



DAGROFAS CSR-RAPPORT 2018

Dagrofa



ANSVARLIGHED I DAGROFA 2018

I Dagrofa og de tilhørende datterselskaber føler vi en særlig forpligtigelse til at agere ansvarligt i forhold til miljø, klima, sortiment, samfund og medarbejdere.

I 2018 har vi øget indsatsen, og det vil også fortsætte i de kommende år, hvor implementeringen af vores CSR-strategi vil gøre indsatsen endnu mere tydelig.

Vores ansvarlighedsindsats er struktureret om fire hovedområder: Ansvarlig virksomhed, ansvarlig butik, ansvarligt sortiment og ansvarlig arbejdsplads. Inden for hvert af disse områder arbejder vi med en lang række initiativer, som samlet set vil løfte Dagrofa til næste niveau og gøre Dagrofa og datterselskaber til en ansvarlig samfundsaktør.

Vi har i 2018 udarbejdet en række politikker og også organisatorisk fået forankret vores CSR-indsats. Derudover har vi igangsat en lang række initiativer, der markant vil øge vores udbud og synligheden af mere ansvarlige varer, ligesom vi vil forstærke vores kommunikation om ansvarlighed.

Ansvarlighed i dagligvarebranchen har fået en større synlighed i mediebildet og i markedsføringen. Det synes vi er positivt. Men vi føler også en forpligtelse til at sikre, at kommunikationen om initiativer hviler på et sagligt grundlag, så den øgede opmærksomhed reelt hjælper forbrugerne til at tage skridt i den rigtige retning.

Der er brug for en indsats på mange fronter og fra mange aktører, hvis vi reelt skal reducere klimaproblemet og trækkes på jordens ressourcer.

CSR og ansvarlighed er blevet en konkurrencefaktor, men skal vi for alvor kunne gøre en forskel for miljø og klima, er der også brug for samarbejde mellem de forskellige aktører i dagligvarebranchen, kommuner og andre myndigheder. Et sådant samarbejde deltager vi gerne i.

I denne rapport giver vi et overblik over de mange CSR-initiativer, som vi har arbejdet med i 2018. Vi er langt fra i mål, men vi er godt i gang.

Tomas Pietrangeli
Koncernchef Dagrofa

OM DAGROFA

Dagrofa ejes af KFI Erhvervsdrivende Fond, selvstændige købmænd samt NorgesGruppen. Dagrofa-koncernen består af tre forretningsben: detail, grossist og foodservice.

Dagrofa ejer kun en mindre del af de tilknyttede detailbutikker, mens langt størstedelen ejes af selvstændige købmænd, der driver butikken på individuel basis. Samlet set ejer og driver Dagrofa-koncernen selv 54 dagligvarebutikker ud af i alt 511 butikker. Det fri købmændskab betyder, at butikkerne kan handle med større nærhed til kundernes ønsker med udgangspunkt i de specifikke betingelser i det enkelte lokalområde.

Dagrofa står bag dagligvarekæderne MENY, SPAR, Min Købmand og Let-Køb. De fleste af butikkerne i MENY og SPAR bliver drevet af selvstændige købmænd, og det gælder også alle butikkerne i Min Købmand og Let-Køb. For MENY, SPAR og Min Købmand gælder, at der er en relativ stram kædeorganisering med fælles markedsføring og krav til koncept, mens Dagrofa først og fremmest fungerer som grossist for Let-Køb. Dagrofes dagligvarekæder serviceres af Dagrofes salgs- og logistikforretning, Dagrofa Logistik, som er en af Danmarks førende fødevarerogrossister. Gennem FoodService Danmark driver Dagrofa desuden Dagrofa S-Engros og Catering Engros.





MENY

MENY-kædens koncept er et stærkt fokus på specialiteter, ferskvarer og god, faguddannet betjening. MENYs medarbejdere er MADarbejdere. De er faglærte slagtere, fiskehandlere, ostemestre, vinkendere og grønthandlere. MENY kæden har 116 butikker i Danmark og beskæftiger godt 5.500 MADarbejdere.



SPAR

SPAR består af 130 butikker fordelt over hele Danmark. SPAR er den lokale butik, hvor lokaliseringen og nærheden til lokalområdet er afgørende. Mange SPAR-butikker har også forskellige funktioner som postbutik og apoteksudsalg.



MIN KØBMAND

Min Købmand er en lokal butikskæde. Min Købmand har 163 butikker fordelt over hele landet, som er ejet af selvstændige købmænd. Min Købmand er lokale dagligvarebutikker, også her har mange af butikkerne posthus, apotek og vareudbringning.



LET-KØB

Let-Køb er en af Dagrofas lokale butikskæder. Let-Køb har 102 butikker fordelt over hele Danmark. Butikkerne tilbyder kunderne det, de lige står og mangler. Let-Køb har lokale serviceydelser og et varesortiment, der er 100 procent tilpasset butikkernes beliggenhed.



FOODSERVICE DANMARK

Udover de fire dagligvarekæder ejer Dagrofa også det selvstændige datterselskab FoodService Danmark. FoodService Danmark driver Dagrofa S-Engros, som med 29 butikker er landets førende cash & carrykæde, og Catering Engros, som leverer fødevarer til kantiner, hoteller og restauranter. Gennem specialistselskaber inden for kød, ost, fisk, økologi og frugt & grønt, tilbyder FoodService Danmark sine kunder et bredt og stærkt sortiment indenfor disse kategorier.



DAGROFA LOGISTIK

Dagligvarekæderne i Dagrofa bliver serviceret af Dagrofas salgs- og logistikforretning, Dagrofa Logistik, som er en af Danmarks største fødevareregrossister. Dagrofa Logistik er samtidig fødevarerleverandør til en række kiosk- og convenience kunder samt andre supermarkeds-kæder i både Danmark og på eksportmarkedet.

DAGROFAS CSR-STRATEGI

Dagrofa har i 2018 arbejdet med at implementere den CSR-strategi, som Dagrofas bestyrelse vedtog i efteråret 2017.

Strategien er bygget op omkring nedenstående fire hovedområder.



ANSVARLIG VIRKSOMHED

I Dagrofa ønsker vi at gøre vores arbejde med ansvarlighed mere systematisk og synligt. Vi har nedsat en tværgående CSR-komité for forankring af vores CSR-arbejde, udarbejdet en række politikker og procedurer samt involveret os mere i forskellige netværk og partnerskaber.



ANSVARLIGT SORTIMENT

Vi ønsker ud fra en forståelse af forbrugernes præferencer at udvikle og fremme et sortiment, der styrker og synliggør b redydgtighed. Det kan både være varer med specifikke egenskaber, eller mere generiske varer, der eksempelvis understøtter ønsket om større dyrevelfærd eller fravær af problematiske stoffer.



ANSVARLIG BUTIK

I Dagrofa arbejder vi med selvstændige købmænd. Købmanden kan træffe beslutninger og vælge varer, som giver mest værdi for netop hans eller hendes lokalområde. Vi ønsker, at købmanden arbejder med ansvarlighed i et lokalt perspektiv, og at vi understøtter købmændenes muligheder for at gøre dette.



ANSVARLIG ARBEJDSPLADS

Dagrofa ønsker at være en ansvarlig arbejdsplads, hvor vores medarbejdere trives i et uformelt og professionelt miljø, hvor der er plads til udvikling af den enkelte medarbejder. Vi ønsker at være en arbejdsplads, der afspejler det samfund, vi er en del af. Vi vil også fremme mangfoldighed med plads til alle, uanset køn, alder og etnicitet.

FN'S VERDENSMÅL

I 2015 VEDTOG FN 17 VERDENSMÅL, SOM VERDEN SKAL ARBEJDE HENIMOD AT OPFYLDE FOR AT SIKRE EN BÆREDYGTIG UDVIKLING OG EN VERDEN I BEDRE BALANCE.



Dagrofas CSR-strategi understøtter FN's verdensmål, og vi har som virksomhed en forpligtelse og et ønske om at bidrage til, at verdensmålenes målsætning nås. Vi har i Dagrofa struktureret vores CSR-strategi omkring fire hovedområder, og disse fire områder relaterer til et eller flere af FN's bæredygtighedsmål.



