kartlegging og tiltak som gjelder arbeideres lønn (spørsmål 4.4)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Tiltak som gjelder fagorganisering og kollektive forhandlinger (spørsmål 4.5)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak - utbedring av mangler - som gjelder miljø (indikator 4-2)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak som gjelder korrupsjon (spørsmål 4.6)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Sertifisering av produkter, materialer og tjenester (indikator 4-3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringsprosjekter og tiltak (spørsmål 4.8)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trinn 5 - Kommunikasjon med interessenter (spørsmål 5.3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 5 - Håndtering av klager (spørsmål 5.5)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 5 - Antall klager og tiltak (Indikator 5-1)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Oppgi begrunnelse for at spørsmål ikke besvares:

Om bedriften

Navn:

Kaffehuset Friele (fra juli 2016: Jacobs Douwe Egberts Norge AS), beholdt samme org nr og adresse

Viktigste merkenavn, produkter og tjenester:

Egenprodusert kaffe: Friele Frokost kaffe, Krone kaffe, Cafe Noir, Barista-serie med spesialkaffe, Presskannekaffe, koffeinfri kaffe, sertifisert kaffe (UTZ, Fairtrade, økologisk)

Handelsvarer: Instant pulver kaffe, Senseo kaffeputer, Illy espresso, diAmore espresso kapsler, Friele varm sjokolade, Zengo Juice

Andre produkter: papp drikkebeget

Beskrivelse av bedriftens struktur:

Produksjonsbedrift med administrasjon og fabrikk i Bergen; salgskontorer i andre større norske byer. Hovedkontoret er fra 1. juli 2016 Jacobs Douwe Egberts i Amsterdam; vi har imidlertid beholdt vår innkjøpsfunksjon på råkaffe som tidligere.

Adresse hovedkontor:

Besøksadresse: Midtunhaugen 6, 5224 Nesttun

Postadresse: Postboks 175, 5852 Bergen

www.friele.no

Bedriftens størrelse:

Antall ansatte:

235

Omsetning (NOK):

947 000 000

Overordnet beskrivelse av leverandørkjeden:

Hvilke innkjøp som omfattes av rapporten:

Innkjøp av råkaffe, emballasje (folie/kartong), drikkebeget, handelsvarer

Antall leverandører:

50

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

Typen varer og tjenester	Prosentandel av innkjøp (%)
Råkaffe	75 %
Emballasje	6 %
Handelsvarer	11 %
Andre innkjøp	8 %

Leverandørtype:	Prosentandel av innkjøp (%)
Råkaffeeksportører	65 %
Eksporthandlere, kooperativer, kaffefarmer (første ledd)	10 %
Emballasje (første ledd)	6 %
Handelsvarer (første ledd)	11 %
Andre innkjøp	8 %

Region/land:	Prosentandel av innkjøp (%)
Sør Amerika	52 %
Mellom Amerika	12 %
Afrika/Asia	3 %
Europa	33 %

Kontaktinformasjon for rapporten:

Kontaktperson: Atle Engelsen

Tittel: CSR Manager (kommunikasjon og Samfunnsansvar)

Epost: atle.engelsen@friele.no

Telefon: 55926613/95219470

Innmeldingsår i IEH:

2003

“Jacobs Douwe Egberts Norge AS ønsker å tilby kaffe som er produsert på en kvalitativ, miljøvennlig og sosialt ansvarlig måte”





Mål og framdrift i rapporteringsåret

Mål	Status	Gjelder trinn i IEHs implementeringsmodell				
		1	2	3	4	5
Opprettholde andel sertifisert kaffe		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stille krav /dokumentasjon til våre viktigste leverandørere ang miljø og etisk handel.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kartlegge eksisterende og nye leverandører		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mål for kommende år

Mål	Gjelder trinn i IEHs implementeringsmodell				
	1	2	3	4	5
Opprettholde sertifisert kaffe i våre blandinger	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stille krav /dokumentasjon til våre viktigste leverandørere ang miljø og etisk handel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kartlegge eksisterende og nye leverandører	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



1. FORANKRE

Forankring i bedriften og hos leverandørene



1. FORANKRE FORANKRING I BEDRIFTEN OG HOS LEVERANDØRENE

Forankring i bedriften

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

Konsernet Jacobs Douwe Egberts er i likhet med Friele/ JDE Norge, opptatt av ansvarlig handel og bærekraftig kaffedyrking. JDE er verden største innkjøper av (UTZ) sertifisert kaffe.

