



REMA 1000

ANSVARSRAPPORT

Innhold

Innledning

Nøkkeltall	03
40 år med lave priser	04
Ansvar i REMA 1000	05
Ansvar fra jord til bord	06
Våre ambisjoner	07



Miljø

Viktigste resultater i 2018	09
Klimapåvirkning	10
Utvikling i 2018	11
Klimaregnskapet	14
Bærekraftige produkter	20
Plast og emballasje	31
Matsvinn	37
Indikatorer miljø	44



Helse

Viktigste resultater i 2018	47
Sunne varer	48
Utvikling i 2018	49
Trygg mat av god kvalitet	58
Indikatorer Helse	63



Arbeidsliv

Viktigste resultater i 2018	65
Arbeidsliv	66
Utvikling i 2018	67
Inkludering og mangfold	68
Lokalsamfunn	76
Høy forretningsmoral	78
Indikatorer Arbeidsliv	80



Ansvarlig handel

Viktigste resultater i 2018	83
Ansvarlig handel	84
Utviklingen i 2018	85
Dyrevelferd	93
Indikatorer Ansvarlig handel	97
Vedlegg	
Interessentdialog	98
GRI-index	99



Nøkkeltall 2018

REMA 1000 tilbyr kunder over hele landet dagligvarer til laveste pris av høy kvalitet, produsert og solgt på en ansvarlig måte.

15.februar 1979 åpnet vi den første butikken på Bromstad i Trondheim. Førti år senere har vi over 640 butikker som drives av selvstendige Kjøpmenn fra nord til sør og er en av landets sterkeste merkevarer.

REMA 1000 er en del av Reitangruppen som består av fem forretningsområder: REMA 1000, Reitan Servicehandel, Reitan Eiendom, Reitan Kapital og Uno-X gruppen. **Reitangruppens visjon er å bli kjent som det mest verdidrevne selskapet.**

REMA 1000 er dagligvarekjeden som **vokser mest** i 2018



KÅRET TIL NORGES ANDRE BESTE ARBEIDSPASS AV GREAT PLACE TO WORK

Rangert blant de **beste i verden** på klimaledelse av CDP



Ukentlig besøker 4 millioner kunder våre butikker

23,7%
markedsandel

41,8
milliarder i omsetning

4,4%
vekst

16
nye butikker

11 528
ansatte

Visste du at...

REMA 1000 er den eneste dagligvarekjeden i Norge som rendyrker franchising som organisasjonsform?

40 år med lave priser

Det begynte med jakten på et butikkonsept som var annerledes enn de tradisjonelle nærbutikkene. På en studietur til Tyskland i 1977 ble representanter for Reitangruppen imponert over den tyske lavpriskjeden ALDI's gjennomførte enkelhet.

Da Odd Reitan åpnet den første REMA-butikken 15. februar 1979 på Bromstad i Trondheim var det med nettopp ALDI som forbilde.

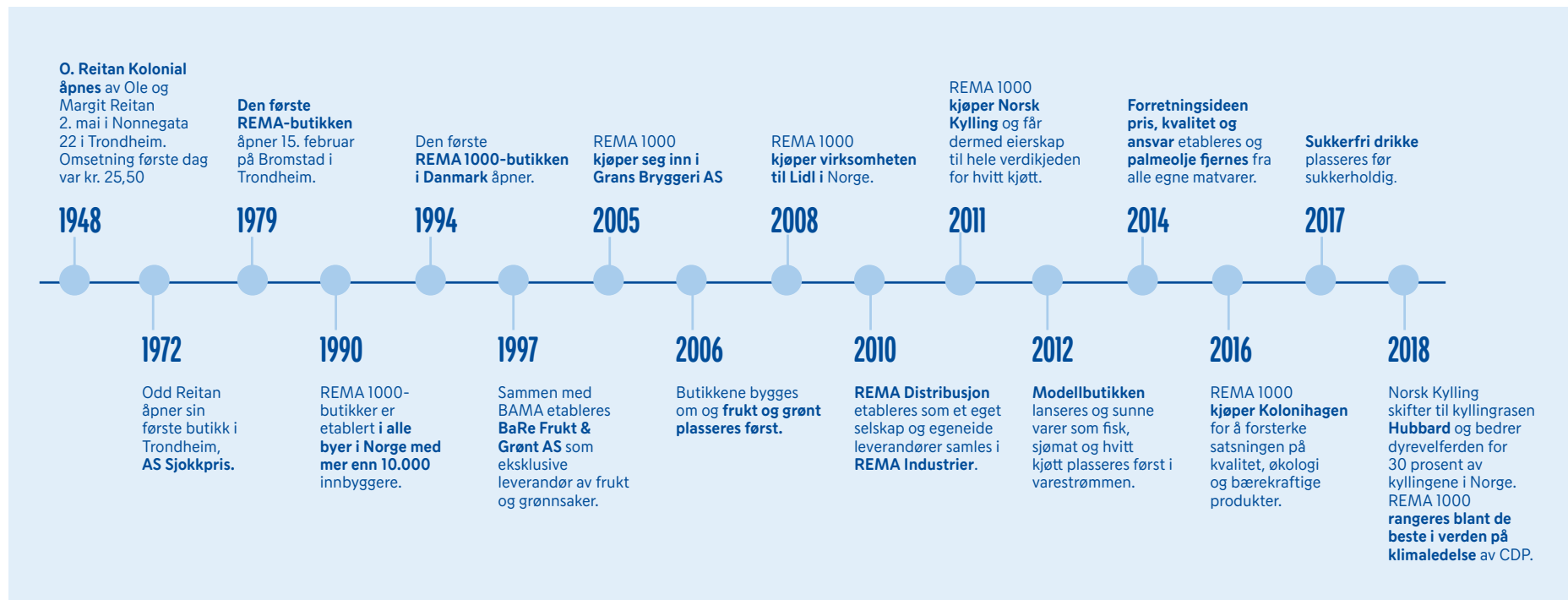
I startfasen var utvalget begrenset til 500-600 varer, men dette sortimentet ble for smalt til at det ble lønnsomt. Butikken i Mo i Rana, som åpnet året etter, økte derfor vareutvalget til 1000 artikler. Dette ga stor suksess og ble videreført i de tre butikkene som da gikk under navnet REMA. Det førte også til at navnet ble endret til REMA

1000 – en forkortelse for Reitan Mat, 1000 artikler. Selv om vareutvalget har økt siden den gang har navnet bestått.

REMA 1000-konseptet har siden blitt utviklet og forbedret, og sortimentet har endret seg i takt med tiden og kundenes matvaner. Men fortsatt jobber vi etter den samme filosofien; effektiv drift og lave kostnader, i tillegg til store volum, gjøre oss konkurransedyktige og i stand til å holde kundeløftet vårt om bare lave priser.

VÅRE VERDIGRUNNLAG

- Vi rendyrker bedriftens forretningsidé
- Vi holder en høy forretningsmoral
- Vi skal være gjeldfri
- Vi skal motivere til vinnerkultur
- Vi tenker positivt og offensivt
- Vi snakker med hverandre – ikke om hverandre
- Kunden er vår øverste sjef
- Vi vil ha det morsomt og lønnsomt



Ansvar i REMA 1000



I REMA 1000 definerer vi samfunnsansvar - eller ansvar som vi kaller det – som vårt arbeid med miljø, helse, arbeidsliv og ansvarlig handel.

Med høy forretningsmoral som et av våre verdigrunnlag skal vi ivareta hensynet til blant annet menneske- og arbeidsrettigheter, helse, og miljø. Vår ambisjon om å gjøre mer enn det som forventes av oss og vi skal kutte våre utslipp og øvrige negativ påvirkning raskere enn vi er pålagt å gjøre.

I 2014 etablerte vi en ny forretningside: Kundene velger oss fordi vi alltid har laveste pris på varer av høy kvalitet, produsert og solgt på en ansvarlig måte.

Pris, kvalitet og ansvar er kjernen i vår virksomhet og en integrert del av arbeidsbeskrivelsen til alle som jobber i REMA 1000.

REMA 1000 SKAL BIDRA TIL FNs BÆREKRAFTSMÅL

Vårt ansvarsarbeid skal bidra til bærekraftsmålene satt av FN. Vi har tro på at vi kan bidra positivt selv om vi er små i den store sammenhengen, og prioriterer følgende bærekraftsmål:



God helse. REMA 1000 skal redusere salt, sukker og mettet fett i egne merkevarer og selge mer av maten som er bra for helsen.



Likestilling mellom kjønn. REMA 1000 skal fremme både kvinner og menns muligheter.



Ren energi for alle. REMA 1000 satser på fornybar energi og energismarte butikker og bygg.



Anstendig arbeid og økonomisk vekst. REMA 1000 skal ta ansvar for menneske- og arbeidsrettigheter, helse og miljø i hele verdikjeden.



Mindre ulikhet. REMA 1000 skal gi alle like muligheter, uavhengig av kjønn, opprinnelse og bakgrunn.



Ansvarlig forbruk og produksjon. REMA 1000 jobber for en mer bærekraftig matproduksjon fra jord til bord.



Stoppe klimaendringene. REMA 1000 skal kutte klimagassutslipp i egen virksomhet raskere enn vi er pålagt å gjøre.



Liv under vann. REMA 1000 tar vare på havet gjennom tiltak som sørger for mer bærekraftig fisk og sjømat og reduserer marin forurensning.



Liv på land. REMA 1000 bevarer regnskog og jobber for et mer bærekraftig jordbruk.

Se etter bærekraftsmålene for mer om hvordan vi bidrar.

Visste du at...

FNs bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030? De 17 målene med 169 delmål ble offisielt iverksatt 1. januar 2016, og er godkjent av de 193 medlemslandene i FN.

Ansvar fra jord til bord

PRODUKSJON

I 2018 handlet REMA 1000 varer fra nærmere 500 leverandører i 30 land. Vi skal ha profesjonelle og dyktige leverandører som holder en høy standard når det gjelder blant annet miljøpåvirkning, kvalitet, ansvarlighet og arbeidsforhold. Derfor stiller vi strenge krav til våre leveringslinjer og har et kontinuerlig fokus på risikokartlegging og oppfølging av alle leverandører. Retningslinjer og krav er også gjeldene for alle underleverandører og agenter.

I tillegg til innkjøp fra merkevareleverandører eier REMA Industrier selskapene Norsk Kylling, Hugaas Rugeri, Norske Bryggerier, Stanges Gårdsprodukter (95 prosent), Kolonihagen (82 prosent), Grans Bryggeri (50 prosent), Kjeldsberg Kaffebrenneri (50 prosent), Spekeloftet (50 prosent) og BAMA Gruppen (20 prosent). Disse selskapene produserer egne og unike merkevarer for REMA 1000.

Visste du at...

REMA 1000 består av over 11 500 ansatte fra 71 ulike nasjoner?

DISTRIBUSJON

REMA Distribusjon har ansvaret for levering av varer fra våre seks distribusjoner til REMA 1000-butikker i hele Norge. Vi har stort fokus på å redusere miljøpåvirkningen i transportleddet og på distribusjonene våre.

BUTIKK

REMA 1000 har over 640 butikker i Norge og vår ambisjon er å strekke oss langt for at butikkene skal være så miljøvennlige som mulig. Tiltak som bytte til miljøvennlig kjølegass, LED-belysning og gjenvinning av varme er tiltak som både kutter miljøpåvirkning og kostnader. Videre skal butikkene være trivelige å handle i og inspirere kunden til å ta sunne og gode valg. Vi er også bevisst vår rolle som inkluderende arbeidsgiver og ønsker å gi mennesker som faller utenfor arbeidslivet muligheter.

FORBRUK

Vårt mål er at kundene skal oppleve at det er enkelt å ta gode valg til lave priser når de velger REMA 1000. Dette handler blant annet om vareutvalg og produktutvikling samt at vi gjør det enkelt å tilberede god og sunn mat og kildesortere emballasjen etter bruk.