ANSVARLIG VIRKSOMHED

Vi har i Dagrofa et ønske om, og et ansvar for at minimere det aftryk på miljø og klima, som vores virksomhed giver anledning til. Derudover skal vi fremme arbejdet for menneskerettigheder og sundhed, hvor det er muligt.



ANSVARLIGT SORTIMENT

Vi skal sikre, at vores sortiment udvikler sig i en stadig mere bæredygtig retning, og at vi ikke bidrager unødigt til tab af naturressourcer, hvad enten det gælder afskovning, fiskeressourcer eller klimapåvirkning.



ANSVARLIG BUTIK

Dagrofas butiksstruktur er præget af, at mange butikker er beliggende i mindre bysamfund. Vi ved, at en stærk, lokal butik er en afgørende forudsætning for et velfungerende lokalsamfund, og vi arbejder på at styrke de lokale butikker.



ANSVARLIG ARBEJDSPLADS

Vi har en forpligtelse til at sikre, at de varer der sælges i vores butikker, er produceret med respekt for menneskerettighederne. Men vores forpligtelse gælder også i forhold til vores egne medarbejdere, der har krav på en arbejdsplads, der sikrer udvikling og tryghed for alle.

Vi ved, at vi har en forpligtelse til at se bredt på de 17 verdensmål. Ovenstående skal på ingen måde ses som en udtømmende oversigt over vores arbejde med verdensmålene, men alene som et udtryk for, hvor vi foreløbig har vurderet, at vores mulighed for at gøre en positiv forskel er størst.



Vi ønsker i Dagrofa at sikre, at vi som virksomhed har de relevante rammer for at agere som en ansvarlig virksomhed. Det betyder, at vi løbende arbejder med at få beskrevet og implementeret politikker og procedurer i relevante forretningsområder. I de efterfølgende afsnit beskrives en række af de politikker og tiltag, vi har indført i Dagrofa for at sikre retning, forankring og implementering af vores arbejde ligesom vores CSR-strategi beskrives.



VÆSENTLIGSTE POLITIKKER

Dagrofa har fastlagt en række politikker og procedurer, som gælder for hele Dagrofa-koncernen, inklusiv datterselskaberne, FoodService Danmark og Dagrofa Logistik. Politikkerne har til formål at styre og guide vores arbejde, både i forhold til vores egne medarbejdere, leverandører og andre samarbejdspartnere.

Helt grundlæggende skal vores politikker sikre, at vi ikke udøver nogen form for diskrimination, og at vi samtidig fremmer ligestil-

ling og inklusion. Derudover vil vi ikke være anledning til, at der sker krænkelse af menneskerettigheder, og vi vil minimere miljø- og klimapåvirkning, hvor det er muligt.

Politikkerne ligger således til grund for de fokusområder, der er omdrejningspunktet for Dagrofas CSR-strategi og som igen er bestemmende for de indsatser, der arbejdes med, og redegøres for i denne rapportering.

DE VÆSENTLIGSTE AF DISSE POLITIKKER ER:

Menneskerettighedspolitik, der er fundamentet for vores arbejde med at sikre, at der ikke sker krænkelse af menneskerettigheder, som vi har ansvar for og indvirkning på.

Miljø- og klimapolitik, hvori vi anerkender vores ansvar i forhold til miljø og klima og sætter rammerne for den måde, som vi ønsker at drive vores virksomhed på. Med politikken ønsker vi også, at fremme vores kunders muligheder for at tage bedre miljø- og klimamæssige valg.

Anti-korruptionspolitik, som fastsætter de overordnede rammer for processer, der skal sikre Dagrofas modstandsdygtighed over for korruption.

Ligestillingspolitik, der skal guide vores bestræbelser på at skabe en arbejdsplads, som afspejler en respekt for mangfoldighed og en større lighed i kønssammensætningen på alle niveauer. Se afsnittet om status og måltal for, hvordan en større kønslig ligestilling skal opnås.





DAGROFA – HVORDAN VI ARBEJDER

Dagrofa køber varer fra hele verden med henblik på at forsyne danske forbrugere gennem FoodService Danmark og vores tilknyttede detailbutikker.

Vi handler med leverandører og producenter fra hele verden og dermed også fra steder, hvor respekten for miljø og menneskerettigheder ikke altid er på samme niveau, som vi typisk kender det fra Danmark og de vestlige lande.

Det er afgørende for os, at de varer vi sælger, er sikre for vores kunder. Derudover bestræber vi os på at sikre, at varerne er produceret under rimelige forhold, både når det gælder hensynet til miljø og de arbejdere, der har produceret varerne.

Vi ønsker at sikre, at både lovgivning og Dagrofas værdier kommer til udtryk i den måde, vi agerer på. Det gælder både i forhold til vores medarbejdere, leverandører og producenter, som skal opfylde en række krav, hvis de ønsker at være leverandør til Dagrofa.

VÆSENTLIGSTE CSR-RISICI

Vi arbejder på flere fronter for at imødekomme de væsentligste risici, som er knyttet til vores virksomhedsdrift.

Miljø og sundhed

Vi forsøger aktivt at fremme et mere miljørigtigt og sundere vareudbud. Dette sker primært gennem vores arbejde med forskellige mærkningsordninger, specielt nøg-lehulsmærkede varer, økologiske fødevarer og miljømærkede varer.

Risici i leverandørkæden

Alle vores leverandører skal leve op til vores Code of Conduct, som udleveres og underskrives af alle.

Gennem vores medlemskab af BSCI arbejder vi også på at sikre, at leverandører i særlige risikolande, underlægges BSCIs audits.

Gennem vores antikorrupsions politik søger vi at sikre, at ansatte i Dagrofa kender de gældende regler vedrørende gavepolitik og andre forhold, der kan påvirke deres dømmekraft i forhold til samarbejdspartnere. Derudover har vi etableret en whistleblower ordning, hvor ansatte anonymt kan indberette, hvis de oplever mistænkelig adfærd.

Risici vedr. fødevarer

Fødevarer har højeste prioritet, og det er afgørende for os, at forbrugere kan være trygge ved de produkter, de køber i Dagrofas butikker og gennem FoodService Danmark.

Fødevarer er også i fokus, når vi uddanner og løbende træner og vejleder vores butikspersonale. Dagrofa har sit eget korps af fødevarer specialister, som gennemfører kontrol i butikkerne. Vi har interne krav til produktionen af fødevarer i butikkerne, som sikrer bedst mulig hygiejne og sikkerhed.

Butikkerne har elektronisk egenkontrol, der også anvendes som platform for tilbagetrækninger af varer, kommunikation af sikre procedurer og vejledninger i ny lovgivning, interne krav og gode råd.

Dagrofa har central overvågning af alle Fødevarerstyrelsens smiley rapporter for koncernens aktiviteter indenfor lager, logistik, engros- og detailbutikker. Dagrofa sikrer dermed, at der følges op på eventuelle afvigelser.

Andelen af elite-smiley hos Dagrofas butikker er stigende. Ud af 352 kontrolrapporter er 265 mærket med elite-smiley, og i MENY-kæden har 86,2 procent af butikkerne en elite-smiley, mens 28 ud af 29 Dagrofa S-Engros-butikker har en elite-smiley.

ORGANISERINGEN AF DAGROFAS ARBEJDE MED CSR OG ANSVARLIGHED

For at sikre opbakning omkring CSR-arbejdet er der i 2018 etableret en CSR-komité. Komitéen består af kædedirek-

tørerne fra MENY, SPAR, Min Købmand og Let-Køb. FoodService Danmarks administrerende direktør, Dagrofas kategoridirektør og

Dagrofas kommunikationsdirektør. Dagrofas koncernchef er formand for komitéen, mens CSR- og Public Affairs afdelingen er sekretariat.

De respektive direktører er således ansvarlige for implementeringen af CSR-strategien inden for deres forretningsområde, ud fra den prioritering, som komitéen fastlægger.

Komitéen afholder fire møder årligt og indkaldes derudover, når behovet opstår. Relevante fagpersoner kan deltage ad hoc.

MEDLEMSSKAB AF UN GLOBAL COMPACT

Dagrofa tilsluttede sig i foråret 2018 UN Global Compact for at vise vores engagement til at fremme arbejdet med miljø- og menneskerettigheder.

Global Compact er et FN-initiativ, der opstiller ti generelle principper for virksomheders arbejde med samfundsansvar.