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

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

Jørgen N. Wiig, Country General Manager

Atle Engelsen, CSR Manager

Bernt Tveitsme, C&T Sourcing Manager

Eli Fischer, HSEQ Specialist

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

Nei. Men sertifiserte kaffefarmer får en "bonus" i form av premium pris for den sertifiserte kaffen, samt økt salg og merpris som følge av større avling og høyere kvalitet.

Hvorvidt det er etablert rapporteringsrutiner for arbeidet med etisk handel:

I tillegg til IEH rapporteringen, har vi årlige rapporter til Miljøfyrtårn. Ifm innkjøp av sertifisert kaffe blir vi årlig sertifisert av UTZ Certified, Fairtrade, Debio, samt Veritas ifm matsikkerhet.

Annet:

Intern opplæring og bevisstgjøring

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

Alle ansatte får kontinuerlig informasjon om Friele's CSR arbeid og sertifiseringsordningene vi er tilknyttet. Dette skjer via intranett, interne møter, interne og eksterne kurs.

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

Opplæring av nyansatte (Frieles kaffeskole), informasjon på to årlige/nasjonale salgsmøter, årlig informasjonsmøte og avdelingsvise månedlige informasjonsmøter.

Forankring av etiske krav i leverandørkjeden

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

<http://www.friele.no/samfunnsansvar/ansvarlig-handel/etiske-retningslinjer/>

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

Hvordan hensikten med retningslinjene blir kommunisert:

Dette temaet blir formidlet når man besøker kaffe-eksportører, både skriftlig og muntlig. Dette gjelder også andre leverandører f.eks emballasje, handelsvarer etc.

Systemer for tilbakemelding og dialog med leverandørene:

Vi bruker Raid egnevalueringsskjema for de største leverandørene innen råkaffe. Vi benytter egenutviklede skjemaer for alle andre leverandører, som fokuserer på leverandørens matsikkerhet, miljøarbeid, kvalitet, HMS, etisk handel. Vi deler leverandørene inn i 3 kategorier: Råvareleverandører, emballasjeleverandører, leverandører/produsenter av handelsvarer, andre innsatsfaktorer.

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

Når vi kjøper råkaffe fra sertifiserte farmer er disse temaene i fokus. Dette gir farmene "belønning" i form av premium pris for sertifisert vare og mersalg pga god kvalitet og stabile leveranser.

Hvorvidt retningslinjene er oversatt til lokale språk:

Engelsk og Portugisisk.

Eventuelle andre relevante opplysninger:

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

Indikator 1 - 1: Angi prosentandel av bedriftens førsteleddsleverandører som er blitt kommunisert og har godtatt retningslinjene for etisk handel:

	2015	2014	2013
Total antall leverandører	50	50	40
Prosentandel basert på antall:			
Prosentandel basert på innkjøpsvolum:	50 %	50 %	35 %



2. KARTLEGGE

Kartlegging av risiko i leverandørkjeden



2. KARTLEGGING AV RISIKO I LEVERANDØRKJEDEN (DUE DILIGENCE)

Vurdering av nye leverandører

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

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

Hvis man ikke kan levere ønsket kvalitet, og til ønsket tid. Pris ift kvalitet er alltid viktig. Leveringsbetingelser (feks cif contra fob) kan også spille inn. Kan være viktig at leverandøren er sertifisert; særlig i land der man vet at det er høy risiko. Melding om grove brudd på etiske retningslinjer som fører til tap av sertifiseringer.

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

Hvis kontraktsfestede leveranser ikke blir levert til avtalt tid, hvis det er ustabil kvalitet, hvis leverandør har fått avvik på bakgrunn av mindre brudd på retningslinjer i sertifisering.

