



BAMA Storkjøkken
Bærekraftstrategi
2017–2020

BAMA

Foregangsbedrift for bærekraftig utvikling

BAMAs ambisjon er å være en foregangsbedrift for bærekraftig utvikling. Vi er opptatt av at all vår virksomhet skjer på en ansvarlig måte, og at vi er en vekstdriver basert på bærekraftige valg.

Frukt, bær og grønnsaker er noe av det sunneste og mest miljøvennlige man kan spise. Derfor er vi til stede i hele samfunnet med inspirasjon og kunnskap for å nå målet «**5 om dagen**» og en sunnere livsstil gjennom «Eat Move Sleep».

BAMA har sterk forankring i **norsk produksjon**, og vi er stolte av samarbeidet vi har med produsenter og forskningsmiljøer for å drive utviklingen og forbruket av norske produkter videre. Både når det gjelder frukt, grønt og sjømat er forskning, utvikling og samarbeid viktig for å fremme et sunt og bærekraftig kosthold.

Dessverre kastes det for mye mat i Norge. Derfor tar BAMA et helhetlig ansvar for at vi skal kaste så lite mat som mulig. Det gjør vi blant annet ved å sikre ferskest mulig produkter, med best mulig kvalitet, helt frem til forbruker. BAMA skal bidra til at Norge oppnår målet om **halvering av matsvinnet** innen 2030.

Distribusjon og transport er viktig i arbeidet vårt. Gjennom tett samarbeid med underleverandører og partnere jobber vi kontinuerlig med å **reducere Co2-avtrykket**.

Vi handler varer i mer enn 85 land på alle kontinenter. I mange av dem er de sosiale mulighetene og arbeidsforholdene svært annerledes enn i Norge. Utfordringene vi møter gir oss et **globalt ansvar** for å være en aktiv pådriver for bærekraftig utvikling innen miljø og sosialt ansvar. Vi involverer oss direkte i nære, langsiktige og åpne samarbeid med aktørene i verdikjeden vår slik at vi kan sette agendaen for arbeidsforhold, miljøforhold, og matsikkerhet.

I arbeidet vårt for bærekraftig utvikling forener BAMA krefter med kunder, myndigheter og organisasjoner. Vi er opptatt av sterke partnerskap som skaper varig endring.

Vil du vite mer? Besøk BAMA.no/barekraft



80

bedrifter for personer med behov for arbeidsbistand jobber i dag med JOBBFRUKT.

BAMA Storkjøkken har som mål å redusere matsvinn innen 2030 med

50%

75%

av drivstoffet til distribusjon skal innen 2020 være fornybart.



Vi skal bidra til å nå målet «5 om dagen». Vi jobber for å øke andelen frukt, grønt og sjømat i nordmenns daglig kost. Det gjør vi gjennom økt tilgjengelighet og brukervennlighet f.eks. ved frukt/bær på bensinstasjon, skolefrukt og ferdig bearbejdede produkter til HORECA. Satsningene skal gi en forbruksvekst på frukt og grønt og sjømat, i skole, jobb og i HORECA. Veksten måles opp i mot nasjonale veksttall. Internt skal vi øke kunnskap om eget bærekraftarbeid gjennom e-læring.



Vi i Fazer Food Services har økt grøntandel som et av våre viktigste satsingsområder, eller «Green is the new Black» som vi liker å kalle det. Vi ser, gjennom vårt samarbeid med GreenNudge i kampanjer og opplæring av vårt restaurantpersonale, at våre gjester spiser mer grønt og sunnere enn noen gang, samt at vi med dette også får reduserte råvarekostnader.

Sidsel Rygh Trodal,
Administrerende Direktør/ Managing Director, Fazer Food Services AS



Vi skal bidra til å gi dem som står utenfor arbeidslivet en mulighet til å bli inkludert. JOBBFRUKT skaper verdifulle arbeidsplasser. 80 bedrifter med 600 ansatte som har behov for arbeidsbistand, samarbeider i dag med BAMA om JOBBFRUKT. Antallet skal økes.



Når du kjøper frukt fra JOBBFRUKT bidrar du til at jeg og 599 andre har en jobb å gå til. Det betyr alt for meg.

Linn Larsen,
Arbeidstaker Tromsø Asvo AS



Basert på forskning og innovasjon utvikler vi løsninger som gjør oss i stand til å levere mer ferskforedle og enda sunnere versjoner av våre produkter. Vi har også utviklet kunnskapstiltakene Kort & Godt og Sesongkalenderen. Begge er tiltak som gir våre kunder og samarbeidspartnere økt kunnskap om produktene våre; hvor de kommer fra, hvordan de benyttes best mulig, når de er på sitt beste m.m. Vi kan i løpet av fire timer spore produkter tilbake til leverandør og opprinnelse, uavhengig av hvor i verden et produkt kommer fra. I tillegg ligger vi langt fremme på tørrpakking av sjømat og dermed reduksjon av isoporpakking.