De ti principper i Global Compact danner fundamentet for vores arbejde med samfundsansvar og bæredygtighed. Principperne bygger på internationalt anerkendte konventioner om menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og anti-korrupsion.



DE TI PRINCIPPER I UN GLOBAL COMPACT

1. Virksomheden bør støtte og respektere beskyttelsen af internationalt, erklærede menneskerettigheder
2. Virksomheden bør sikre, at den ikke medvirker til krænkelse af menneskerettighederne
3. Virksomheden bør opretholde foreningsfriheden og effektivt anerkende retten til kollektiv forhandling
4. Virksomheden bør støtte udryddelsen af alle former for tvangsarbejde
5. Virksomheden bør støtte effektiv afskaffelse af børnearbejde
6. Virksomheden bør afskaffe diskrimination i relation til arbejds- og ansættelsesforhold
7. Virksomheden bør støtte en forsigtighedstilgang til miljømæssige udfordringer
8. Virksomheden bør tage initiativ til at fremme større miljømæssig ansvarlighed
9. Virksomheden bør opfordre til udvikling og spredning af miljøvenlige teknologier
10. Virksomheden bør modarbejde alle former for korrupsion, herunder afpresning og bestikkelse.

Medlemskabet af Global Compact understøttes endvidere af, at vi i foråret 2018 meldte os ind i Amfori BSCI.

AMFORI BSCI

Gennem vores medlemskab af Amfori BSCI forpligter vi os til at gennemføre deres "Code of Conduct" i relevante forretningsprocesser og hos producenter i definerede risikolande.

Dagrofa blev i marts 2018 medlem af Amfori BSCI og ønsker dermed at fremme menneskerettigheder og arbejdstagerrettigheder specielt i definerede risikolande.

Dagrofa har foreløbig kortlagt leverandører og produktionssteder for sortimentet af private label fødevarer, som udgør omkring 1.300 produkter. Omkring 10 procent af producenterne er beliggende i risikolande, og de relevante producenter tilmeldes på Amfori BSCI's platform, hvor audit følges og vurderes.

CO2-REDUKTION

Dagrofa har gennem flere år arbejdet dedikeret med at reducere koncernens energiforbrug og dermed afledte CO2-udledning. Dagrofa har et mål om, at vores CO2-udledning reduceres med 20 procent inden år 2022 i forhold til 2016 niveau.

Der gennemføres dagligt i Dagrofa en tæt energimonitorering af butikker og lagrenes energiforbrug for at kunne energioptimere og følge effekten af de forskellige tiltag.

I 2018 har der især været fokus på optimering af ventilation, køleanlæg og fortsat udskiftning af lys, fra traditionelle rør til LED.

Varmeforsyning til opvarmning af varmt brugsvand skal kobles på køleanlæggets varmeveksler for anvendelse af overskudsvarme, som supplerer til hovedvarmekilden.

Nye MENY-butikker etableres med CO2 køleanlæg, optimeret termostatstyring og thermo-låger på køl/frost.

Al belysning i Dagrofa udføres som standard som LED.

Den samlede besparelse på tiltag gennemført i 2018 var 4,9 procent, målt i forhold til 2017. Denne dokumenterede reduktion i kWh er opgjort jf. data fra koncernens indhentede energitilskud i 2018.

Det samlede energiforbrug viser et større energiforbrug i forhold til 2017. Dette skyldes dels den usædvanlige varme sommer i 2018, der resulterede i et markant ekstra energiforbrug til køl/frost i perioden. Derudover har åbninger af flere butikker bidraget til det øgede energiforbrug.



DAGROFA S-ENGROS

Der blev i 2018 gennemført omfattende energiprojekter i 24 ud af 29 Dagrofa S-Engros butikker, fokusområdet var her udskiftning til LED i alle relevante butikker. De resterende butikker i Dagrofa S-Engros, som ikke er berørt af projektet, er nye butikker med LED eller som før 2018 er blevet energioptimeret med LED (test butikker).

Projektets resultater forventes at generere en kraftig årlig reduktion i butikkernes totale energiforbrug på mellem 13 og 18 procent.





TILTAG I DISTRIBUTION

Al leverance af køl, kød og frugt & grønt fra Dagrofa Logistik samdistribueres med Arla Foods, som i forvejen leverer mælk. Derved får Dagrofa-butikker minimeret anløb med køleverer.

Dagrofa Logistik ejer ikke selv lastbiler, men stiller krav til transportører om at køre med Euro6 motorer, som sikrer et lavt udslip af kvælstofilter(NOx).

Der er desuden klart definerede miljøpolitikker, som skal sikre, at lovgivningen om støj overholdes i forhold til særlige miljøbutikker. Dagrofa Logistik stiller også krav til de fleste samarbejdspartnere om ikke at køre med rullegritter og lignende, men i stedet benytte palle vogne, som er mere lydløse.

Dagrofa Logistik deltager i Miljøstyrelsens arbejde omkring miljøzoner, hvor man arbejder med verificering af chauffører og lastbiler. Derudover er både FoodService Danmark og Dagrofa Logistik en del af Miljøstyrelsens projekt vedrørende støjsvag levering og reduktion af miljøzoner.

Her arbejdes med varelevering om natten kontra dagen, hvilket giver følgende miljømæssige fordele: Mindre trængsel, færre lastbiler i myldretiden, færre højresvingsulykker, mindre udledning af CO2 og partikler på grund af hurtigere og kortere logistik.

I 2019 igangsættes et projekt, der skal øge varestrøm gennem lageret, hvilket vil give færre anløb til butikkerne og dermed færre lastbiler på vejene.

I FoodService Danmark er der løbende stort miljøfokus på lastbilflåden, og bilerne udskiftes løbende. Alle nye biler er Piek-certificerede (certificeringsordning, der støtter udviklingen af støjsvage distributionsmåder) og har et reduceret brændstofforbrug. FoodService Danmark råder over i alt 120 lastbiler, hvoraf 22 blev udskiftet i 2018 og yderligere 21 forventes udskiftet i 2019. Desuden arbejder FoodService Danmark målrettet med chaufføradfærd gennem Scania driver coaching kurser med fokus på minimering af brændstof, slitage og øget sikkerhed.



TILTAG MOD MADSPILD I DAGROFA LOGISTIK OG FOODSERVICE DANMARK

På de store terminaler kan det ikke undgås, at der genereres madspild som følge af brækage og lignende. Hos Dagrofa Logistik er proceduren for at undgå, at denne mad ender som affald følgende:

På FoodService Danmarks terminaler sælges overskudsvarer som udgangspunkt til kunder som "spotvarer". Der er endvidere en aftale med sociale projekter om, at de tilbydes større partier. Derudover bortskaffes madaffald fra Dagrofa S-Engros butikker til biobrændsel.

- Varerne nedskrives og sælges til butikkerne via kundeservice
- I mindre omfang samarbejdes med sociale projekter
- Hvis varen ikke sælges til butikkerne eller doneres til sociale projekter kan medarbejderne tage varerne med hjem inden sidste salgsdato.



Det bærende element i en ansvarlig købmandskoncern er naturligvis knyttet til, hvilke varer koncernen sælger. Vi ønsker i Dagrofa, at fremme et stadig mere bæredygtigt vareudvalg. Det gør vi ved at give vores kunder adgang til et større udbud af varer med specifikke værdier.



PRIVATE LABEL

Varer i vores private label produktportefølje er fremstillet for Dagrofa, og vi stiller krav til disse varer, som er skarpere end lovgivningen. Derudover har vi krav til kvalitetsstyringen hos producenterne og til mærkningen af varerne.

Derfor introducerede vi i 2018 varekrav til vores private label varer. Varekrav er skærpede krav i forhold til gældende lovgivning. Vi stiller krav til emballagen, ingredienser og fravær af uønsket kemi og har fokus på sundhed hos forbrugeren, miljø, bæredygtighed og etik for henholdsvis fødevarer, nonfood, fødevare-kontaktmaterialer og dyremad.

De skærpede varekrav er gældende overfor alle nye leverandører af private label varer. Kravene implementeres løbende på den eksisterende produktportefølje, når der genforhandles med leverandører af eksisterende private label varer.





SAMARBEJDE MED UNITED NORDIC

United Nordic, som Dagrofa ejer sammen med Axfod, Unil og Tuko Logistics, får produceret et stort antal private label varer over hele verden.