Velg fra liste hvilke konkrete metoder som benyttes i vurderingen:

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

Gi nærmere beskrivelse av metodene som har vært benyttet:

UTZ har egne programmer over 4 år der det stilles krav til kontinuerlig forbedring.

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

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

Prosentandel av nye leverandører kartlagt	2015	2014	2013
Prosentandel av nye leverandører kartlagt:	100 %	100 %	

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

Kartlagte mangler i 2015	Etiske krav som berøres	Land
Mottatt ny rapport fra revisjon hos Achof med utbedring av avvik i revisjonsrapport fra TAOS (jfr IEH rapport 2014) Achof flyttet til nye lokaler og følges opp videre i 2016.	Helse, miljø, sikkerhet(brann), kontrakt, lønn, arbeidstid	Kina

C) Av vurderte leverandører, rapporter:

Oppfølging av vurderte leverandører i 2015:	Prosentandel (%)
Prosentandel som ikke ble valgt som resultat av screeningen	
Prosentandel som det er stilt forbedringskrav til	

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

Potensielle nye Råkaffeleverandører i Brasil ble besøkt i 2015. Utover det er det få nye leverandører. Konsernet godkjenner leverandører på bakgrunn av befaring og revisjon. vi vil i mindre grad selv følge opp våre leverandører og deres underleverandører etter fusjon til JDE.

Oversikt over hvor produksjonen skjer hos eksisterende leverandører

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

Kjennskap til produsenter i nærmeste produksjonsledd (first tier):

Vi har god kjennskap og kunnskap om våre største eksportører, kooperativer og kaffefarmer (som også er eksportør).

Hvorvidt underleverandører og råvareproduksjon er kartlagt:

Igjen har vi god oversikt over de største; utfordringen knytter seg til de mange små kaffefarmer. Her benytter vi oss av sertifiseringsordninger, når vi mener at risikovurderingen tilsier det. Dvs når vi kjøper fra land/områder som vi vet har store kontraster i levestandard (Guatemala).

Kartlegging av Achof fabrikken i Kina gav oss god innsikt i de utfordringene som finnes i bransjen. (se oversikt over kartlagte mangler). Achof flyttet til nye lokaler og følges opp videre i 2016.

Utfordringer relatert til sporbarhet:

Utfordringene er igjen relatert til de mange små farmer.

Når vi kjøper fra kooperativer eller sertifiserte farmer, har vi god sporbarhet.

Andre relevante opplysninger:

Vi har oppgitt antall leverandører/eksportører.

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

Land	Antall
Brasil	10
Colombia	6
Guatemala	4
India	2
Nicaragua	2
Kenya	1
Indonesia	2
Tyskland	4
Polen	1
Danmark	1
Nederland	2
Sveits	1
Sweden	2

Metode for å kartlegge risiko hos eksisterende leverandører

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

Ja

Hvis ja, beskriv metode og kilder som er benyttet:

Vi kjøper hovedsakelig kaffe fra sør-og mellom-Amerika; noe fra Afrika og Asia. Land det er knyttet spesiell risiko til er Guatemala, Nicaragua, Honduras og Afrika generelt. Vi har informasjon om dette fra våre kontakter i disse land, samt generell omtale i norske offentlige kilder og medier.

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

Kriterier som er lagt til grunn for å prioritere hvilke leverandører som kartlegges
Leverandører som vi ikke selv besøker og som er i land der ILO konvensjonen ofte ikke overholdes.

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

Asia, Søramerika

Råkaffe, folie, kartong, pappbeger, handelsvarer

Metoder som er benyttet i kartleggingen:

Egne besøk, bruk av revisjonsfirma.

Eventuelt andre relevante forhold:

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

Antall leverandører kartlagt totalt	2015	2014	2013
Antall leverandører kartlagt	28	27	25

Antall leverandører kartlagt fordelt på metode	2015	2014	2013
Bruk av egenrapporteringskjema			

Beskrivelse av risikobilde i leverandørkjeden

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

Beskriv og begrunn spesielt:

Hvilke produsentland som anses å ha høyest risiko:

Guatemala, Nicaragua, Honduras, Kina og Afrika generelt.