Våre ambisjoner

INNEN 2026 ER VÅR AMBISJON AT ...

- ... hele vårt sortiment er produsert på en bærekraftig måte
- ... vi er klimanøytrale – uten kjøp av kvoter
- ... vi er anerkjent som en bedrift som gir alle like muligheter
- ... vi er en pådriver for reduksjon av tilsetningsstoffer, miljøgifter og allergener
- ... vi reduserer salt, sukker og mettet fett i egne matvarer og er størst på kategorier som bidrar til bedre folkehelse
- ... all emballasje og bæreposer fra REMA 1000 er bærekraftig
- ... våre leverandører leverer produkter uten palmeolje med unntak av sertifisert og sporbar palmeolje
- ... vi reduserer svinnet i egen virksomhet med 50 prosent



Vår rapportering

Vår ansvarsrapportering er utarbeidet i tråd med GRI Standards. Tema og indikatorer er valgt på bakgrunn av hva som er vesentlig for vår langsiktige verdiskapning samt hvordan vi påvirker og blir påvirket av våre interessenter. Det er også lagt til grunn hvor REMA 1000 har størst positiv og negativ påvirkning på omverdenen, og hvor vi har størst påvirkningskraft. Basert på disse vurderingene er temaene kategorisert i en vesentlighetsanalyse og gruppert på viktig, viktigere, viktigst.

Denne rapporten omfatter alle temaer som er definert som viktigst samt mange av de som er definert som viktig. En oversikt over indikatorene som er dekket fremkommer avslutningsvis i denne rapporten og relevante indikatorer følger hvert delkapittel. Klimaregnskapet er revidert av DNV GL.

Rapporten kan leses i sammenheng med vår årsrapport som er tilgjengelig på REMA.no. Denne er revidert av EY. Ansvarsrapporten er ikke eksternt revidert. En detaljert redegjørelse for rapporteringsstandarden og de ulike indikatorene er å finne på globalreporting.com

An aerial photograph of a river meandering through a dense, lush green forest. The river is a light greenish-brown color, contrasting with the deep green of the surrounding trees. The text 'MILJØ' is overlaid in large white letters.

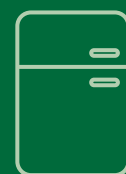
MILJØ

REMA 1000 tar vare på miljøet

Viktigste resultater i 2018

47%

Reduksjon i utslipp siden 2013. I 2018 er utslippene redusert med **7%**.



50%

**MINDRE
UTSLIPP**

fra kjølegasser i 300 butikker etter
bytte til miljøvennlig alternativ

**FRA 1 TIL 18
PRODUKTER
AV ØKOLOGISK
SVIN**



I 2018 åpnet vi
**10 MILJØ-
BUTIKKER**



**Åpnet distribusjonal
med Norges
smarteste
energisystem.**

**REDUSERT
STRØMFORBRUKET MED
OPPTIL 50 % SOM FØLGE AV
BYTTE TIL LED-BELYSNING I
270 BUTIKKER**

**Lager kortreist og fornybar
energi på taket** tilsvarende
det årlige forbruket til 40
eneboliger



**REDDET
48 000
FOTBALLBANER
MED REGNSKOG**



Rangert som **en
av verdens beste
på klimaledelse**
av CDP

500 TONN

mindre plast på
egne merkevarer

**MSC-sertifisert
tunfisk av egen
merkevare**



Vår klimapåvirkning

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

Siden 2013 har vi redusert våre utslipp med 47 prosent. Reduksjonen på 33 648 tonn CO2e tilsvarer 13 459 biler på norske veier i ett år eller 6730 ganger rundt jorden med fly.

I samme periode er utslipp fra direkte og indirekte utslipp i fossile brennstoff, elektrisitet og fjernvarme redusert med hele 55 prosent.

Blant tiltakene som har gitt gode resultater er bytte fra HFK-gasser til miljøvennlige kjølegasser. Alene har dette redusert utslipp fra kjølegasser med 73 prosent siden 2013. Målet er å fase ut alle slike utslipp innen 2025. Videre er utslipp fra elektrisitet i samme periode redusert med 57 prosent som følge av bytte til LED-belysning og en renere og mer fornybar energimiks.

I våre industribedrifter Norsk Kylling og Grans Bryggerier har bytte av fyringsolje til klimavennlige alternativer redusert utslippene med 42 prosent siden 2013. Norsk Kylling har gjennomført en rekke endringer de siste årene og ble tildelt tittelen Årets Snuoperasjon av Stiftelsen Miljøfyrtårn i 2017.



Gjennom vårt arbeid med å redusere utslipp og benytte mer fornybar energi bidrar vi til FNs bærekraftsmål 7 og 13.

REMA 1000 rangeres blant de beste i verden på klimaledelse

I 2018 fikk vi som et av fem norske selskaper toppkarakter av CDP. Organisasjonen rangerer årlig over 7000 av verdens største selskaper på klimaarbeid og i 2018 var det kun 1,8 prosent som fikk toppkarakter. REMA 1000 ble rangert på topp i Norden av dagligvareaktører og blant topp tre i Europa. Toppllasseringen er et bevis på at vi gjennom betydelige utslippskutt, klare målsettinger og en god vurdering av klimarisiko og muligheter, er blant de beste i verden på klimaledelse.

- Selskaper som får en toppllassering i CDP skaper innovative løsninger, ser nye markedsmuligheter og posisjonerer seg godt inn mot det grønne skiftet og en mer bærekraftig økonomi.

Paul Simpson, CEO i CDP.



-I REMA 1000 er vi opptatt av å drive både effektivt og miljøvennlig. Vår holdning er at vi skal handle raskere og gjøre mer enn det som forventes av oss. Vi jobber hardt for å redusere vår klimabelastning og jeg er stolt av at vi rangeres blant selskapene som er best i verden på klimaledelse.

Ole Robert Reitan,
administrerende direktør
REMA 1000 AS.



Klimaendringene er vår tids største utfordring og ifølge FN må det drastiske tiltak til for å kunne begrense oppvarmingen til 1,5 grader. For oss i REMA 1000 er det enkelt. **Vi skal være en del av løsningen og gjøre mer enn det som forventes av oss.**

Utvikling i 2018

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

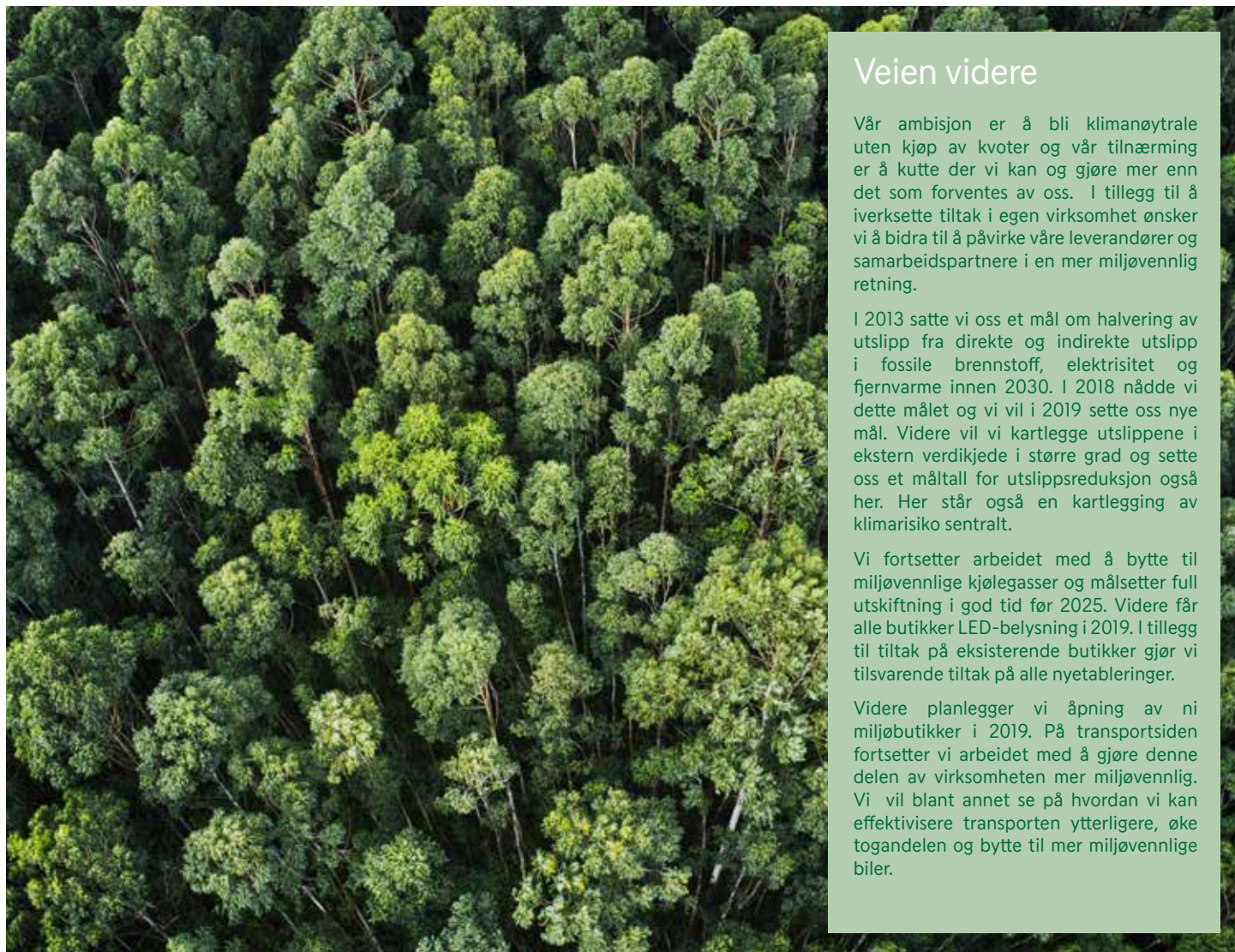
I 2018 nådde vi målsettingen om halvering av utslipp fra direkte og indirekte utslipp i fossile brennstoff, elektrisitet og fjernvarme innen 2030.

På tross av flere butikker og markedsvekst reduserer vi utslippene med ytterligere 7 prosent i 2018. Dette tilsvarer et utslipp på 4 647 tonn CO₂e og inkluderer direkte og indirekte utslipp i fossile brennstoff, elektrisitet og fjernvarme. Videre er forretningsreiser, avfall, godstransport og indirekte utslipp knyttet til drivstoff inkludert.

Vår satsning på energismarte butikker fortsetter. Vi har passert 300 butikker med miljøvennlige kjølegasser, og er dermed godt på vei mot å nå målet om å fase ut HFK-gasser innen 2025. Videre har 270 butikker fått LED-belysning som bidrar til redusert energibruk.

Vi åpnet 16 butikker i 2018 og av disse var ti miljøbutikker. De resterende fikk miljøvennlige kjølegasser, LED-belysning og ventilasjons-system.

Vi satser videre på fornybar energi og åpnet i 2018 en ny distribusjon i Sandnes som ved hjelp av solenergi og et smart og innovativt miljøkonsept produserer fornybar energi tilsvarende det totale årsbehovet til 40 eneboliger. Grunnet den varme sommeren i 2018 var lageret i store perioder av sommerhalvåret selvforsynt på solkraft.



Veien videre

Vår ambisjon er å bli klimanøytrale uten kjøp av kvoter og vår tilnærming er å kutte der vi kan og gjøre mer enn det som forventes av oss. I tillegg til å iverksette tiltak i egen virksomhet ønsker vi å bidra til å påvirke våre leverandører og samarbeidspartnere i en mer miljøvennlig retning.