United Nordic har en Code of Conduct, der beskriver sociale krav til leverandører, herunder respekten for menneskerettigheder og arbejdstagerrettigheder. Grundlaget for virksomhedernes sociale ansvar for menneskerettigheder følger FN's "Guiding Principles of Business and Human Rights".

Grundlæggende skal leverandørerne kortlægge risikoen for krænkelse af menneskerettigheder og arbejdstagerrettigheder i hele forsyningskæden, og afhjælpe disse risici med passende tiltag.

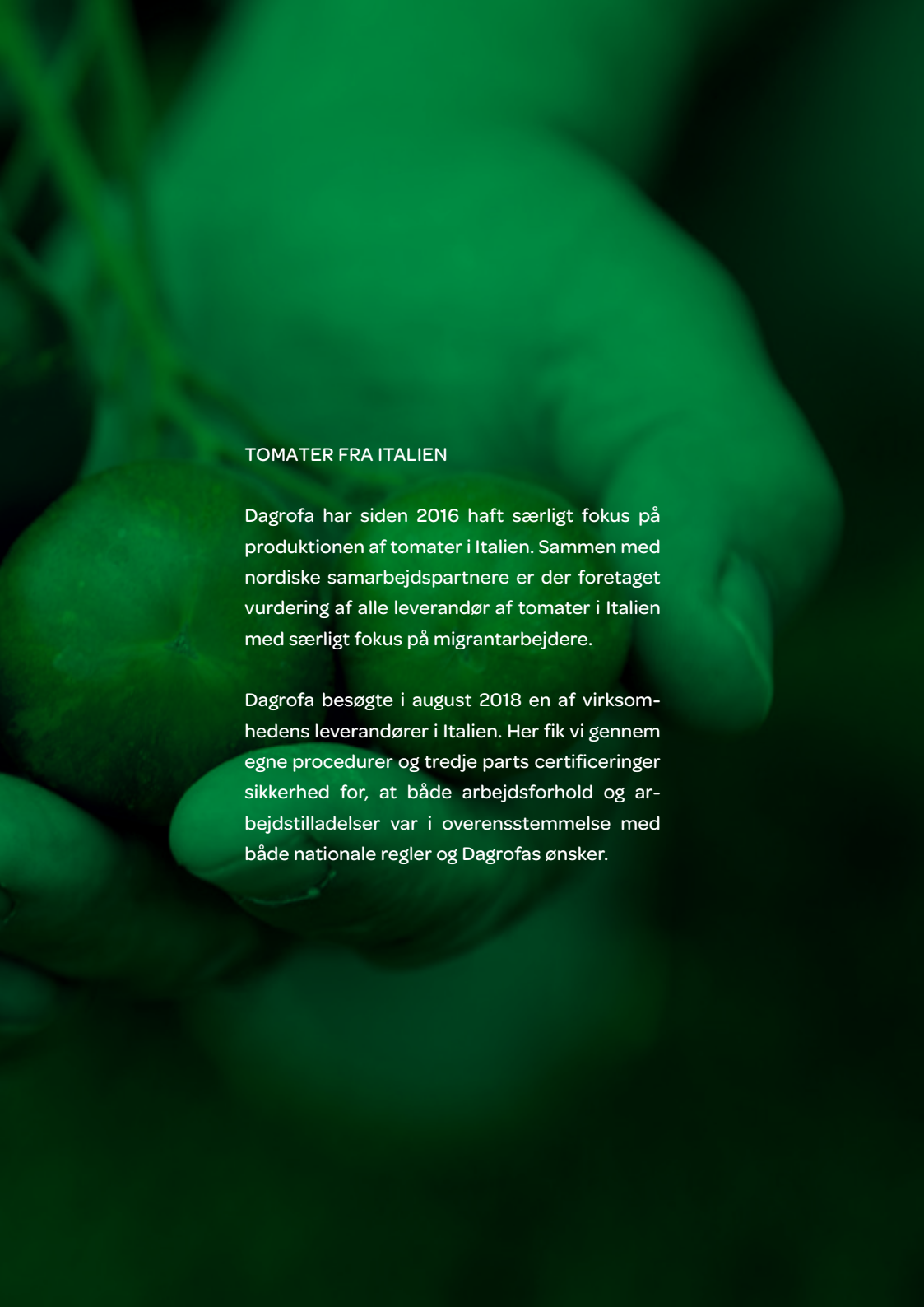
Det er United Nordics rolle at koordinere de aktiviteter, der sikrer, at leverandørerne overholder de sociale forpligtelser.



TOMATER FRA ITALIEN

Dagrofa har siden 2016 haft særligt fokus på produktionen af tomater i Italien. Sammen med nordiske samarbejdspartnere er der foretaget vurdering af alle leverandører af tomater i Italien med særligt fokus på migrantarbejdere.

Dagrofa besøgte i august 2018 en af virksomhedens leverandører i Italien. Her fik vi gennem egne procedurer og tredje parts certificeringer sikkerhed for, at både arbejdsforhold og arbejdstilladelser var i overensstemmelse med både nationale regler og Dagrofas ønsker.





DAGROFAS ARBEJDE MED ANSVARLIGHEDSMÆRKER

I Dagrofas CSR-strategi har vi sat fokus på en række vareområder, som vi, gennem en særskilt indsats, ønsker at øge salget af. Vi betegner varerne som mere ansvarlige dagligvarer. Fælles for disse varer er, at de alle adresserer nogle af de problemstillinger, der er knyttet til eksempelvis produktion eller brug af varerne. Samtidig bærer de mere ansvarlige varer typisk en synlig mærkning, eksempelvis Nøglehulsmærket eller Fair Trade, der gør, at forbrugerne let kan afkode, hvilke værdier varerne indeholder.



ØKOLOGI

De økologiske varer repræsenterer en produktionsform, der er godt for miljø og dyrevelfærd, og vi har i Dagrofa en ambition om at fordoble vores økologiske salg inden 2022, målt i forhold til 2017.

I 2018 har vi har en markant fremgang i vores økologiske salg, og vi minimerer derved gabet mellem vores generelle markedsandel og vores markedsandel for salg af økologiske varer.

Samlet set øgede vi i detailkæderne og FoodService Danmark vores salg af økologiske varer med mere end 21 procent i 2018 i forhold til 2017. Butikkernes udbud af økologiske varer er også steget markant, hvilket betyder, at der nu er mere end 3.000 økologiske varer på butikkernes hylder, heraf er mere end 400 private label varer.

Det øgede salg var især drevet af en øget markedsføring og konstant synlighed i butikkerne, endvidere understøttet af, at MENY inddrog økologisk frugt og grønt i deres Discount Match program.

SPAR har også i 2018 intensiveret arbejdet med økologi i markedsføringen, blandt andet ved at sætte fokus på økologi på hele sider i tilbudsavisen. Derudover har SPAR i samarbejde med Økologisk Landsforening udviklet opskriftshæfter og skiltemateriale til butikkerne og afholdt demonstrationer i 14 udvalgte butikker. Det har ført til en markant vækst i salget af økologi.

For alle kæder gælder, at Dagrofa forventer en yderligere vækst i salget af økologiske produkter i 2019. I FoodService Danmark leveres et komplet, økologisk sortiment på alle varegrupper fra specialistselskabet Grøn Fokus, der udelukkende har økologiske varer i sortimentet. Den samlede vækst i FoodService Danmarks salg af økologiske produkter til foodservice markedet udgør 20 procent fra 2017 til 2018.



NØGLEHULSMÆRKET

I Dagrofa ønsker vi at gøre det enkelt at vælge sundt. Nøglehulsmærkede varer er en enkel måde at guide kunderne til det sundere valg, når de køber fødevarer. Kriterierne for, hvornår en vare må mærkes med Nøglehullet, er udviklet af Fødevestyrelsen.

Vi ønsker at fremme udbuddet af nøglehulsmærkede varer og at øge kendskabet til mærket. Alle vores kæder markedsfører aktivt de nøglehulsmærkede varer i tilbudsaviserne og gennem butikskampagner.

I 2018 var antallet af nøglehulsmærkede varer i vores sortiment samlet set 1.990, hvilket er en beskedent stigning i forhold til 2017, hvor antallet af varer var 1.938.



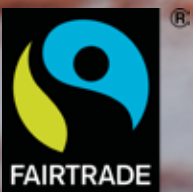
FAIRTRADE

Der er flere mærkningsordninger, hvor forbrugeren gennem køb af varen støtter fair handel og bedre vilkår for arbejdstagere og mindre producenter.