Hvilke etiske krav som er mest utsatt for brudd:

Arbeidstidsbestemmelser, arbeid av barn og unge, minstelønn, kontrakt, HMS.

Utfordringer knyttet til underleverandører og råvareproduksjon:

Utfordringene er spesielt relatert til den store mengde av små produsenter, som enten leverer til en eksportør eller et kooperativ. I slike tilfeller støtter vi oss derfor til sertifiseringsordninger, og kjøper sertifisert kaffe.

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



3. TILPASSE

Tilrettelegging av innkjøpspraksis



3. TILPASSE TILRETTELEGGING AV INNKJØSPRAKSIS

Langsiktighet i leverandørrelasjoner

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

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

	2015	2014	2013
Prosentandel med langsiktige avtaler:	70 %	70 %	70 %

Innkjøpspraksis

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

Ja

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

Vi inngår som oftest langsiktige kontrakter og har ulike betalingsbetingelser for våre innkjøp.

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

Ja

Hvis ja, beskriv tilpasningene som er gjort:

Ønsker å knytte til oss sertifiserte leverandører.

Indikator 3-2: Medgått tid for å betale leverandører

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

Antall dager i standardbetingelser for å betale leverandører	2015	2014	2013
Antall dager for å betale:	212	180	0

B) Rapporter prosentandelen av alle leverandørbetalinger utført i tide:

Prosentandel av alle leverandørbetalinger utført i tide	2015	2014	2013
Prosentandel utført i tide:	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Vurdering av effekten av tiltak for å forbedre innkjøpspraksis

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



4. SAMARBEIDE

Forbedringer i leverandørkjeden



4. SAMARBEIDE FORBEDRINGER I LEVERANDØRKJEDEN

Produktdesign og råvarevalg

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

Ja

Hvis ja:

Beskriv tiltak som er gjennomført i rapporteringsåret:

Kjøpt (UTZ og Fairtrade) sertifisert kaffe av sertifiserte farmer. Utz Certified tilbyr opplæring og forbedringstiltak innenfor den såkalte tredelte bunnlinje: Miljø, sosiale forhold og økonomi. Eller som UTZ certified selv sier det: Planet, people, profit.

Beskriv hvilken effekt bedriften anser at tiltakene har:

Utz Certified har 11 kapitler i sitt sertifiseringsprogram, kalt Code of Conduct. Kapitlene omhandler kontrollpunkter som farmene må oppfylle i løpet av en 4 års plan innenfor områdene: Sporbarhet, ledelses-system, råvareprogram, jordforbedringsprogram, gjødsels-program, vannings-program, plan for innhøsting, plan for råvareforedling, lagring og transport, et eget kapittel for HMS, et eget kapittel om forvaltning av naturressurser og bio-diversitet.

Kompetansehevingstiltak hos leverandører

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

Ja

Hvis ja, oppgi:

Identifiserte kompetansehevingsbehov:

Kompetanse innenfor kvalitet, økonomi, effektivitet, miljøfokus, sosiale aspekter.

Planlagte kompetansehevingstiltak:

Stimulere farmer til å delta i sertifiseringsprogrammet til UTZ Certified.

Stimulere leverandører og underleverandører i utvalgte områder, til å gjøre forbedringstiltak for å sikre etterlevelse etter hms og etiske retningslinjer.

Leverandører som er omfattet med tanke på: antall, land/geografisk område og type leverandører:
Råkaffeleverandører i alle verdensdeler.

Forbedringstiltak hos leverandører

Q4.6: Beskriv tiltak som bedriften har gjennomført i rapporteringsåret for å motvirke korrupsjon i leverandørkjeden. Inkluder:

Krav til endring av leverandørers praksis og opphør av kontrakter:

Tiltak for å forbedre organisasjonens anti-korrupsjonsprogram:

Bruk av sertifisering

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

Vi samarbeider tett med UTZ Certified, som er verdens største leverandør av sertifisert kaffe. Gjennom sitt sertifiseringsprogram beskrevet i Code of Conducts får farmene delta i forbedringsprogrammer innenfor miljø, sosialt ansvar og økonomiske forhold. Vi har øket våre innkjøp av sertifisert kaffe i hele perioden siden 2003, og har en ambisjon om at mest mulig av våre råkaffeinnkjøp skal komme fra sertifiserte farmer. I 2015....