I 2013 satte vi oss et mål om halvering av utslipp fra direkte og indirekte utslipp i fossile brennstoff, elektrisitet og fjernvarme innen 2030. I 2018 nådde vi dette målet og vi vil i 2019 sette oss nye mål. Videre vil vi kartlegge utslippene i eksterne verdikjeder i større grad og sette oss et måltall for utslippsreduksjon også her. Her står også en kartlegging av klimarisiko sentralt.

Vi fortsetter arbeidet med å bytte til miljøvennlige kjølegasser og målsetter full utskiftning i god tid før 2025. Videre får alle butikker LED-belysning i 2019. I tillegg til tiltak på eksisterende butikker gjør vi tilsvarende tiltak på alle nyetableringer.

Videre planlegger vi åpning av ni miljøbutikker i 2019. På transportsiden fortsetter vi arbeidet med å gjøre denne delen av virksomheten mer miljøvennlig. Vi vil blant annet se på hvordan vi kan effektivisere transporten ytterligere, øke togandelen og bytte til mer miljøvennlige biler.

Energismarte butikker

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

LED-belysning, miljøvennlige kjølegasser og energisparing er blant tiltakene som gjør REMA 1000-butikkene mer miljøvennlig.

LED-BELYSNING

Et effektivt tiltak for å redusere strømforbruket er bytte til LED-lys. Med et vesentlig lavere forbruk enn tradisjonell belysning har vi halvert strømforbruket i butikker etter bytte til LED.

Alle våre butikker vil i løpet av 2019 få LED-belysning både inne og ute.

50% LAVERE
STRØM-
FORBRUK

MILJØVENNLIGE KJØLE- OG FRYSEANLEGG

For å redusere utslippene fra kjølegasser bytter vi til miljøvennlige væsker i kjøle- og frysedisker i butikker og på distributører. Dette tiltaket reduserer utslipp fra kjølegasser med 50 prosent.

Målet er å fase ut HFK-gassene i alle butikker før 2025.

50% MINDRE
UTSLIPP

KILDESORTERING

Effektive avfallssystemer bidrar til økt gjenvinning og ressursutnyttelse. Vi har et mål om 80 prosent sorteringsgrad av avfallet i våre butikker og jobber hele tiden med å tilrettelegge for gode løsninger.

I fremtiden er målet at vi skal øke sorteringsgraden ytterligere og sikre at alt avfall bidrar til den sirkulære økonomien.

80% SORTER-
INGSGRAD

ENERGIOVERVÅKNING OG STYRING

Det ligger et stort potensial i å bruke energien mer effektivt. Energoovervåkning hjelper oss å avdekke energiavvik og iverksette nødvendige tiltak.

Målet er å få en optimalisert og smart styring av hver enkelt REMA 1000-butikk.

90 000 ÅRLIG SPARE-
kWh POTENSIALE

Klimaledelse

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

KLIMANØYTRALITET

I REMA 1000 gjennomfører vi en rekke reduksjons-tiltak i egen virksomhet. Videre forsøker vi å påvirke hele verdikjeden for å redusere de totale utslippene.

Inntil den dagen vi er klimanøytrale kompenserer vi for våre utslipp gjennom FN-godkjente klimakvoter som bidrar til å bevare regnskog. Vi har valgt å investere våre kvoter i et regnskogsområde på Papua Ny-Guinea. Med støtte gjennom flere år har vi bidratt til å bevare et område på størrelse med Vest Agder.

KLIMARISIKO

Matproduksjon står i følge FN for rundt 30 prosent av utslippene på verdensbasis. Videre legger mange matvarer stort beslag på ressurser og landområder. I tiden fremover vil en forståelse for klimarisiko bli stadig viktigere.

Vår ambisjon er å bygge bærekraftige verdikjeder som reduserer risiko og sørger for at vi kan produsere og selge varer på en ansvarlig måte – i dag og i fremtiden. I 2019 vil vi ta ytterligere grep i arbeidet med klimarisiko med målet om å avdekke i hvilken grad vi er eksponert og hvordan vi best kan håndtere dette.

Vårt klimaregnskap

I tråd med vårt verdi-grunnlag er vår ambisjon å bli gjeldfri på klima. Vi skal kutte utslippene raskere enn hva vi er pålagt å gjøre og har siden 2013 redusert utslipp fra egen virksomhet med 47 prosent.

Reduksjonen på 33 648 tonn CO₂e tilsvarer 13 459 biler på norske veier i ett år eller 6730 ganger rundt jorden med fly.

På tross av markedsvekst og flere butikker kutter vi utslippene med 7 prosent i 2018. Blant de mest effektive tiltakene er bytte til miljøvennlige kjølegasser, inntransport med tog til distribusjoner og satsing på fornybar energi. I det følgende fremkommer utslippene for 2018, 2017 og basisåret 2013.



Metodikk

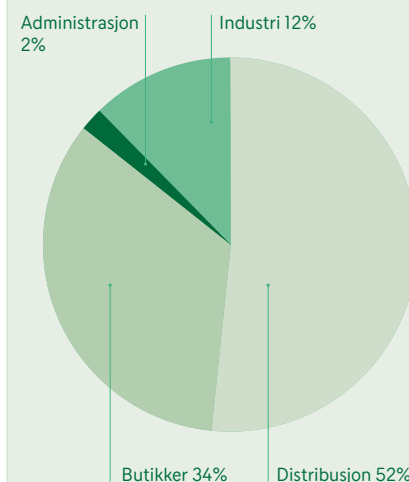
Følgende metodikk er lagt til grunn for beregning av klimaregnskapet:

Utslipp inkludert i tCO₂e for scope 1, 2 og 3 er CO₂, CH₄, N₂O, SF₆, HFC og PFC. Globaloppvarming-potensialet (GWP) som brukes i beregningen av CO₂e er basert på den fjerde vurderingsrapporten (Fourth Assessment Report, AR4) over en 100 års periode fra Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC).

Konsolideringsmetoder for utslipp er gjennom Operasjonell Kontroll for både Scope 1 og Scope 2. Alle utregninger gjort i Scope 1, 2 og 3 er gjort konsekvent i forhold til GHG-protokollen. Kalkuleringsmetoder for egne analyser er benyttet under Scope 3 for å beregne jernbaneutslipp under godstransport. Dette er gjort med kalkulatorverktøyet fra Ecotransit og er basert på oppgitt antall togstreknings, antall trailere, TEU og prosentandel som er lastet.

TOTALT TONN CO ₂ E FRA HELE VIRKSOMHETEN				
	SCOPE 1	SCOPE 2	SCOPE 3	TOTALT
2018	12 032	16 078	33 323	61 433
2017	13 608	18 012	34 461	66 080

UTSLIPP FORDELT PÅ FORRETNINGSOMRÅDE



TOTALT TONN CO₂E FORDELT PÅ FORRETNINGSOMRÅDENE (INKL. SCOPE 1, 2 OG 3)

	2013	2017	2018	ENDRING 2013-2018
Distribusjon	53 581	32 882	31 719	41%
Butikker	48 689	23 723	20 881	57%
Administrasjon	2 192	1 868	1 247	43%
Industri	11 960	7 607	7 586	37%
Total	116 422	66 080	61 433	47%



UTSLIPP REMA INDUSTRIER (TONN CO₂E)

	2013	2017	2018
Grans	2 659	1 462	1 713
Hugaas Rugeri	429	534	429
Kjeldsberg kaffebrenneri	463	376	411
Stanges Gårdsprodukter	188	228	241
Spekeloftet	85	50	56
Norsk Kylling	6 292	4 878	4 655
Kolonihagen		79	81
Total	10 116	7 607	7 586

Utslipp

DIREKTE UTSLIPP (SCOPE 1)				
KATEGORI	ENHET	2013	2017	2018
Transport				
Diesel	tCO ₂ e	6 857	5 133	31
LPG	tCO ₂ e		930	1 019
Bensin	tCO ₂ e	491	226	9
Total	tCO₂e	7 348	6 290	5 683
Stasjonær forbrenning				
Lett fyringsolje	tCO ₂ e	497	218	244
Fyringsolje	tCO ₂ e	4 459	396	273
Propan	tCO ₂ e	44	2 347	2 459
Total	tCO₂e	4 984	2 959	2 977
Kjemisk prosess				
Prosessutslipp CO ₂	tCO ₂ e	0,2	0,6	0,5
Total	tCO₂e	0,2	0,6	0,5
Kjølegasser				
HFC23	tCO ₂ e	11		
HFC507	tCO ₂ e	7 025	1 920	
R-422 A	tCO ₂ e	47		
R-404 A	tCO ₂ e	2 576	1 360	1 099
R-134A	tCO ₂ e	2 372	793	880
R-407 C	tCO ₂ e	240		113
R-744	tCO ₂ e	1	0	0
R-407 A	tCO ₂ e		16	23
R-507A	tCO ₂ e			1 129
R-448 A	tCO ₂ e		266	124
Total	tCO₂e	12 274	4 357	3 370
TOTAL	tCO₂e	24 607	13 608	12 032
ENDRING			-44 %	-11 %
				-51 %

INDIREKTE UTSLIPP (SCOPE 2)				
KATEGORI	ENHET	2013	2017	2018
Elektrisitet				
Elektrisitet Nordisk miks	tCO ₂ e	37 398	17 971	16 036
Total	tCO₂e	37 398	17 971	16 036
Fjernvarme/kjøling Nordiske lok.				
Fjernvarme Oslo	tCO ₂ e	246	32	33
Fjernvarme Trondheim	tCO ₂ e	19	-	-
Fjernvarme Kristiansand	tCO ₂ e	4	4	3
Fjernvarme Stavanger	tCO ₂ e	8	3	4
Total	tCO₂e	279	40	41
Generell fjernvarme				
District heating Bio 90%	tCO ₂ e	24	-	-
Total	tCO₂e	24	-	-
TOTAL	tCO₂e	37 701	18 011	16 077
ENDRING			-52 %	-10 %
				-57 %

UTSLIPP I EKSTERN VERDIKJEDE (SCOPE 3)				
KATEGORI	ENHET	2013	2017	2018
Flyreiser	tCO₂e	1 904	1 783	1 306
Forretningsreiser	tCO₂e	194	129	136
Godstransport	tCO₂e	16 947	15 385	14 680
Avfall	TCO₂E	6 445	5 297	4 961
Indirekte utslipp WTT				
Diesel (WTT)	tCO ₂ e	-	3	-
Electricity Nordic mix (WTT)	tCO ₂ e	26 045	10 022	10 334
Propane/Butane (WTT)	tCO ₂ e	9	481	505
Petrol (WTT)	tCO ₂ e	98	58	2
Burning oil (WTT)	tCO ₂ e	980	123	104
LPG (WTT)	tCO ₂ e	-	116	128
Diesel (B5) WTT	tCO ₂ e	1 487	1 057	1 163
Total	tCO₂e	28 620	11 864	12 238
TOTAL	tCO₂e	54 112	34 460	33 323
ENDRING			-36	-3

Kommentarer

Totalt er direkte og indirekte utslipp (scope 1 og 2) redusert med 55 prosent i perioden 2013-2018. Dette inkluderer direkte og indirekte utslipp i fossile brennstoff, elektrisitet og fjernvarme og tilsvarer 34 200 tonn CO₂e. **I 2018 er reduksjonen 11 prosent.**

Dersom utslipp fra scope 3 legges til er totalreduksjonen 47 prosent siden basisåret 2013 og 7 prosent i 2018. Som en følge av utskiftning miljøvennlige kjølegasser er relaterte utslipp redusert

med 73 prosent siden 2013. Dette tilsvarer 8 904 tonn CO₂e og vi ser også en betydelig nedgang i 2018.

REMA Distribusjon har redusert sitt forbruk av diesel som en følge av økt godstransport med tog. Dette fremkommer i scope 3 og er et av tiltakene som har ført til reduksjon i transportleddet. Totalt er utslippene fra denne delen av virksomheten redusert med 5 480 tonn CO₂ siden 2013.