I Dagrofa arbejder vi overvejende med tre forskellige fairtrade-ordninger, Fairtrade Mærket Danmark, UTZ og Rainforrest Alliance.

Samlet set har vi i 2018 haft 63 varer med en af ovennævnte mærkninger. Det er en mindre nedgang i forhold til 2017, hvor der var 67 varer i sortimentet. Blandt andet på grund af det mindre antal varenumre er der også sket et fald i omsætningen af Fairtrade-mærkede produkter på knap 5 procent i 2018. Dette er ikke en tilfredsstillende udvikling. Det forventes, at der i de kommende år, vil ske en vækst i antallet af varer, da vi, som en del af vores CSR-strategi, har besluttet, at alle private label varer inden for kakao, kaffe og the skal mærkes.

I ovenstående opgørelse indgår dog ikke Fairtrade-mærkede bananer. Salget af Fairtrade-bananer, som også er økologiske, viste i 2018 en stigning på mere end 6 procent, og det er dermed den største Fairtrade-mærkede vare i Dagrofas butikker.





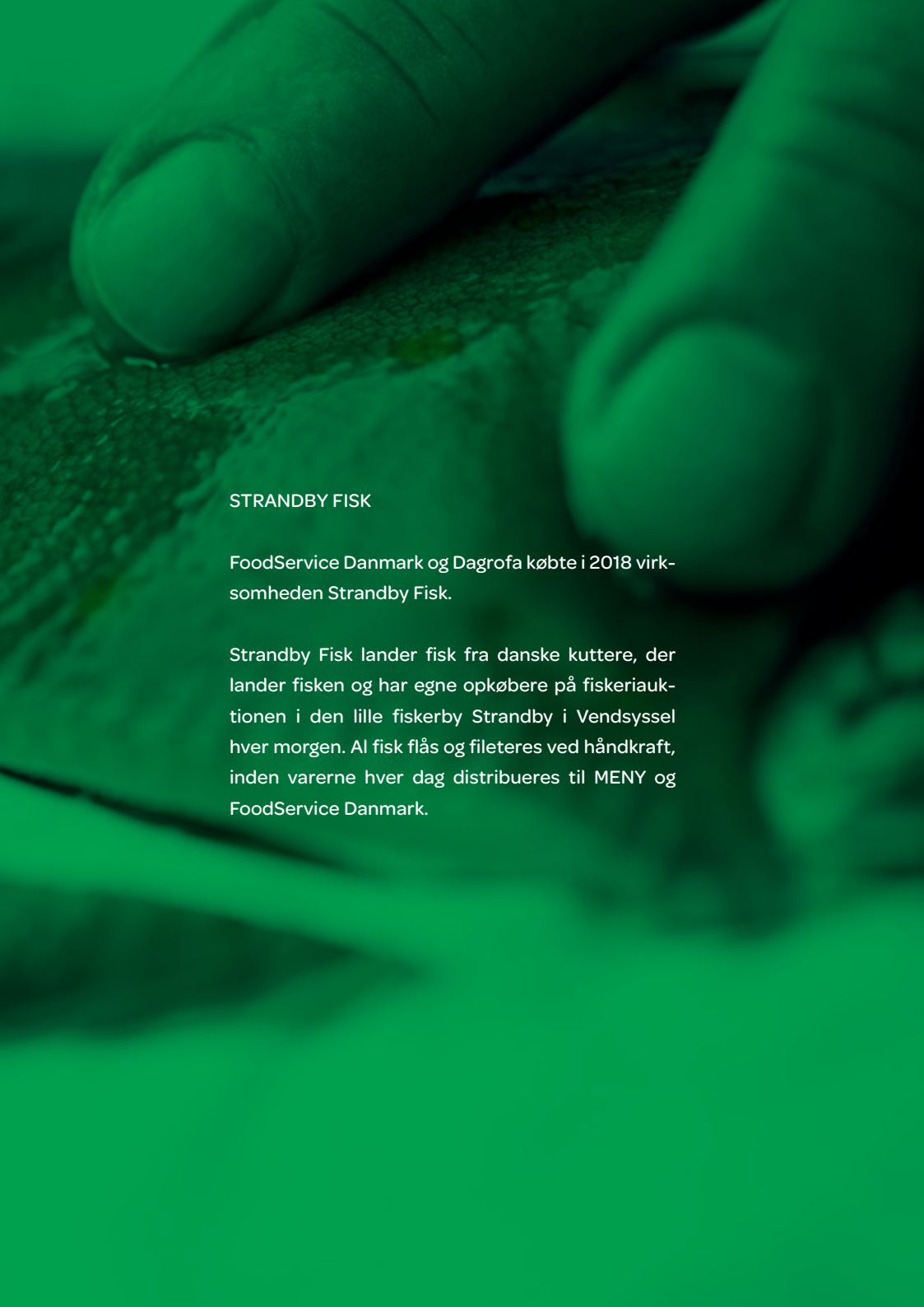
MSC OG ASC

Der er et stadigt større pres på verdens fiskeressourcer. Vi har i vores CSR-strategi formuleret, at vores fiskeprodukter ikke må stamme fra fiskebestande, der er udrydningstruede, og at vi skal arbejde mod, at vores fiskesortiment bliver stadigt mere bæredygtigt.

Det betyder, at vi vil fremme udbuddet af MSC-mærkede fiskeprodukter ligesom vi ønsker at øge andelen af ASC-mærkede fisk fra opdræt.

I 2018 har vi øget antallet af MSC-mærkede fisk med 16 procent, så vi nu har 198 forskellige MSC-mærkede produkter i vores sortiment. Salget har udviklet sig positivt, da omsætningen er steget med 7 procent. Der foreligger ikke data for ASC-mærkede produkter.





STRANDBY FISK

FoodService Danmark og Dagrofa købte i 2018 virksomheden Strandby Fisk.

Strandby Fisk lander fisk fra danske kuttere, der lander fisken og har egne opkøbere på fiskeriauktionen i den lille fiskerby Strandby i Vendsyssel hver morgen. Al fisk flås og fileteres ved håndkraft, inden varerne hver dag distribueres til MENY og FoodService Danmark.



BEDRE DYREVELFÆRD

Dyrevelfærd er fortsat et vigtigt forbrugerpolitisk område for Dagrofa. Vi støtter det statslige dyrevelfærdsmærke, og vores ambition er at øge kendskabet til mærket hos vores forbrugere.

Indtil videre er der udviklet kriterier for kylling og gris, og her har vi gennem kampagner og produkter haft fokus på at fremme de velfærdsmærkede produkter.

Kylling

Himmerland kylling er MENYs eget brand. Det har tre hjerter i bedre dyrevelfærd, hvilket er det højeste niveau for dyrevelfærd inden for mærkningsordningen. Ved udgangen af 2018 udgjorde andelen af dyrevelfærdsmærket kylling 40 procent af det ferske kyllingesalg.

Gris

Frilandsgrisen er anbefalet af Dyrenes Beskyttelse og har tre hjerter i Dyrevelfærdsmærket. Andelen af Friland grisekød er stigende og udgør knap 20 procent af konventionelt grisekødssalg i MENY.

STOP FOR SALG AF BURÆG

En række af Dagrofas butikker har igennem de senere år udfaset salget af buræg, og i 2018 er vi stoppet helt med at levere buræg til Dagrofas detailkæder. Vi arbejder på i løbet af 2019 og senest i 2020 at udfase brugen af buræg, som ingrediens i egne varemærker.





EMBALLAGE

Emballage har altid været et omdiskuteret emne i dagligvarehandelen, og i 2018 er det især forbruget af plast, der har været fokus på. Debatten har været præget af mange initiativer i dagligvarehandlen, og hos mange forbrugere har det resulteret i en usikkerhed om forbruget af plast.

I Dagrofa mener vi, at plast og andet emballageaffald skal betragtes som en ressource, som der i videst muligt omfang skal bringes ind i materialekredsløbet igen, og at der er behov for at fremme cirkulære løsninger.

Forbruget af emballage skal ses i sammenhæng med emballagens funktion. Emballagen skal beskytte varen, begrænse madspild og dermed formindske ressourceforbruget. Vi skal bruge emballage med omtanke.