For oss som nasjonal aktør er lokalmat og produkter produsert i Norge av gode og seriøse norske produsenter viktig. Ved å satse på lokalmat ønsker vi ikke bare å bli litt grønnere og mer kortreiste, men å få enda bedre råvarer å by på. Å handle lokalt er en måte å tenke globalt. Jo mer produksjon av høy kvalitet som foregår på hjemmebane, desto bedre er det.

Oddvar Strand,
Innkjøpsansvarlig Norrein Gruppen



I samarbeid med våre norske produsenter skal vi bidra til økt kunnskap om, og tilgang til, kortreist mat. Gjennom Kutt Matsvinn2020 går vi foran og hjelper våre kunder med å redusere matsvinn, slik at det globale målet om halvering av matsvinn innen 2030 nås. Vi skal også være en foregangsbedrift innen emballering og sørge for at våre produkter leveres med emballasje som kan materialgjenvinnes. Vi skal også sørge for at nyttig og relevant kunnskap kommer ut i hele verdikjeden. I drifts-avdelingene våre skal matsvinn reduseres med 50 prosent innen 2030.



Kunnskap er gull. Nå vet vi mer om produktene vi tilbyr, vi setter sammen et sunnere/ferskere tilbud og vi sparer penger.

Håvard Ravn Larsen,
Fagsjef BAMA Storkjøkken



Med økt kunnskap bidrar vi til effektivisering av distribusjon og transport, og reduksjon av Co2. Dette gjør vi gjennom tett samarbeid med underleverandører og partnere til beste for våre kunder, både hva gjelder kvalitet, mattrygghet, miljøpåvirkning og pålitelige leveranser. Målet er 75 prosent fornybart drivstoff innen 2020 innenfor distribusjon. I tillegg skal vi redusere CO2-utslipp gjennom en effektiv terminalstruktur med redusert arealbehov, riktig kjølekapasitet og smartere og mer effektive løsninger i våre bygg. En riktig terminalstruktur vil også sørge for at transporten vår har så fulle biler som mulig, og dermed utnytter ressursene våre godt. Vi benytter tog der dette er mulig.



Med reduksjon av antall leveranser pr år med 5000, som en direkte årsak av samdistribusjon av FG og Sjømat/Vilt til hotellene, har vi både spart miljøet og redusert kost.

Cathrine Dehli,
Choice



Vi skal drive utviklingen av bærekraftig sjømat fra fangst til tallerken. Vi skal sette krav, oppmuntre våre kunder og partnere, og hente kunnskap hos de beste for å drive en bærekraftig utvikling av forretningsområdet. Vår ambisjon er å kunne gi en kundegaranti for at våre produkter er fisket, fanget eller oppdrettet på en slik måte at havets naturlige tilstand ivaretas i et langsiktig og bærekraftig perspektiv. Innen sjømat skal vi være en pådriver for bærekraftig fangst og selv drive utviklingen av bærekraftig foredling. Vi er allerede nære å nå et nullprosentmål på rødmerkede produkter. Innen 2018 er målet 0 prosent rødmerkede produkter i hele vårt sortiment.



Vi redder ikke verden alene. Vi må ha foregangs-eksemplene i industrien som er villige til å lytte, gjøre sitt beste og være en pådriver for de bærekraftige valgene.

Nina Jensen,
WWF



«Utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov.»

FNs definisjon på bærekraftig utvikling

FNs BÆREKRAFTSMÅL

BAMA Storkjøkken har ambisjoner om å bidra til å oppfylle alle FNs 17 bærekraftsmål. Vi har likevel valgt å løfte frem noen av målene, fordi disse er spesielt relevante for vårt forretningsområde. Det er her vi kan bidra mest og gjøre den største forskjellen.



“

BAMA Storkjøkken jobber tett med kunder og samarbeidspartnere slik at vi kan være en viktig bidragsyter til BAMAs mål om å være en foregangsbedrift for bærekraftig utvikling. Gjennom sterke partnerskap klarer vi å skape varige endringer som både gagnar forretningene og samfunnet på samme tid. Vi har valgt å se til FNs bærekraftsmål i arbeidet vårt. Disse gir oss et universelt, globalt rammeverk som vi kan knytte målene og bidragene våre opp mot – og strekke oss etter.

Bent Andersen
Adm. dir., BAMA Storkjøkken

BAMA er til stede i hele samfunnet med inspirasjon og kunnskap for å nå målet:

5 om dagen

I løpet av:

4 timer

kan vi spore produkter tilbake til leverandør og opprinnelse, uavhengig av hvor i verden et produkt kommer fra.

0%

av våre sjømatprodukter skal innen 2018 være rødmerkede.