Bytte til LED-belysning i 300 butikker har effektivisert strømforbruket betraktelig.

Kombinert med en mer fornybar energimiks har dette ført til en **utslippsreduksjon på 17 345 tonn CO₂** siden 2013. Dette på tross av at det totale elektrisitetsforbruket (MWh) har økt med 10 prosent i samme periode.

REMA Industrier har redusert sine utslipp med 37 prosent siden 2013. Dette tilsvarer 4 374 tonn CO₂e der det spesielt er tiltak på Norsk Kylling og Grans Bryggerier som har bidratt betydelig. Norsk Kylling har redusert med 26 prosent siden 2013 og reduserer med ytterligere 5 prosent i 2018. Grans reduserer også i 2018 og har totalt redusert over en tredjedel sett mot basisåret i 2013.

Utslipp relatert til **flyreiser er redusert med 31 prosent** siden 2013 og har også en nedgang i 2018. Andre reiser er redusert med 30 prosent siden 2013, men har en liten økning i 2018.

Avslutningsvis er utslipp fra **avfall redusert med 23 prosent** siden 2013.

Energiforbruk



UTSLIPP AV NOx

2018	2017
571 kg	583 kg

UTSLIPP AV SOx

2018	2017
1 564 kg	1 468 kg

NOx og SOx

Beregning av NO_x-utslipp for REMA Distribusjon er basert på antall biler i hver euroklasse og dieselforbruk. Gjennomsnittsfarten beregnes til 40 km/h og bilene er i kategorien tunge kjøretøy. Ved å omgjøre dieselforbruk i literbasert på reelt forbruk beregnes dette med faktoren for kg. SO_x per tonn diesel.

DIREKTE ENERGIFORBRUK (SCOPE 1)

KATEGORI	ENHET	2013	2017	2018
Transport				
Diesel (B5)	MWH	19 498	21 301	
Diesel	MWH		64	-
LPG	MWH	-	4 335	4 753
Bensin	MWH	1 940	943	40
Diesel (B7)	MWH	88	-	-
Diesel (NO)	MWH	-	-	20 066
TOTAL	MWH	28 786	26 644	24 860

Endring 2013-2018: -13,64 % nedgang i MWh relatert i transport

Stasjonær forbrenning

Lett fyringsolje	MWH	1 845	884	992
LPG	MWH	-	10 338	10 819
Propan (NO)	MWH	0,2	0,6	0,6
Fyringsolje	MWH	16 888	1 490	1 033
TOTAL	MWH	18 734	12 714	12 846

Endring 2013-2018: -31,43 % nedgang i MWh relatert til stasjonær forbrenning

TOTAL	MWH	47 520	39 359	37 706
--------------	------------	---------------	---------------	---------------

Endring 2013-2018: -20,65 % nedgang totalt i MWh i Scope 1

Kommentarer

Det er ingen nedgang i energiforbruket siden basisåret 2013 grunnet økt forbruk av elektrisitet. **Strøm-miksen har derimot blitt renere grunnet utfasing av fossile brennstoff.** Dette påvirker CO₂e-utslippet på tross av økt forbruk. På bakgrunn av dette og innføring av LED-belysning er **utslippene redusert med 57 prosent** siden 2013.

Beregning av utslippsfaktoren «**elektrisitet nordisk miks**» viser en **nedgang på 13,7 prosent** fra 2017 (52 g CO₂/kWh). For å beregne faktoren benyttes statistikk fra IEA) årlig beregner nasjonale utslippsfaktorer for alle land basert på fysisk produksjonstatistikk.

Dette er basert på statistikk innhentet fra nasjonale systemoperatører og statistikkmyndigheter. Den nordiske gjennomsnittsfaktoren er beregnet som et vektet gjennomsnitt av den svenske, norske, finske og danske faktoren.

Reduksjonen i utslippsfaktoren(e) reflekterer at **andelen fossilt brensel i det nordiske el-markedet fortsetter å synke i perioden 2014-2016**. Statistikk fra IEA* viser at andelen fossilt i 2015 utgjorde 7,5 prosent, der kullandelen utgjorde 5,1 prosent. Produksjonen i Norden domineres av vannkraft (54,6 prosent) og kjernkraft (21,3 prosent). Andelen total fornybar energi utgjør totalt 71,1 prosent.

INDIREKTE ENERGIFORBRUK (SCOPE 2)

KATEGORI	ENHET	2013	2017	2018
Elektrisitet*				
Elektrisitet Nordisk miks	MWH	333 911	345 599	356 361
TOTAL	MWH	333 911	345 599	356 361

Endring 2013-2018: -6,72 % økning i MWh relatert til elektrisitet forbruk

Fjernvarme/kjøling Nordiske lok.

Fjernvarme Oslo	MWH	1 869	2 169	2 220
Fjernvarme Hamar	MWH	-	-	-
Fjernvarme Trondheim	MWH	145	-	-
Fjernvarme Kristiansand	MWH	328	410	374
Fjernvarme Stavanger	MWH	271	195	210
TOTAL	MWH	2 613	2 775	2 805

Endring 2013-2018: 7,35 % økning i MWh fjernvarme forbruk

Elektrisitet grønn

Elektrisitet Fornybar (onsite)	MWH	-	83	83
ELECTRICITY GREEN TOTAL	MWH	-	83	83

f.o.m 2017 årlig forbruk av 83 MWh vil forekomme på grunn av solpanel

Fjernvarme generelt				
District heating Bio 90%	MWH	940	-	-
TOTAL	MWH	940	-	-

Endring 2013-2018: 7,35 % økning i MWh fjernvarmeforbruk

TOTAL	MWH	337 465	348 458	359 249
--------------	------------	----------------	----------------	----------------

TOTALT SCOPE 1 OG 2	MWH	384 985	387 817	396 956
----------------------------	------------	----------------	----------------	----------------

Endring 2013-2018 3,11 økning totalt

	GJ	1 385 949	1 396 141	1 429 041
--	----	-----------	-----------	-----------

Miljøbutikk halverer energibruken

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

I samarbeid med Sintef og Snøhetta har vi utviklet en miljøbutikk som forbruker 50 prosent mindre energi. Det kutter både miljøpåvirkning og kostnader.

Miljøbutikken er en videreutvikling av det som ved åpningen i 2013 ble omtalt som Norges mest energigjerrige butikk; REMA 1000 Kroppanmarka i Trondheim. En rekke miljøelementer sørger for at butikken benytter mindre energi og takbelegget Noxite fjerner luftforurensning av NOx-gasser i luften.

Videre er det benyttet energigjerrige LED-lys inne og ute. Store vinduer bidrar til gode lysforhold og redusert takhøyde sparer energi. Gjenvunnet varme fra kuldeinstallasjoner dekker oppvarmingsbehovet gjennom det meste av året, og i kjøle- og frysedisker benyttes kun naturlige og miljøvennlige kuldemedier uten freon.

Videre er miljøbutikken utstyrt med drifts- overvåking som gir oversikt og kontroll på energiforbruket og det er lagt opp til effektiv varelevering og kildesortering. Taket er også klargjort for solceller.

REMA 1000 skal bygge de mest miljøvennlige og effektive dagligvarebutikkene i Norge. Den første miljøbutikken åpnet på Lillehammer i 2015, og siden den gang har vi åpnet nærmere 30 stykker. I 2019 er planen å åpne ytterligere ni miljøbutikker.

– Vi har hatt en betydelig reduksjon i strømregningen siden vi tok den nye butikken i bruk. Miljøbutikken har et godt design som legger til rette for effektiv drift, og det er gode løsninger for blant annet varelevering, avfallshåndtering og renhold. Dette er en kompakt og praktisk butikk som letter hverdagen for kundene og kjøpmann – i tillegg sparer den både kostnader og miljø.

Eivind Madsen, kjøpmann REMA 1000 Søreide



Kjøpmann Trygve Tvedt sammen med familien utenfor sin nye miljøbutikk REMA 1000 HovE34.

Fornybar energi

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

I 2018 åpnet vi REMA Distribunal Vagle i Sandnes. Sentralt sto et innovativt miljøkonsept som gjør bruk av fornybar solenergi både effektivt og smart.

Anlegget produserer årlig miljøvennlig energi på størrelse med årsbehovet til 40 eneboliger og det er første gang denne type løsning benyttes i Norge.

Da produksjon og bruk av solkraft er en utfordring i et land med varierende vær har nye muligheter for å nyttiggjøre seg av den fornybare energien stått sentralt i utviklingen av distribunalens miljøkonsept. **Innovasjonen ligger i hvordan bygget lagrer energi og ved hjelp av blant annet værvarsel forutser eget forbruk og produksjon. På denne måten kan den fornybare energien utnyttes mer effektivt enn hva som er vanlig i dag.**

På taket av lageret er det 6337 kvadratmeter med solceller. Energien som genereres her forvaltes i et system som kombinerer elektrisk

og termisk lagring. Kombinasjon av innovative elementer med intelligent styring danner et lokalt energikretsloop der tilgjengelige ressurser utnyttes maksimalt. Miljøkonseptet har fått internasjonal oppmerksomhet fra Verdensbanken samt en nominasjon til Smartgridsenterets Innovasjonspris. Konseptet videreutvikles og skaleres til vår nye distribunal på Østlandet som åpner i 2020.

– Ambisjonen med vår nye distribunal har vært å flytte grenser for smarte energiløsninger. Dette miljøkonseptet gir oss muligheten til å benytte fornybar energi på en banebrytende og effektiv måte. Kort og godt er det kortreist energi som er høstet miljøvennlig, lagret effektivt og brukt smart.

Ole Robert Reitan,
administrerende direktør
REMA 1000 AS.

”



Norsk Kyllings nye fabrikk vil gi et solid fundament for fremtidig næringsmiddelproduksjon basert på lokalprodusert kylling fra 150 bønder i Midt-Norge.

Fabrikken vil ha innovative løsninger for lagring og styring av energi. Gjennom dette vil vi kunne redusere CO₂-utslippet betydelig, og vi målsetter et svært lavt klimafotavtrykk sammenlignet med bransjestandard. Med på samarbeidssiden er blant annet Sintef og etableringen vil gi muligheter for å redusere hele dagens klimafotavtrykk på industriområdet i Orkdal. Norsk Kylling eies av REMA Industrier.

”
-Vi ønsker å bygge verdens mest energismarte produksjonsanlegg. Denne fabrikken blir navet i en gedigen satsning på landbruk og matproduksjon for hvitt kjøtt i Midt-Norge

Kjell Stokbakken,
administrerende direktør i Norsk Kylling.

Produserer kortreist energi på taket

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

– SOLCELLEANLEGG KUTTER BÅDE KOSTNADER OG MILJØPÅVIRKNING

Hos Marius Gruer på REMA 1000 Bjørndal bidrar bytte av kjølegasser, LED-belysning og solceller på taket til mindre energibruk og sparte kostnader.

Hvor viktig er det for deg å drive så miljøvennlig som mulig?

Jeg tror de fleste ønsker å ha en så miljøvennlig profil som mulig. For å få det til er det viktig at det ligger insentiver i bunn, for det hjelper ikke å drive miljøvennlig hvis du går konkurs. Samtidig er jeg sikker på at de kundene som er opptatt av og bevisste i sine valg, velger butikk med samvittighet.

Hva gjør dere i butikken for å drive mer miljøvennlig?

For det første har REMA 1000 som franchisegiver lagt till rette for det gjennom varmegjenvinning, CO2-anlegg og LED-belysning. I 2016 fikk vi som første butikk i Oslo solceller på taket. Dette kutter både miljøpåvirkning og kostnader.