I DAGROFA VIL VI:

Efterspørge emballager der kan recirkuleres, fx overvejende er fremstillet af monomaterialer

Arbejde for at reducere vores emballageforbrug, hvor det er teknisk og økonomisk realistisk

Medvirke til at finde fælles løsninger på tværs af handel og industri, så genanvendelsesmulighederne øges

Opmuntre til at der skabes ensartede sorterings- og indsamlingsmetoder på tværs af kommunegrænserne

Medvirke til at øge informationsniveauet hos forbrugerne, så forbrugerne får mulighed for at bidrage til genanvendelse.

I 2019 vil vi udvikle en egentlig emballageguide til private label.



MENY NORDHAVN

I oktober 2018 åbnede MENY en spritny butik i Nordhavn i København. Butikken, der på mange måde betragtes som et eksperimenterium, er indrettet med mange spændende, nye tiltag, ikke mindst inden for ansvarlighed. Butikken arbejder også på at reducere emballageforbruget, fx gennem salg af økologiske korn- og grynprodukter i løsvægt.

MENY Nordhavn sælger også økologisk mælk fra egen gård, som kunderne selv tapper i en glasflaske, der tages med hjem og bringes retur for opfyldning. Derudover har kunderne mulighed for at riste den kaffe, som de ønsker.

FRISK MÆLK

LOKAL GÅRDMÆLK

Denne mælk kommer fra Ole Panduros gård, Kollemosegaard, som ligger lidt syd for Holbæk.



På Ole Panduros økologiske bondegård kan kejsere gå ud under åben himmel, årst rundt, hvor de spiller græs og vilde urter.



GÅRDMÆLK FRA KOLLEMOSEGAARD

Lidt syd for Holbæk, på Kollemosegaard, får ØKOLOGISK MÆLK en ny betydning. Ole Panduros 60 køer leverer 700 liter mælk om dagen, så gårdmælken er et meget eksklusivt LOKALT mejeriprodukt. Det passer perfekt til BØLLINGEGAARDS mål om økologi, høj KVALITET, DYREVELFÆRD og BÆRE-DYGTIG produktion.

Bøllingegaard
MEJERI

ØKOLOGISK GÅRDMÆLK
FRA KOLLEMOSEGAARD

Med naturligt fedtindhold, 3,8-4,7% fedt.
Prenaturiseret, ikke homogeniseret.

1 litr ÅBET 100 ml 100 ml

1. Tryk på "ÅBET"

2. Tryk på "100 ml"

3. Tryk på "100 ml" og på den anden side på "ÅBET"

4. Hæld mælken i en flaske.

5. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

6. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

7. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

8. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

9. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

10. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

11. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

12. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

13. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

14. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

15. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

16. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

17. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

18. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

19. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

20. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

21. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

22. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

23. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

24. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

25. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

26. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

27. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

28. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

29. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

30. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

31. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

32. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

33. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

34. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

35. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

36. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

37. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

38. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

39. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

40. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

41. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

42. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

43. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

44. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

45. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

46. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

47. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

48. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

49. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

50. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

51. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

52. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

53. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

54. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

55. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

56. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

57. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

58. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

59. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

60. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

61. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

62. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

63. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

64. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

65. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

66. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

67. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

68. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

69. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

70. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

71. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

72. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

73. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

74. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

75. Tryk på "ÅBET" og på den anden side på "ÅBET"

Milk Concept





R-PET EMBALLAGE

MENY har ultimo 2018 testet forskellige plastbakker til fersk kød i en række butikker. Bakkerne er fremstillet af mere end 90 procent genbrugspet. Testen skal danne baggrund for en beslutning om at anvende R-Pet bakker til butikproduktion og forventes afsluttes første halvdel af 2019.

GENANVENDELIGE PLASTFILM TIL EMBALLAGE

Dagrofa har sammen med blandt andre Københavns Kommune og virksomheden Damberg deltaget i et MST-projekt under ledelse af Teknologisk Institut, Plast og Emballage. Projektet skulle undersøge og afprøve om coatet plastfilm, fremstillet i samme plasttype, kan erstatte lamineret plastfilm fremstillet i flere plasttyper i eksisterende posepakkemaskiner og andre pakkemaskiner til fleksibel emballage. Derudover skulle projektet afdække om emballagen var egnet til genvinding efter brug. Projektets resultater var lovende. Det er muligt at fremstille plastemballage i stort set samme plastmateriale, som kan genvindes, og erstatte plastemballage fremstillet af laminater. Der er dog forskellige forhold, der skal undersøges yderligere, før en eventuel film kan bringes i anvendelse.

DELTAGELSE I PLASTINDUSTRIENS NETVÆRK FOR CIRKULÆR PLASTEMBALLAGE

Dagrofa deltager i Plastindustriens netværksgruppe, hvor man i en bredt sammensat gruppe med repræsentanter fra brancheorganisationer, emballageproducenter, detailhandelen, kommuner og NGO søger at finde løsninger på udfordringerne ved brug af plastemballage.

Et resultat fra gruppen har været en emballageguide, som vi vil anvende som grundlag for den Dagrofa emballagestrategi, der vil blive udviklet i 2019.

PALMEOLIE

Dagrofa ønsker at fremme salget af ansvarligt produceret palmeolie. I Dagrofas egne varemærker er al palmeolie certificeret gennem RSPO minimum efter standarden Mass Balance eller Green Palm (Book and claim). I fremtidige forhandlinger ønsker vi at hæve standarden for certificering gennem RSPO til Segregated eller Identity Preserved.

BÆREDYGTIGT SOJA

At fremme bæredygtigt soja er langt mere komplekst end ansvarligt palmeolie. Først og fremmest er det uhyre begrænset, hvad vi i Dagrofa sælger af produkter, hvor soja er en ingrediens. Den altoverskyggende anvendelse af soja er til grisefoder og foder til andre produktionsdyr og ender dermed i sidste ende på hylderne i vores butikker. Men Dagrofas indflydelse på valget af foder er yderst begrænset.

Dagrofa er en del af en tværfaglig arbejdsgruppe vedrørende bæredygtig soja, som er faciliteret af Dansk Initiativ for Etisk Handel. I gruppen diskuteres forskellige vinkler på problematikken, og vi forventer, at det i første halvår af 2019 bliver kortlagt, hvilke initiativer der er hensigtsmæssige for Dagrofa at følge. Vi håber derfor, at Dagrofa i 2019 kan tage de første reelle initiativer til at fremme forbruget af bæredygtigt soja.



Det er i butikken, vi møder vores kunder. Ud over at butikken skal tilfredsstille kundernes ønske om at kunne vælge mellem et bredt udbud af ansvarlige varer, er det også vigtigt, at butikkerne i drift og involvering i lokalmiljøet viser, at de tager deres samfundsmæssige ansvar alvorligt.



BORGERPROJEKTER

Ofte er dagligvarebutikken det sidste mødested i landsbyen og udgør byens moderne "forsamlingshus", fordi alle har brug for dagligvarer. SPAR-butikken er derfor med til at holde liv i byen og skabe udvikling. Det er en mulighed, som SPAR er bevidst om og som derfor kan ses på butikkens indretning i form af caféområder og hyggekroge.

Dagrofa har i samarbejde med KFI Erhvervsdrivende Fond, De Samvirkende Købmænd (DSK) og BK NORD Arkitekter og Ingeniører udarbejdet den såkaldte Butiksdrejebog, som er en konkret drejebog til hjælp for borgere, der ønsker at etablere en bæredygtig butik i deres lokalsamfund.

SPAR og Dagrofa støtter op med rådgivning og økonomisk støtte i form af udlån og huslejegarantier. Denne støtte er sammen med borgernes indskud med til at realisere bæredygtige projekter, som ofte ikke ville blive realiseret gennem de traditionelle finansielle virksomheder.

I landsbyen Bælum i Nordjylland medførte en ny dagligvarebutik, at byens borgere fik troen på fremtiden tilbage, og byen fik selvtilid. Byen har i dag en ny skole, børnehave, kunstgræsbane og en renoveret bymidte. Borgerprojekterne er derfor med til at holde liv i de mindste bysamfund.

Derudover er der i Skelhøje ved Karup i Midtjylland blevet etableret som en socialøkonomisk virksomhed, hvor mennesker der har det svært på arbejdsmarkedet, kan prøve kræfter med at arbejde i den lokale butik. Denne butik er samtidig drevet af byens borgere.