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

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

Kategori materiale / produkt / tjeneste	2015 % sertifisert	2014 % sertifisert	2013 % sertifisert
Råkaffe	30 %	50 %	50 %

Vis fordelingen per sertifiseringsstandard for rapporteringsåret:

Kategori materiale / produkt / tjeneste (i 2015)	Sertifiseringsstandard	% sertifisert
Råkaffe	UTZ	25 %

Kategori materiale / produkt / tjeneste (i 2015)	Sertifiseringsstandard	% sertifisert
Råkaffe	Fairtrade	4 %
Råkaffe	Debio/Økologisk	1 %

Vurdering av effekten av forbedringstiltak

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



5. KOMMUNISERE

Bevisstgjøring, dialog og oppslutning



Intern og ekstern kommunikasjon om etisk handel

Q5.1 Beskriv hvordan bedriften kommuniserer 'internt' om arbeidet med etisk handel: Dette gjøres regelmessig på intranett, avdelingsmøter, informasjonsmøter, salgsmøter. Det utarbeides brosjyrer, rapporter, undersøkelser, annonser, informasjonfilmer.

Q5.2 Beskriv hvordan bedriften kommuniserer 'eksternt' om arbeidet med etisk handel: Dette skjer i form av annonser hovedsakelig i faghandelsmedia rettet mot private og offentlige bedrifter og organisasjoner. Vi er dessuten ofte invitert til å holde foredrag i ulike næringslivsfora om vårt arbeid med samfunnsansvar.

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

Hvilke interessentgrupper som var involvert
Om det gjaldt dialog om påvirkning av bedriftens aktiviteter i leverandørkjeden.
Om det gjaldt kommunikasjon av bedriftens resultater av arbeidet med etisk handel

Tema	Interessenter	Om påvirkning av bedriftens arbeid	Om resultatene av bedriftens arbeid

Q5.4 Oppgi nøyaktig webadresse hvor bedriften publiserer informasjon og/eller rapporterer om arbeidet med etisk handel:
<http://www.friele.no/samfunnsansvar/rapporter/>

Klageordninger

Q5.5 Beskriv bedriftens håndtering av klager og varsling om risikoforhold i leverandørkjeden fordelt på:

Kartlegging av klager til etablerte ordninger, så som leverandørens egne klagemekanismer, nasjonale tilsyn i produsentlandet og internasjonale klagemekanismer (eks. OECDs kontaktpunkt): Sertifiserte kaffefarmer blir inspisert årlig, gjennom varslete og anonyme inspeksjoner. Dette for å avdekke evt brudd på sertifiseringsbestemmelser.

Egne ordninger for å motta og behandle klager fra interne og eksterne interessenter:

Internt fungerer våre Verneombud, samt bi-årlige trivselsundersøkelser godt for å avdekke evt avvik/

klager. Eksternt har vi gode reklamasjonsrutiner ift både bedrifts- og forbrukermarkedet.

Styrke oppslutningen om etisk handel og erfaringsdeling

Q5.6 Har bedriften i rapporteringsåret gjort tiltak for å styrke oppslutningen om arbeidet med etisk handel eller delt erfaringer?

Ja

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

Leverandører
Nettverk og sammenslutninger
Myndigheter/offentlige instanser
Andre

Type tiltak	Antall	Hvem omfattes av tiltaket	Beskrivelse
Foredrag på eksterne seminarer	3	Offentlige innkjøpere	NHO seminar
Påvirkning av myndigheter	2	Difi	Møte og seminar
Erfaringsdeling	4	Kunder og leverandører	Møter



Kontakt:

Kaffehuset Friele (fra juli 2016: Jacobs Douwe Egberts Norge AS)

Atle Engelsen

atle.engelsen@friele.no

55926613/95219470