Det andre er ansvaret som ligger hos oss i butikk. Her er det arbeid med matsvinn og avfallssortering som står øverst. Det viktigste tiltaket for å redusere matsvinn er gode bestillingsrutiner og nedprising. Å kaste mat, som

gjørne er fullt spiselig grunnet utgått dato, er noe av det verste jeg vet. Det er en grunn til at mange Kjøpmannsfamilier er oppvokst på varer etter best-før dato. For hvis man ikke kan selge det, letter det litt på samvittigheten å spise det selv. Ellers sorterer vi nesten alt avfall noe som sparer miljø og kostnader. For jo mer sortering, jo mer penger spart.

Til slutt, hva må du alltid ha i kjøleskapet?

Utover god drikke er det stort sett alltid egg og pesto i kjøleskapet.



Bærekraftige produkter

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

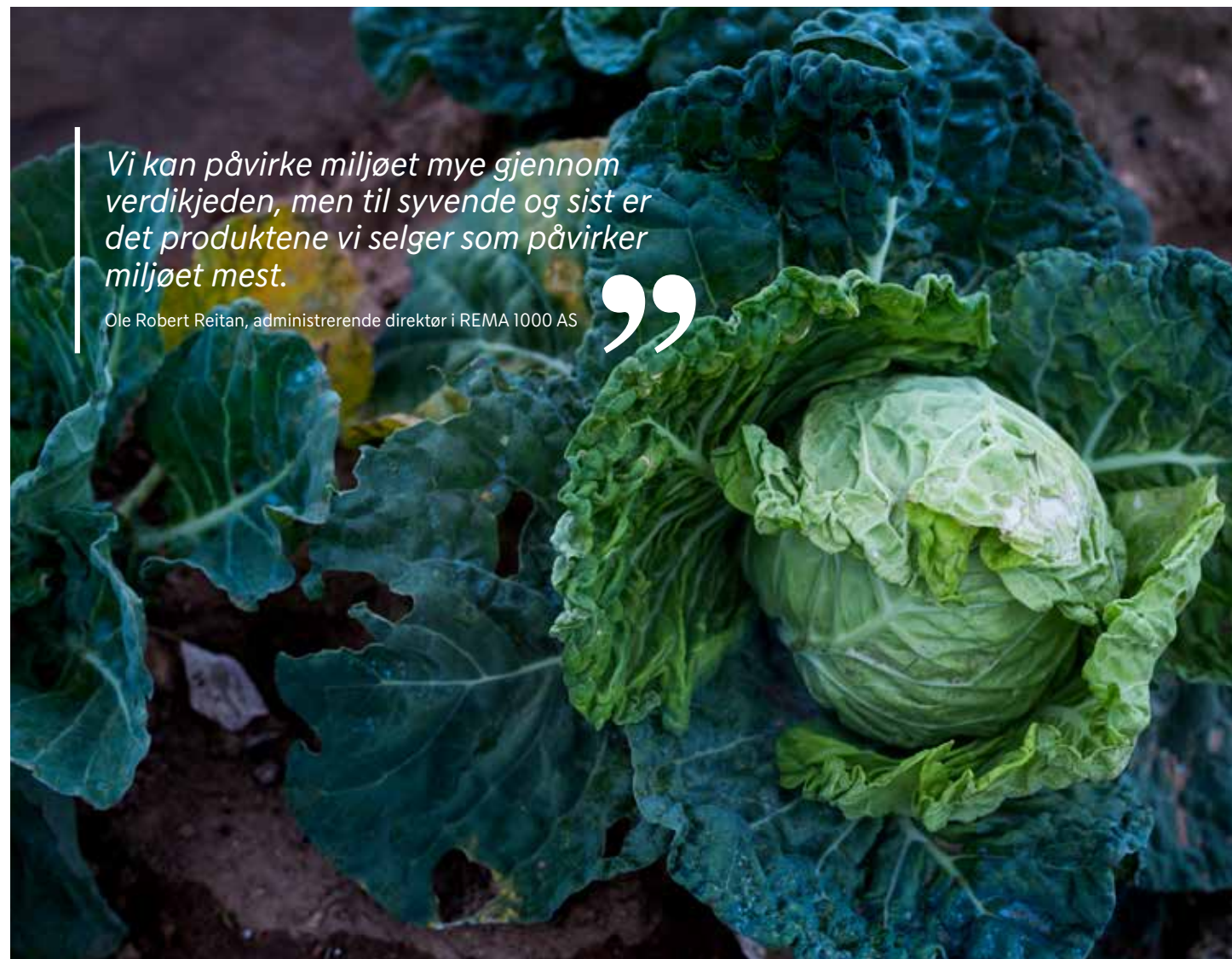
Et av de viktigste tiltakene vi som dagligvarekjede kan gjøre er å stille krav til varene vi selger. Derfor er vårt mål å tilby et godt utvalg kvalitetsvarer som er produsert og solgt på en ansvarlig måte.

Stadig flere kunder er i økende grad opptatt av hva produktene de kjøper inneholder, hvor de er produsert og hvordan de påvirker miljøet. Som dagligvareaktør er det viktig for oss å være vårt ansvar bevisst og forvalte kundenes tillit på en god måte. Dette henger tett sammen med et av våre verdigrunnlag; vi holder en høy forretningsmoral.

For å gjøre det enkelt å ta smarte og gode valg har vi fokus på å øke andelen bærekraftige varer. Dette innebærer blant annet å øke utvalget av sertifiserte og økologiske varer, fortsette vårt arbeid med å påvirke leverandører til å fase ut palmeolje og kartlegge varenes miljøpåvirkning fra jord til bord.



Gjennom vårt arbeid med å øke andelen bærekraftige produkter bidrar vi til FNs bærekraftsmål 12, 13, 14 og 15.



Vi kan påvirke miljøet mye gjennom verdikjeden, men til syvende og sist er det produktene vi selger som påvirker miljøet mest.

Ole Robert Reitan, administrerende direktør i REMA 1000 AS

”

Utvikling i 2018

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

Vårt mål er å gjøre det enkelt å ta gode valg. I 2018 har vi derfor økt tilbudet av blant annet økologiske og sertifiserte varer.

Økologi har hatt en spesielt god utvikling det siste året. Vi øker mest i lavprismarkedet totalt sett, og har gjennom merkevaren Kolonihagen økt sortimentet betraktelig. **I fjor lanserte Kolonihagen 36 nye produkter, deriblant en egen produktserie av økologisk svin. Utvalget av økologisk svin i markedet er lav, og en økning fra 1 til 18 produkter er derfor et betydelig bidrag til å øke tilbudet av økologiske varer i denne kategorien.** Videre har vi lansert flere andre økologiske produkter av egen merkevare og har nå en god andel i varekategorier som barnemat, meieri og tørrvarer som bønner, linser og pasta.

For å gjøre det enklere for kundene å finne bærekraftige varer i butikkene våre har vi også økt andelen sertifiserte varer betraktelig. Det gir både kunden og oss en trygghet i at produktene er produsert på en måte som tar hensyn til miljøet. **Blant annet har vi MSC-sertifisert de to største variantene våre av hermetisk tunfisk samt en fersk tunfiskfilet.** Tunfisk er en råvare som blant annet er utsatt for overfiske, og en sertifisering av disse produktene var derfor viktig.

Videre har flere hygieneprodukter av egne merkevarer fått Svanemerket, blant er vi første dagligvarekjede som kan tilby merkede bind og tamponger av egen merkevare. Vi har også jobbet med å fase ut palmeolje i hygiene- og vaskeprodukter. Dette arbeidet har dessverre vist seg krevende da det ikke er gode erstatningsalternativer, slik vi finner for matvarer.



Veien videre

Vår ambisjon er at det skal være enkelt å ta gode valg, noe som innebærer at vi vil fortsette arbeidet med å øke satsningen på bærekraftige produkter. Vi vil satse videre på økologi gjennom blant annet Kolonihagen og har et mål om å øke andelen i flere varekategorier.

For å kunne tilby kundene et større utvalg av plantebasert mat er vegetar en kategori vi vil prioritere ytterligere i 2019. Videre vil vi sertifisere flere egne merkevarer med blant annet Svanemerket og MSC. I arbeidet med plast og emballasje etterstreber vi å merke med FSC dersom det benyttes kartong eller papir.

Hva gjelder palmeolje fortsetter vi arbeidet med å finne alternativer til vaske- og hygieneprodukter med målet om å fase ut dette så fort som mulig fra alle egne non food-varer.

Visste du at ...

dersom matproduksjonen skal holde tritt med forventet befolkningsøkning frem til 2050 må vi øke produksjonen i den vestlige verden med 70 prosent og hele 100 prosent i utviklingsland?

Økologisk utvalg

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

Vårt mål er at økologi skal være tilgjengelig for alle som har lyst til å spise sunn og bærekraftig mat.

Ved å tilby økologiske varer bidrar vi til at prisene på økologi blir lavere – og dermed mer tilgjengelig. Det er bra for både lommeboka og miljøet.

Økologifondet

Omlegging til økologisk drift tar tid og produksjonen går gjennom en endringsprosess. For bonden fører dette skiftet med seg usikkerhet og utfordringer knyttet til salg under omleggingen.

For å lette og trygge denne overgangen har REMA 1000, Felleskjøpet, Norgesmøllene og Mesterbakeren etablert et økologifond på 10 millioner kroner. Midlene skal bidra til å dekke merkostnadene for bønder som legger om fra konvensjonell til økologisk dyrking av korn. På denne måten bidrar vi til en tryggere overgang for norske bønder med den hensikt at de som legger om får en omsetningsgaranti for produksjonen sin.

Kari Wøyen er en av bøndene som har inngått et samarbeid med økologifondet. Dette gir henne 30 øre ekstra betalt per kilo mathvete hun leverer. Til gjengjeld har hun forpliktet seg til å levere to hundre mål med mathvete til Felleskjøpet hvert år.

– Det er jo ikke så lukrativt å være bonde, og kanskje spesielt ikke økologisk, så en slik kontrakt har stor verdi. De årene jeg eventuelt ikke får til mathvete, og istedenfor leverer forhvelte, får jeg allikevel ti øre ekstra per kilo, så for meg er det uansett en gevinst.

Samarbeid med en av Norges største økologiske gårder

Siden 2017 har vi samarbeidet med Fokhol Gård på Stange i Hedmark som driver biodynamisk økologisk produksjon av korn, poteter, grønnsaker, melk, kjøtt og fôr. Samarbeidet innebærer at vi vil selge utvalgte produkter fra Fokhol under merkevaren Kolonihagen, samt at gården mottar støtte til videreutvikling av den økologiske produksjonen.



Kari Wøyen



God mat med god samvittighet

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

I nærmere 15 år har Kolonihagen levert økologiske og smakfulle råvarer til bevisste forbrukere. I 2016 gikk REMA 1000 inn på eiersiden for å forsterke satsningen på bærekraftige produkter.

Kolonihagens filosofi er å utvikle produkter som er produsert i tråd med naturen på en bærekraftig og etisk måte. Økologi er et minstekrav, men målet er alltid å strekke seg enda lenger.

Siden 2016 har Kolonihagen utviklet over 80 produkter eksklusivt for REMA 1000. **Alle produktene er nøye utvalgt slik at kunden skal være trygg på at det ikke kun er god smak og kvalitet, men at de er produsert i tråd med naturen på en bærekraftig og etisk måte.**

Produktserien fra Kolonihagen spenner fra ferske kjøttvarer, oster og rundstykker til syltetøy, kaffe og is krem. Blant bestselgerne er meieri, ost, egg, kaffe og bakervarer som frø, kjerner og mel.



Matprisen

REMA 1000 samarbeider med Matprisen som er en hyllest til bønder, produsenter, kokker og formidlere som er opptatt av bærekraftig mat.