TOBAK

Dagrofa støtter målet om en røgfri generation i 2030. Vi har gennem året gennemført flere initiativer for at sikre, at vores butikker overholder de gældende aldersgrænser for salg af tobak.

Vi har udviklet film, e-læringskurser og informationsmateriale til butikkerne for at indarbejde en ID-kultur. Derudover har vi udviklet en kasseapparatsløsning, så kasseapparatet automatisk beder kassemedarbejderen bekræfte, at kunden har den lovpligtige alder, når han/hun køber en vare, der er underlagt aldersbegrænsning. I foråret 2018 udarbejdede vi i samarbejde med DSK, et forslag til en National Tobaks Handlingsplan. Formålet var at fremme en bred vifte af initiativer, der samlet set skulle minimere antallet af unge mennesker, der ryger.

Dagrofa har også besluttet, at vi i løbet af 2019 gradvist vil implementere et display-ban for tobak i MENY-butikkerne. Derudover vil vi arbejde for en lov, der påbyder alle detailhandlere at indføre display-ban.



KOMMUNAL CSR-PRIS TIL SPAR GANLØSE

I begyndelsen af januar 2019 uddelte Furesø kommunes erhvervsliv en CSR-pris til en virksomhed uden for kommunegrænsen. Det blev Charlotte Due Olsen fra SPAR Ganløse, som modtog denne pris for sit arbejde med at hjælpe folk fra Furesø kommune i arbejde i sin SPAR-butik i Ganløse.



MIN KØBMAND – GUNDERSTED KØBMANDSGÅRD

Gundersted Købmandsgård er en butik, som drives af 15 udviklingshæmmede borgere og tre pædagoger i et samarbejde mellem Min Købmand Farestrup og Beskyttet Værksted Vesthimmerland (BV).

Min Købmand ejer varelageret og kasseapparatet, mens Beskyttet Værksted Vesthimmerland driver butikken. Avancen deles mellem Min Købmand Farestrup og værkstedet, som primært bruger pengene til husleje og arrangementer for medarbejderne i butikken. Købmanden hjælper dermed en stor gruppe borgere, som ikke er i stand til at passe et almindeligt arbejde, så de alligevel får en meningsfyldt hverdag.



MENY STRUER

MENY i Struer har igennem de seneste otte år haft fokus på at arbejde med, hvordan de gennem et bevidst arbejde med inklusion, kan støtte og hjælpe mennesker på "kanten af arbejdsmarkedet". Det er både til gavn for den enkelte medarbejder og butikken, som får arbejdskraft samtidig med, at butikken lokalt viser, at den tager et samfundsmæssigt ansvar.

Butikken har ofte haft ansat mennesker med flere diagnoser, misbrugere og tidligere kriminelle. Sårbare mennesker der skulle have et særligt skub for at komme i gang på arbejdsmarkedet. Flere af disse mennesker er mange år efter stadig ansat i butikken, mens andre er kommet videre i nye jobs.



HJERTEFORENINGEN (SPAR OG MIN KØBMAND)

I 2018 gentog SPAR og Min Købmand deres samarbejde med Hjertereforeningen og solgte "elsk hjertet armbånd" for at sætte fokus på kvinder med hjertekarsygdomme. Der blev solgt 8.795 armbånd, og kædedirektør i SPAR, Min Købmand og Let-Køb, Richo Boss, kunne derfor den 9. marts 2019 overrække en check på 351.800 kroner til Hjertereforeningen i det årligt tilbagevendende Hjerteregalla show på TV2 Charlie. SPAR og Min Købmand forventer at gentage kampagnen i 2019.



STØT BRYSTERNE (SPAR OG MIN KØBMAND)

I uge 38-46 gik SPAR og Min Købmand sammen med Kræftens Bekæmpelse i en landsdækkende kampagne for at sætte fokus på de kvinder, som hvert år rammes af brystkræft. Der blev solgt 5.955 armbånd og SPAR og Min Købmand kunne dermed overrække 190.560 kroner til indsatsen mod brystkræft hos Kræftens Bekæmpelse. SPAR og Min Købmand forventer at gentage kampagnen i samarbejde med Kræftens Bekæmpelse i 2019.



MADSPILD – HVAD GØR BUTIKKERNE?

I de senere år har der været stort fokus på at reducere madspild i Dagrofa og i samfundet generelt. Det er der gode grunde til. Det er ressourcekrævende at producere fødevarer. Produktionsdyr fodres med soja-protein, og dyrkningen af dette kan bidrage til skovrydning. Der udledes enorme mængder af CO₂, der bliver lagt beslag på enorme arealer, og i produktionen bliver der ofte brugt pesticider på landbrugsarealerne. Så det er meget relevant at arbejde hen imod at kassere så lidt mad som overhovedet muligt, hvad enten det drejer sig om virksomheder, forbrugere eller detailhandlen.

Langt størstedelen af Dagrofas butikker er selvstændige købmænd. De bestemmer selv, hvilke varer der bestilles hjem ud fra en bred viden om kundernes efterspørgsel.

Købmanden arbejder dagligt med at sikre, at der er stort fokus på at undgå svind og madspild.

Alle butikker arbejder med at reducere priserne på varer, der er tæt på udløbsdato, så forbrugerne kan købe dem nedsat pris. Nogle butikker anvender forskellige apps til at styre dette og få de nedsatte varer ud til en større kundegruppe. Endelig har en lang række butikker aftaler med lokale aftagere, der afhenter de madvarer, som alligevel ikke bliver solgt. Det kan være forskellige sociale institutioner, der afhenter varerne eller lokale landmænd, der afhenter til dyremad. I Dagrofa har vi ikke et centralt overblik over mængden af overskudsmad.



MENY SØNDERVIG

MENY Søndervig har valgt at løse madspildsproblematikken på deres egen lokale måde. Der er opstillet en køler, hvor nedsatte varer med kølekrav samles. Derudover står der et cafébord i grøntafdelingen, hvor der eksempelvis sælges brunplettede bananer til en stærkt nedsat pris. Butikken har derudover et cafébord ved brødafdelingen, hvor der samles varer tæt på datoudløb.

Butikken frasorterer også de varer, som skal kasseres, så rådnede varer og tilbagetrukne varer destrueres. Almindelige datooverskredne varer, varer uden etiket og bulede dåser bliver taget fra og sat i mælkekasser. Mandag-onsdag-fredag bliver de afhentet af den lokale ildsjæl, Sanne Thomsen.

Sanne Thomsen sørger for at sortere og dele maden op i madkasser til udsatte borgere. Desuden er der hent-selv-mad i et køleskab i Ringkøbing og på Sanne Thomsens privatadresse i Hvide Sande.



ANSVARLIG
ARBEJDSPLADS

Dagrofa ønsker at være en ansvarlig arbejdsplads, hvor vores medarbejdere trives i et uformelt og professionelt miljø, og hvor der er plads til udvikling af den enkelte medarbejder. Vores medarbejdere skal være stolte af at være en del af Dagrofa.

Vi arbejder i Dagrofa med en inkluderende kultur, hvor alle uanset baggrund, alder og køn skal have lige mulighed for at deltage i arbejdet med at skabe den forretningsmæssige succes for koncernen. På en række områder er der derfor behov for en større indsats for at indfri denne målsætning.