Kolonihagen er drevet av et ekte ønske om å endre verden. Ved å kombinere Kolonihagens kompetanse med REMA 1000 sin gjennomføringskraft, kan vi sammen tilby økologiske høykvalitetsprodukter – bedre enn noen andre i verden.

Jon-Frede Engdahl, gründer av Kolonihagen

”

Fra 1 til 18 produkter av økologisk svin

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

I 2018 lanserte REMA 1000 og Kolonihagen en produktserie av økologisk svin.

Målet var å øke utvalget i en kategori med liten tilgang på økologisk råvare, og et tett samarbeid med bøndene Kåre Abrahamsen, Heinrich Jung og Vidar Julien ble avgjørende.

For en av bøndene ble samarbeidet en mulighet til å legge om til økologisk produksjon. **Ved hjelp av investeringsmidler fra REMA 1000 fikk Kåre Abrahamsen muligheten til å bygge utebinger til grisene sine.**

– Jeg har lenge ønsket å legge om, men manglet forutsigbarhet og midler. Støtte og langsiktighet fra REMA 1000 var avgjørende for at jeg kunne legge om til økologisk drift. Dyrene har nå mer plass og kan gå ut hele året dersom de ønsker. Dette har mye å si for velferden til dyrene og min hverdag som bonde. Det er rett og slett triveligere nå, forteller bonden fra Andebu i Vestfold.

Produktserien spenner fra pålegg og stykningsdeler til sesongvarer som ribbe og pølser. Smak, kvalitet, dyrevelferd og bærekraft har stått sentralt i produktutviklingen.

– Arbeidet med denne produktserien har vært en fantastisk reise som har utfordret oss på å utvikle produkter som sørger for at vi utnytter hele grisen. Responsen fra kundene er god og vi er stolte av å få jobbe med tre engasjerte bønder som setter dyrevelferd i høysetet. Med så gode råvarer blir produktene ekstra gode – eller god smak med god samvittighet, som vi pleier å si i Kolonihagen.

Jon-Frede Engdahl, gründer av Kolonihagen



Kåre Abrahamsen har utegående griser →



Terningkast seks til ribbe fra Kolonihagen

– Denne ribba imponerte fra det øyeblikket vi tok den ut av pakka. Kjøttet hadde veldig fin farge, det var god marmorering og et jevnt stykke med fin form. Dette er en klar sekser.

Ribbestest i Dagbladet 14. desember 2018

Merk at butikkenes utvalg av produkter fra Kolonihagen kan variere.



God kvalitet på en ansvarlig måte

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

- HVERT PRODUKT HAR EN HISTORIE OG DET ER MYE STOLTHET OG ARBEID SOM LIGGER BAK DEN FANTASTISKE SMAKEN OG KVALITETEN.

Hos Caroline på REMA 1000 Stasjonsveien er kundene opptatt av god kvalitet og økologiske varer.

– For meg er pris, kvalitet og ansvar den optimale oppskriften for å levere på kundens forventinger. Mange av mine kunder er kvalitetsbevisste og stadig flere – spesielt den yngre generasjonen – er opptatt av ansvarlighet. For dem er det en selvfølgelighet at vi som dagligvarekjede gjør det vi kan og bidrar.

Caroline opplever en økende etterspørsel etter god kvalitet og økologiske varer. Kanskje er det ikke så rart at kundene hennes elsker Kolonihagen?

– Produktene fra Kolonihagen er av god kvalitet og smaker helt fantastisk. Jeg får svært gode tilbakemeldinger fra kundene mine, og det hender ytterst sjelden at det ikke blir gjenkjøp når de prøver et nytt produkt.

Hun har selv vært på besøk hos produsenter av varene til Kolonihagen og er imponert over arbeidet som ligger bak.

– Hvert produkt har en historie og det er mye stolthet og arbeid som ligger bak den fantastiske smaken og kvaliteten. Jeg er stolt av å kunne tilby kundene mine disse produktene.

For Caroline er ansvaret REMA 1000 tar viktig, og hun er ikke i tvil om at det gjør en forskjell.

– Som stor aktør har tiltakene vi gjør, og varene vi selger, stor påvirkning. Når vi kan tilby kundene varer av god kvalitet som er produsert på en ansvarlig måte påvirker vi positivt. Når vi i tillegg har de laveste prisene, gjør vi det enkelt for kunden å ta gode og smarte valg.

– For meg er pris, kvalitet og ansvar den optimale oppskriften for å levere på kundens forventinger.

”



Bærekraftig fisk og sjømat

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

Fisk og sjømat er en viktig kategori for REMA 1000. Derfor står tiltak som bidrar til å minimere de negative påvirkningene oppdrett og fangst har på naturen sentralt. **Vi vil gjøre det vi kan og stiller blant annet følgende krav til oss selv og våre leverandører:**

INGEN FISKEARTER FRA NORSK RØDLISTE

Vi har valgt å ikke selge fiskearter fra norsk rødliste. En av fiskeartene det er lagt begrensninger på er uer, der det er slutt på alt direkte fiske. Likevel åpner vi i REMA 1000 opp for at uer kan selges dersom dette er bifangst av annet fiske, da vi mener det er uansvarlig å ikke benytte oss av gode råvarer og viktige proteinkilder dersom alternativet er at fisken kastes. For å utnytte sesongene og ta ansvar for å tilby alle arter som landes av fiskere langs kysten, er et av våre mål å ha et større fokus på villfanget fisk.

Visste du at ...

verdens ville fiskebestander spås å kollapse innen 2050 dersom det ikke iverksettes tiltak for å minimere den negative påvirkningen?

BÆREKRAFTIG FØR

Vi stiller krav til at våre leverandører benytter bærekraftige råvarer i føret sitt. For marine råvarer stiller vi krav til at de er i henhold til IFFO RS (International Fish Meal and Fish Oil Responsible Supply Standard), MSC-sertifikat eller tilsvarende som sikrer at råvarene er høstet fra bærekraftige fiskerier.

INGEN SOYA FRA OMRÅDER TRUET AV AVSKOGNING

Bevaring av regnskog er viktig for oss, og hva gjelder soya i før krever vi at det er bærekraftige råvarer som er sertifisert under ProTerra, RTRS eller tilsvarende miljøsertifisering. Dette sikrer at råvaren ikke er dyrket i områder som trues av avskoging. Videre ønsker vi at våre leverandører skal se på alternativer til soya og finne nye proteinråvarer som kan erstatte dette sammen med sine underleverandører.

BÆREKRAFTIG TUNFISK

Vi er opptatt av at tunfiskbestanden ikke trues og benytter derfor kun «Skipjack»-tunfisk i egne merkevarer. Skipjack er kjent som en av de mest bærekraftige tunfiskvariantene da den reproducerer seg raskt og dermed ikke er utsatt for overfiske i samme grad som andre varianter.

SERTIFISERTE PRODUKTER

MSC er en miljøsertifisering som kun gis til fiskerier som gjennomfører et bærekraftig fiske. Dersom et sjømatprodukt har et slikt merke betyr det at de oppfyller kriterier som bidrar til å bevare fiskebestanden for fremtiden og beskytte det marine miljøet.

I 2018 besluttet vi å **sertifisere de to største variantene våre av hermetisk tunfisk** med MSC-merket. Dette sikrer at tunfisken blant annet kommer fra en

bærekraftig bestand. Produktene vil rulles ut løpende i alle våre butikker i løpet av 2019. I 2018 lanserte vi også fersk tunfisk som er sertifisert av MSC.

Siden 2015 har vi kun solgt sertifisert scampi. ASC-sertifiseringen sikrer at sjømaten kommer fra havbruk som har minimert påvirkningene på miljøet og samfunnet.

I alle våre butikker finner kundene **økologisk laks fra Fiskeriet** og i mange butikker **økologisk røkelaks fra Kolonihagen.**

Ansvar fra fjord til bord

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn



Jon Nilsen
Kategorisjef for fisk og
sjømat i REMA 1000

Hvilke krav stiller REMA 1000 til leverandører av fisk og sjømat?

Det viktigste er at de forstår vår forretningside der ansvar står sentralt. Videre krever vi at de som et minimum oppfyller myndighetenes krav til bærekraftig produksjon. Kvalitet og ferskhet er også viktig, noe som innebærer en forståelse for forventninger og krav fra fjord til bord.

Hvilke sertifiseringer bør man se etter dersom man er opptatt av bærekraftig fisk og sjømat?

Merkeordningene ASC og MSC symbolisere begge at råvaren er fanget, behandlet og solgt på en ansvarlig måte. ASC benyttes på oppdrettsfisk og MSC på villfanget sjømat.

Hva gjør REMA 1000 for å bidra til bærekraftig oppdrett og fangst?

I tillegg til å stille klare krav for blant annet bruk av bærekraftig soya går vi inn i problemstillinger vi vet er spesielt vanskelige og jobber for å skape forbedring. Et eksempel er hvordan vi i samarbeid med WWF jobbet direkte med scampiproduksjonen i Vietnam, for å sikre at

arbeidernes helse, mangroveskogene, miljøet og matsikkerheten ble ivaretatt.

Et annet eksempel er hvordan vi gjennom vår eksklusive lakseleverandør Salmar tar del i og påvirker hvordan laksen vil bli produsert i fremtiden. Innovasjoner som havmerder er spennende, og har som mål å sikre en mer kostnadseffektiv produksjon som samtidig reduserer miljøpåvirkning og bedrer dyrehelsen.

Til slutt, hva må du alltid ha i kjøleskapet?

Taffelvann og sitron. REMAs egen kaviar er også en selvfølgelighet.



Bevaring av regnskog

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

I 2014 fjernet vi som første dagligvareaktør i Norge palmeoljen fra egne matvarer. På samme tidspunkt ga vi leverandørene beskjed om at vi ville takke nei til alle produktnyheter med palmeolje.

Hvert sekund forsvinner store områder med regnskog i flere deler av verden for å gi plass til palmeoljeproduksjon. Dette bidrar til store klimagassutslipp og endringer i klimaet både lokalt og globalt.

Dette er en utvikling vi i REMA 1000 ønsker å ta avstand fra. Vårt mål er at alle våre leverandører reduserer sitt forbruk av palmeolje, og ved eventuell bruk skal produsenter og leverandører kun benytte sertifisert og sporbar olje. **Per i dag er REMA 1000 den eneste dagligvareaktøren som takker nei til nyheter med palmeolje, og vi stiller også krav om at alle leverandører må vise til en utfasningsplan.**

Siden 2014 har vi også jobbet med å fjerne palmeolje i våre nonfood-varer. Det er krevende å finne gode erstatninger i denne kategorien, men vi er godt på vei og har blant annet faset ut palmeoljen i alle levende lys av egen merkevare. Målet er å fase ut palmeoljen fra alle nonfood-varer så fort som mulig.

Visste du at ...

regnskogen forsyner verden med mat, vann og medisiner og bidrar til å redde klimaet på kloden?



2014

Vi fjerner som første dagligvareaktør palmeoljen i egne matvarer. Samtidig oppfordret vi alle leverandører til å vise til en utfasningsplan og varslet at vi ville takke nei til alle nyheter med palmeolje.

2015

Vi ber norske myndigheter om å forby regnskog-ødeleggende palmeolje ved offentlige innkjøp.

2016

Vi fjerner palmeoljen i alle levende lys av egne merkevarer

2017

Vi fjerner påskeegg fra Freia og lanserer et palmeoljefritt alternativ i samarbeid med Nidar.

Samarbeid med Regnskogfondet

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

REMA 1000 er stolt over å kunne samarbeide med Regnskogfondet som er Norges viktigste aktør for bevaring av regnskog. Siden 2015 har reduksjon av palmeolje vært nerven i vårt samarbeid og årlig redder vi regnskogområder i sør-øst Asia tilsvarende 42 857 fotballbaner.

VÅRE RETNINGSLINJER

- Ingen egne matvarer skal inneholde palmeolje. Vi jobber med å fase ut palmeolje som ingrediens i egne non food-varer. Her er minstekravet ved bruk sertifisering på Mass Balance-nivå.
- Vi takker nei til alle produktnyheter som inneholder palmeolje. REMA 1000 er den eneste dagligvareaktøren som har tatt dette standpunktet.
- Vårt mål er at alle leverandører skal redusere sitt forbruk av palmeolje. Ved eventuell bruk skal det kun benyttes sertifisert og sporbar olje.

Visste du at ...

regnskogen er over 50 millioner år gammel? I løpet av de siste femti årene har 50 prosent av regnskogen blitt ødelagt. Hvis vi ikke bremser avskogingen nå vil regnskogen være ødelagt i løpet av 25 år.



REMA 1000 setter et eksempel for dagligvarebransjen. Vi er imponert over arbeidet med å fase ut palmeolje i egne merkevarer og ved å takke nei til produkter som inneholder palmeolje. Dette er viktig tiltak som bidrar til å redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og hjulpet forbrukere til å gjøre riktige valg. Vi setter også stor pris på den økonomiske støtten som bidrar til å bevare store områder med regnskog, noe som gir betydelig klimagevinst og sikrer det biologiske mangfoldet for kommende generasjoner.

”

Øyvind Eggen, generalsekretær i Regnskogfondet

Satsning på vegetar

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter / Plast og emballasje / Matsvinn

I 2018 oppga nesten seks av ti nordmenn at de spiser vegetarisk middag en til to ganger i uken. For å møte etterspørselen lanserer vi flere plantebaserte alternativer.

I butikkene våre tilbyr vi et godt utvalg vegetarprodukter som er smaksrike og enkle å tilberede. Videre har vi et godt utvalg av plantebaserte drikker og veganske alternativer på tvers av ulike varekategorier.

Verdens mest omtalte vegetarburger

Beyond Burger både ser ut som, lukter og smaker som kjøtt. **Burgeren er laget av erteprotein og er en god kilde til protein med sine 20g per porsjon.** Den er i tillegg fri for gluten og soya.

Plantebasert drikker

For de som ønsker et friskt alternativ til melk tilbyr REMA 1000 produktserien Tylle i alle butikker. Velg blant Soyadrikk med kakao, Havredrikk med kakao og sjokolade, Risdrikk uten tilsatt sukker, Havredrikk tilsatt kalsium, Mandeldrikk uten tilsatt sukker og Soyadrikk med vanilje og kalsium. Alle variantene er økologiske.

Visste du at ...

vi har et godt utvalg av veganske smågodt fra Candy King? Varene er godt merket i smågodt-hyllen slik at det er enkelt å finne dine veganske favoritter.

Grønne Folk

Grønne Folk fra Frosta i Trøndelag har som visjon er å lage grønn mat som smaker godt, er sunt for kroppen og er bærekraftig for miljøet og kloden. Ved å benytte blant annet utsorterte grønnsaker fra lokale bønder lager de smakfulle og sunne produkter uten tilsetningsstoffer som er enkle å tilberede. Du finner produkter som gryter og hummus i utvalgte REMA 1000-butikker.



Veganske hygieneprodukter

En stor andel av våre vask- og hygieneprodukter av egen merkevare er veganske. Dette inkluderer vaskemidler, såpe, kremer og hårprodukter merket «Prima». Mange av produktene er også sertifisert av Svanemerket. **Ikke bare vinner mange av disse varene produkttester og er ansvarlig produsert, de er har også den laveste prisen. Bra for både lommeboka og miljøet.**



Plast og emballasje

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ **Plast og emballasje** / Matsvinn

Plast er et godt materiale for emballering av matvarer da det sikrer at maten er trygg og holder seg godt. Samtidig har plasten de siste årene spilt hovedrollen i en av vår tids største miljøutfordringer. REMA 1000 skal være en del av løsningen og vil kutte 1500 tonn plast innen 2020.

Plast på avveie brytes ikke ned og forårsaker forsøpling på land og i vann. **Som dagligvarekjede ser vi det derfor som viktig å kutte plasten der vi kan, og bidra til at vi i fremtiden kan pakke varene våre på en mer bærekraftige måte.**

Vi har satt oss et offensivt mål om å kutte plasten med 1500 tonn innen 2020. Vi skal kutte plasten der vi kan, benytte mer gjenvunnet materiale og gjøre det enklere å resirkulere emballasje etter bruk. **På sikt er målet å kun benytte bærekraftig emballasje på alle egne varer.**

I tillegg til å gjøre endringer på egne merkevarer stiller vi de samme kravene til merkevareleverandørene. For oss handler det ikke kun om miljøpåvirkning, men også kuttisme. For når vi kutter unødvendig emballasje, sparer vi både miljøpåvirkning, kostnader og transport – som igjen betyr lavere priser til kundene våre.



REMA 1000 skal være dagligvarekjeden som gjør det enklest for kundene å velge miljøvennlig, til de laveste prisene. Innen 2020 skal vi derfor kutte 1500 tonn plast, øke graden av gjenvunnet materielle og gjøre det enklere å resirkulere emballasjen etter bruk.

”

Kaia Andresen, sjef for samfunnsansvar i REMA 1000



Gjennom vårt arbeid med å redusere plast bidrar vi til FNs bærekraftsmål 12 og 14.

Utvikling i 2018

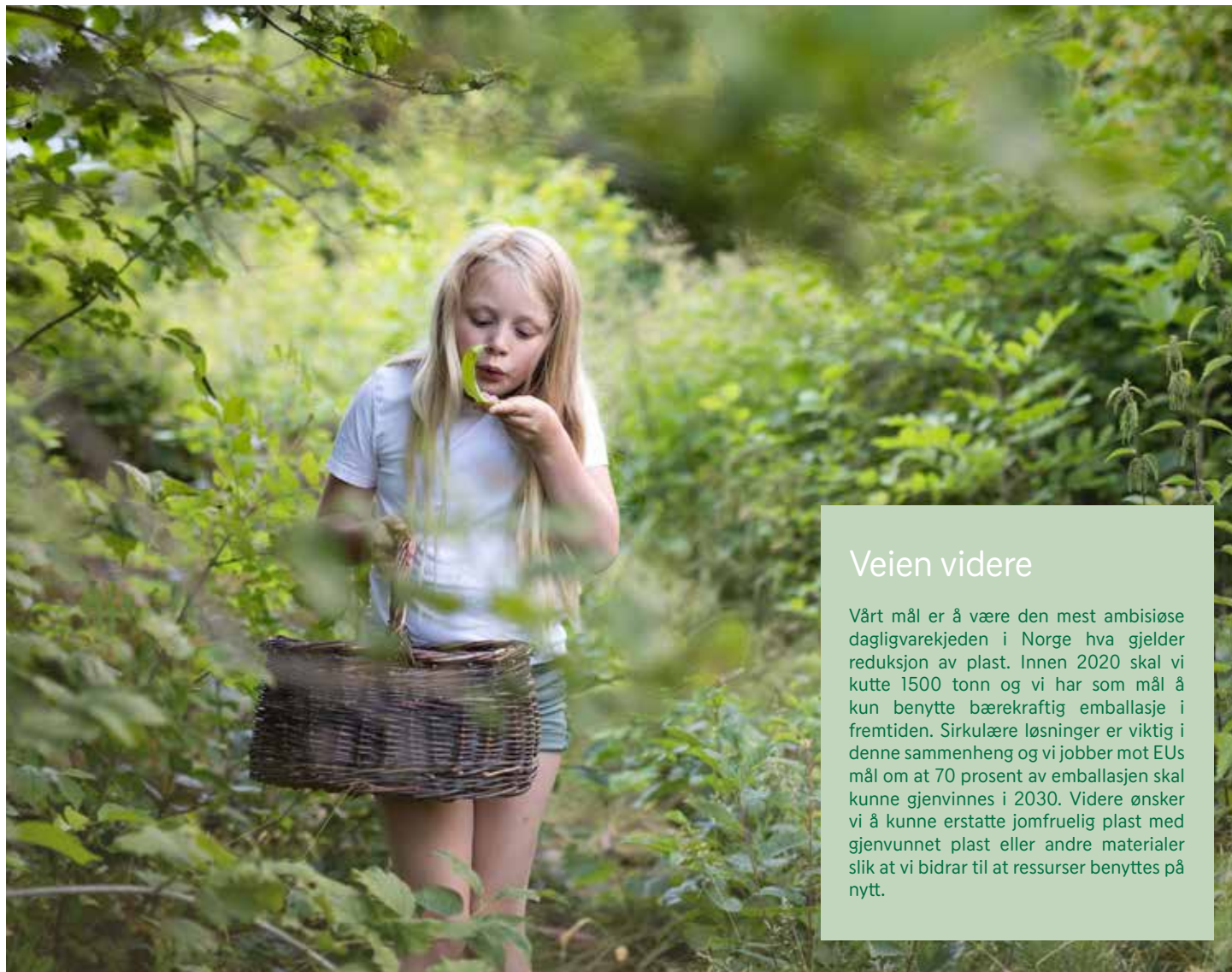
Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ **Plast og emballasje** / Matsvinn

I 2018 kuttet vi 500 tonn plast på varer som frukt, grønnsaker, middagsretter og hygieneprodukter. Vi er dermed godt på vei mot målet om å kutte 1500 tonn innen 2020.

Videre lanserte vi våre nye miljøposer av 80 prosent resirkulert materiale. Dette er det høyeste innholdet av resirkulert materiale i plastbæreposer i dagligvaremarkedet og bidrar alene til at vi reduserte produksjonen av ny plast med 3000 tonn og miljøpåvirkningen med 7200 tonn Co₂e årlig. Vi har også satt i gang tiltak som gjør det enklere å gjenvinne emballasjen etter bruk og deltar i forumer og forskningsprosjekt som setter fokus på sirkulære løsninger.

Visste du at...

det i 2050 vil være mer plast enn fisk i havet? På verdensbasis slippes 8 millioner tonn plast ut i havet hvert år. Det tilsvarer vekten til 1,6 millioner elefanter.



Veien videre

Vårt mål er å være den mest ambisiøse dagligvarekjeden i Norge hva gjelder reduksjon av plast. Innen 2020 skal vi kutte 1500 tonn og vi har som mål å kun benytte bærekraftig emballasje i fremtiden. Sirkulære løsninger er viktig i denne sammenheng og vi jobber mot EUs mål om at 70 prosent av emballasjen skal kunne gjenvinnes i 2030. Videre ønsker vi å kunne erstatte jomfruelig plast med gjenvunnet plast eller andre materialer slik at vi bidrar til at ressurser benyttes på nytt.

Vår strategi

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ **Plast og emballasje** / Matsvinn

KUTTE DER VI KAN

Ved å kutte overflødig plast får vi mer effektiv transport, bedre ressursutnyttelse og reduserer sannsynligheten for at plast havner på avveie i naturen. Vår tilnærming er derfor å kutte der vi kan uten at det går utover kvalitet, mattrygghet og fare for økt matsvinn.

GJENNVUNNET MATERIALE

Plast er et materiale som egner seg godt for gjenvinning og som derfor kan spille en viktig rolle i den sirkulære økonomien. Når vi øker mengden gjenvunnet materiale, nyttiggjør vi ressurser som allerede er i omløp i stedet for å produsere ny plast hver gang vi skal pakke inn en vare.

ENKELT Å RESIRKULERE

Da plast både kan material- og energigjenvinnes etter bruk kan plasten leve mange liv. Vårt mål er derfor at alle egne merkevarer skal ha tydelig merking som gjør det enkelt å sortere emballasjen riktig. Dette gjelder ikke bare på varer som er pakket i plast, men også de som er laget av andre materialer.