STATUS FOR KØNSLIGESTILLING OG MÅLTAL

LEDELSESORGAN	MÅL	2018		INDSATSER
		MÆND	KVINDER	
DAGROFA BESTYRELSE	Bestyrelsen består i dag af 6 medlemmer udpeget af Dagrofas ejere.	100%	0%	Bestyrelsen vælges af ejere, og det er ambitionen, at der senest i 2022 er ét kvindeligt medlem blandt de generalforsamlingsvalgte medlemmer.
DAGROFA DIREKTION	Direktionen i Dagrofa er en to-mands direktion.	100%	0%	Vi vil tilsikre, at der er egnede kandidater af begge køn med i den afsluttende proces, når der er ændringer i direktionen.
DAGROFA KONCERNLEDELSE	Koncernledelsen som idag består af 9 medlemmer tilstræber på lang sigt at øge andelen af kvindelige medlemmer til 40%. I 2022 er et foreløbigt del-mål at øge andelen med 2 kvindelige medlemmer svarende til 25%.	100%	0%	Vi arbejder proaktivt med at sikre lige muligheder for alle ansøgere og ansatte i alle faser af deres ansættelsesforhold.
DAGROFA TOP 100 LEDELSE	Koncernledelsen tilstræber at skabe en arbejdsplads som afspejler en sammensætning hvor det underrepræsenterede køn i Top100 maksimalt udgør 40%. I 2022 er et foreløbigt del-mål at øge andelen med 10 kvinder svarende til 10% og derved samlet 29% kvindelige medlemmer i Top100.	81%	19%	Vi vil tilsikre, at der er egnede kandidater af begge køn med i den afsluttende proces Vi stiller krav til eventuelle rekrutterings-virksomheder om, at der skal præsenteres kandidater af begge køn til nøglestillinger.
FOODSERVICE DANMARK BESTYRELSE	Bestyrelsen består i dag af 4 medlemmer.	100%	0%	Det er ambitionen, at der i 2022 er ét kvindeligt medlem i bestyrelsen. I det omfang der er behov for supplerung eller udskiftning blandt de nuværende medlemmer.
FOODSERVICE DANMARK LEDELSE	Ledelsen i FoodService Danmark består i dag af 9 personer, 7 mænd og 2 kvinder. I 2022 er et foreløbigt del-mål, at øge andelen af kvinder til 33 % ved at øge antallet af kvinder fra 2 til 3.	83%	17%	Vi vil tilsikre, at der er egnede kandidater af begge køn med i den afsluttende proces til ledergruppen
DAGROFA LOGISTIK BESTYRELSE	Bestyrelsen der idag består af 4 medlemmer tilstræber at øge andelen af generalforsamlingsvalgte kvindelige bestyrelsesmedlemmer til 25% i 2022	100%	0%	Når der er udskiftning henstilles til, at der opstilles et lige antal mænd og kvinder til bestyrelsesposter.
DAGROFA LOGISTIK DIREKTION	Direktionen i Dagrofa Logistik er en to-mands direktion	100%	0%	Vi vil tilsikre, at der er egnede kandidater af begge køn med i den afsluttende proces til bestyrelse og direktion.

STATUS FOR KØNSLIGESTILLING OG MÅLTAL – JVF. ÅRSREGNSKABSLOVENS 99B

Dagrofa er underlagt regler om, at virksomhederne skal fastsætte måltal og udarbejde politikker for det underrepræsenterede køn og afrapportere herom. Vi har en ligestillingspolitik, der udtrykker en ambition om at skabe en arbejdsplads hvor der er større lighed mellem antallet af kvinder og mænd på de øverste ledelsesniveauer, og hvor det underrepræsenterede køn som udgangspunkt udgør 40 procent. Vi arbejder derfor proaktivt med at sikre lige muligheder for alle ansøgere og ansatte i alle faser af ansættelsesforholdet.

En mere ligelig fordeling af den kønsmæssigesammensætning i vores øverste ledelsesniveauer, forstået som bestyrelsen, direktion, koncernledelse og Top 100 ledelse, vil give os en række forretningsmæssige fordele.

Ovenstående skema viser status og indsats, som vi ønsker at gennemføre for at sikre en mere ligelig repræsentation af kvinder i Dagrofas øverste ledelsesorganer. Indsatserne er baseret på vores ligestillingspolitik.



Kategori chef i Dagrofa, Linea Kjerulff Rasmussen

Vi kan konstatere, at vi langt fra er i mål med ønsket om en mere ligelig fordeling mellem mænd og kvinder i øverste ledelse. Det skyldes dels, at fødevarer- og dagligvarebranchen traditionelt er meget mandsdomineret, men vi erkender også, at der ikke har været et tilstrækkeligt ledelsesmæssigt fokus på dette område. Det ønsker vi at lave om på og erkender samtidig, at det på kort sigt ikke vil være muligt at leve op til vores ambitioner. De fastsatte mål skal derfor ses som et realistisk bud på, hvad vi forventer at kunne opnå inden for dette område, inden for den skitserede tidsramme.

INKLUSION

Dagrofa Logistik samarbejder med Vejle kommune, blandt andet omkring flygtninge og har flygtninge fra Syrien ansat, nogle på prøve, mens andre er i faste stillinger. Også i FoodService Danmarks logistikforretning i Middelfart er der tre syriske flygtninge, der opnåede fastansættelse efter en prøveperiode.

Dagrofa Logistik samarbejder med jobcenter Herning ved rekruttering af nye medarbejdere og indgår som jobafklaringssted. Dagrofa Logistik samarbejder også med såvel Herning som Ringsted kommune om, hvordan vi fremmer, at flere på kanten af arbejdsmarkedet kan komme i betragtning til et arbejde.

FoodService Danmark har på tilsvarende vis samarbejde med Slagelse, Ishøj, Høje Tåstrup og Middelfart kommuner omkring ansættelse af borgere i løntilskud og jobprøvningsordning.

Yderligere har FoodService Danmark i flere år samarbejdet med projektet KLAR TIL START og har i 2018 haft fem autister i praktikforløb, hvoraf én på nuværende tidspunkt er fastansat. FoodService Danmark samarbejder med "High five" projektet, der inkluderer tidligere kriminelle på arbejdsmarkedet. Tre har været gennem projektet og alle blev efterfølgende fastansat.



HER BEGYNDER PERFORMANCE- SAMTALEN FOR LEDERE



Dagrofa

HER BEGYNDER PERFORMANCE- SAMTALEN FOR MEDARBEJDERE



Dagrofa



DAGROFA INVESTERER I UDDANNELSE AF MEDARBEJDERE

Dagrofa Academy udbyder forskellige uddannelser, fra korte e-læringsmoduler til uddannelser, som løber over flere år. Dagrofa Academy har udbudt kurser og uddannelser i blandt andet førstehjælp, akademiforløb i ledelse, it-kurser og personlig udvikling, blandt andet indenfor kommunikation. På de mere butiksfaglige uddannelser gennemføres træning i eksempelvis ferskvarer, frugt og grønt, fisk og vin.

Dagrofa har som den eneste i dansk dagligvarehandel i 2018 en Detail sommelier-uddannelse på tre niveauer. Uddannelsen er udviklet i samarbejde med en vinkuper og tager udgangspunkt i MENYs vinsortiment. Uddannelsen følger internationale standarder fra Wine & Spirit Education Trust. Desuden har Dagrofa udviklet et karriereforløb for frugt- og grøntmedarbejdere og ledere. Et forløb som ikke findes i branchen, hvor medarbejdere og ledere bliver uddannet GrøntGastronomer.

Dagrofa har videreudviklet elevuddannelsen som salgsassistent på uddannelsesinstitutionen Tradium i Randers, hvor Dagrofa-eleverne, udover den traditionelle elevuddannelse, tilbydes et fag på akademniveau. Det giver både eleverne større faglighed og ECTS point, som senere kan bruges til videreuddannelse på akademniveau.

Også FoodService Danmark har deres eget skræddersyede elevforløb for salgselever i Dagrofa S-Engros butikkerne, med fokus på B2B salg.

Dagrofa har i 2018 afsluttet hold tre af Købmandsuddannelsen, hvor 13 købmænd i tredje kvartal 2018 afsluttede uddannelsen.

I maj 2018 igangsatte Dagrofa en ny Mestertalent lederuddannelse for 13 udvalgte MENY slagter- og delikatessemedarbejdere. Uddannelsen er bygget op over fire moduler i blandt andet kommunikation, og formålet med uddannelsen er at uddanne egne slagter- og delikatesse-talenter i ledelse.

I Dagrofa S-Engros har alle 29 butikschefen og to regionschefer i 2018 været i gang med en kompetencegivende lederuddannelse på akademniveau. Rammen for uddannelsen var salgsledelse, vækst og forretningsmuligheder. Alle deltagere afsluttede uddannelsen med en eksamen.

I Dagrofa skal alle kende virksomhedens mål, egne mål og hvordan du som medarbejder bidrager til den fælles målsætning. Derfor har vi indført, at alle medarbejdere skal igennem fire årlige performance samtaler med deres leder, hvor de skal drøfte mål, opgaver og måden, som de skal levere på. Både ledere og medarbejdere bliver vurderet på deres resultater og adfærd for at sikre, at de har den optimale Dagrofa adfærd.



Dagrofa