MILJØMERKER

I 2018 introduserte vi miljømerker på produkter der vi har kuttet plast, har økt innholdet av gjenvunnet materiale eller gjort det enklere å gjenvinne emballasjen. Med disse miljømerkene er det enklere å finne produkter som bidrar til mindre miljøfotavtrykk i våre butikker.

Mindre plast og mer resirkulert materiale

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

I 2018 kuttet vi 500 tonn på varer som frukt, grønnsaker, middagsretter og hygieneprodukter. Vi er dermed godt på vei mot målet om å kutte 1500 tonn innen 2020.

50 % GJENVUNNET PLAST I FLASKER FRA GRANS

Siden 2013 har plastflaskene fra Grans Bryggeri inneholdt 50 prosent gjenvunnet materiale, noe som er den høyeste andelen blant norske drikkevareprodusenter. Dette tiltaket reduserer produksjonen av ny plast med 550 tonn årlig.



SCAMPI OG SKALLDYRMIKS

I 2018 kuttet vi platen på bestselgerne scampi og skalldyrmiiks fra «Middag under hundrelappen»-serien. I tillegg består nå 80 prosent av emballasjen av resirkulert materiale. Dette tilsvarer 14 tonn reduksjon av ny plast hvert år. Mindre emballasje betyr samtidig mer effektiv transport og bare med dette tiltaket sparer vi flere hundre lastebiler på veiene hvert år.

Visste du at ...

plastemballasje i mange tilfeller reduserer matsvinn? Når vi jobber med å kutte platen på frukt og grønnsaker vurderer vi alltid miljøeffekten opp mot risiko for matsvinn. Dette skyldes at emballasjen er viktig for å forlenge kvaliteten og holdbarheten. Eksempelvis vil en agurk holde opptil 10 dager lenger når den er pakket inn i plast.

– Stadig flere kunder er bevisst på plastforbruket sitt. Vi selger blant annet salat fra salatbar med plastlokk, og der er det mange som velger å ikke ta lokk. Plastposer selger vi også mye mindre av, folk kjøper handlenett i stedet. De aller fleste er flinke til å ta med seg nettene tilbake til butikken når de skal handle.

”

Stian Landbakk, Kjøpmann REMA 1000 Ski.



MINDRE PLAST PÅ FRUKT OG GRØNNSAKER

I 2018 fjernet vi over 200 tonn plast fra frukt- og grøntavdelingen. Tiltak som å kutte dobbeltemballering, bytte til papp der det er forsvarlig og redusere plast der vi kan uten at det går utover produktets holdbarhet er tiltak som gir resultater.

Spisemoden mango og avokado har fått pappbrett og flere salattyper har fått skål av papp. Videre fikk jordbær pappkurv og flere norske sesongvarer ble pakket i papposer. Andre tiltak er reduksjon av dobbeltemballering og varer som småtomater i løsevekt. Vi vurderer forløpende hvor vi kan gjøre endringer og vil kutte platen på flere produkter i 2019.

GRØNN PLAST PÅ PRODUKTER FRA KOLONIHAGEN

Alle frøprodukter fra Kolonihagen er pakket i grønn plast laget av fossilfrie materialer. **Emballasjen lages av råvarer som for eksempel sukkerrør og har samme beskyttende funksjon som tradisjonell plast.** Emballasjen kan resirkuleres og gjenvinnes sammen med plastavfallet, og selv om vi er i en tidlig testfase ser vi at denne endringen alene kan halvere klimagassutslippene sett i forhold til produksjon av fossil plast.



Visste du at ...

grønn plast, ofte kalt bioplast, i motsetning til den tradisjonelle plasten lages av fornybare råvarer som mais og sukkerrør? Dette bidrar til et lavere klimagassutslipp og mindre miljøpåvirkning.

REMA 1000 er medlem av Handelens Miljøfond

Handelens Miljøfond er Norges største private miljøfond. REMA 1000 er blant fondets stiftere og har siden 15. august 2018 gitt 50 øre per solgte plastbærepose til fondet som jobber for å redusere miljøproblemer knyttet til plast.



EGG PAKKET I RESIRKULERTE PLASTFLASKER

I 2018 fikk 24-pakningen med egg fra Solvinge ny forpakning av 100 prosent resirkulerte plastflasker. Dette sikrer gjenbruk av allerede produsert materiale, og samtidig mindre produksjon av ny plast. Den nye pakningen er i tillegg enklere for både kundene og butikkansatte å håndtere, noe vi ser har en positiv effekt på å hindre unødig matsvinn.

3000 TONN MINDRE NY PLAST MED NYE MILJØPOSER

I 2018 lanserte vi nye plastbæreposer bestående av 80 prosent resirkulert plast. Denne endringen alene bidrar til å redusere produksjonen av ny plast med 3000 tonn i året og posene har den høyeste andelen av resirkulert materiale i bransjen.

Plastposen er en sentral del av avfallshåndteringen i Norge, noe som fører til at de lever minst to liv og de færreste havner i naturen. **Flere undersøkelser viser at poser av gjenvunnet plast er et mer miljøvennlig valg enn andre alternativer på markedet, som papir og bomull.** Valget falt derfor på denne løsningen fremfor andre alternativer, som oftest ikke viser seg å være mer miljøvennlig i det store regnestykket.



VI KUTTER ENGANGSPLASTEN

VI HAR STARTET ARBEIDET MED Å BYTTE UT ENGANGSPLASTEN MED MER BÆREKRAFTIGE MATERIALER. MÅLET ER FASE UT BLANT ANNET SUGERØR, BESTIKK OG TALLERKENER AV PLAST INNEN 2020.

Plasten er viktig for å redusere matsvinnet

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn



Marna Kotte
Kvalitetssjef for
egne merkevarer
i REMA 1000

Hvorfor er det fortsatt mye plast å se i butikkene?

Emballasje, og spesielt plastemballasje, har en helt egen evne til å ivareta kvaliteten på maten. Den er derfor en viktig bidragsyter til å få ned det totale matsvinnet både hjemme hos hver enkelt, og hos butikkjedene og produsentene. Matsvinn er en av de største miljøutfordringene vi har i Norge i dag, og kasting av mat er klart mer ressursløsende enn bruk og kast av plastemballasje, spesielt dersom man er flink til å kildesortere.

Hvor viktig er det å kildesortere?

Det er plastforsøplingen og ikke plasten i seg selv som er det største problemet. Plast kan gjenvinnes mange ganger, og det spiller derfor en stor rolle at folk flest er flinke til å kildesortere avfallet sitt. Ved å bruke en kilo gjenvunnet plast sparer man energiforbruket tilsvarende to kilo olje. Mange vet kanskje ikke at gjenvunnet plast brukes i alt fra ny emballasje til kleshengere og snøskuffer.

Hvilket materiale har du mest tro på?

Bruk av gjenvunnet materiale leder ofte an hvis man ser på det totale miljøregnestykket. Jeg har og stor tro på «Grønn plast», altså plast laget av fossilfrie råvarer som for eksempel sukkerrør. Vi tester dette på et utvalg produkter i dag og ser at egenskapene er nokså like som plast, og ivaretar matsikkerheten og kvaliteten godt. Samtidig er det viktig å være bevisst på at den mest bærekraftige emballasjen i dag kanskje ikke vil være det om noen år. Utviklingen skjer raskt og det er mange fagmiljøer som jobber med å finne gode, bærekraftige alternativer for fremtiden.

Til slutt, hva må du alltid ha i kjøleskapet?

Vesterhavskosten fra Kolonihagen, uten tvil!



Mindre matsvinn

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

I 2018 kastet vi 385 000 tonn spiselig mat i Norge. Dette tilsvarer ca. 73 kilo per innbygger. I REMA 1000 har vi en ambisjon om å være en pådriver i kampen mot matsvinn ved å halvere svinnet i egen virksomhet i god tid før 2030.

I følge Matvett tilsvarer klimabelastningen på maten som kastes i Norge 1,35 millioner CO₂e eller to prosent av det nasjonale utslippet. Forbrukerne står for ca. 60 prosent av matsvinnet. De resterende prosentene står matindustrien, dagligvarehandelen og grossistleddet for.

Som dagligvareaktør er det naturlig at reduksjon av matsvinn er en viktig del av ansvarsarbeidet. Vi har jobbet med å redusere matsvinn i mange år og har satt oss som mål å halvere svinnet i egen virksomhet i god tid før 2030. **Innen 2020 er målet å redusere svinnet med 15 prosent. Vi er godt i gang med å nå målene våre og har i perioden 2015 til 2017 reduserte svinnet med 12 prosent.** Dette er en reduksjon på 25 prosent omregnet til tonn CO₂e og er på nivå med den totale svinreduksjonen i Norge i samme periode.



Gjennom vårt arbeid med å redusere matsvinn bidrar vi til FNs bærekraftsmål 12.



Utvikling i 2018

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

I perioden 2015-2017 har vi redusert matsvinnet med 12 prosent. Vi er dermed godt i rute mot målet om halvering i god tid før 2030 og delmålet om 15 prosent reduksjon innen 2020.

Alle tiltak bidrar til reduksjonen, men spesielt nedprising av varer viser god effekt. Vi ser imidlertid at svinnet på varene som står for det meste av det som kastes fortsatt er høyt. Tiltak for kategoriene frukt, grønnsaker og brødvarer er derfor noe vi vil jobbe videre med.

Vi øker stadig andelen ferskvarer med Keep-it og i 2018 ble vi første dagligvarekjede som testet salg av varer til nedsatt pris etter best før-dato. I samarbeid med Nortura påførte vi indikatoren på to utvalgte produkter der vi priset ned varen dersom Keep-it viste flere holdbarhetsdager. Dette tiltaket har vist seg å redusere svinn både i butikk og hjemme hos forbruker.

I 2018 besluttet vi som første dagligvarekjede i Norge å merke alle egne varer med tilleggsmarkeringen «best før, ofte god etter». Merkingen vil gradvis innføres på produkter med best før-dato som blant annet hermetikk, egg, meieri og tørrvarer.

Videre ga den varme sommeren i 2018 norske bønder utfordringer med levering av grønnsaker. For å hjelpe bøndene å redusere matsvinn gjorde vi derfor tilpasninger i kravene til størrelse på grønnsaker som løk og potet.

Supplerende holdbarhetsmerking er et viktig tiltak for å bidra til å redusere matsvinnet hjemme i husholdningene, ved å bevisstgjøre oss på at vi må bruke sansene våre før vi kaster mat som kan være helt trygg og fin å spise.

Anne Marie Schröder, Matvett

”

Veien videre

REMA 1000 skal være en pådriver i kampen for å redusere matsvinn. I 2017 signerte vi bransjeavtalen om halvering av matsvinn innen 2030 og vårt mål er å nå dette i god tid før tidsfristen. Vi vil fortsette arbeidet med å redusere svinnet i egen virksomhet og ser spesielt et behov for å ta tak i varegrupper som frukt, grønnsaker og brødvarer. Videre skal vi hjelpe kundene våre å kaste mindre mat gjennom tiltak som porsjonsberegninger og supplerende holdbarhetsmerking.

Visste du at ...

på verdensbasis kastes nærmere en tredjedel av maten som produseres? Hvis matsvinn var et land ville det vært det tredje største utslippslandet for klimagasser.

Våre tiltak

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

GODE BESTILLINGSRUTINER

Kampen mot matsvinn starter med gode bestillings- og rulleringsrutiner. Våre kunder skal være trygge på at de får god mat av høy kvalitet, og vi har derfor fokus på gode rutiner som sikrer varenes kvalitet og holdbarhet gjennom hele verdikjeden.

NEDPRISING AV VARER

Alle våre butikker priser ned varer som nærmer seg utløpsdato. **Varene blir tydelig merket og har egen plass i kjøledisken slik at det er enkelt for kundene våre å gjøre et godt kjøp og samtidig spare miljøet.** Etter at vi innførte dette tiltaket har vi sett en betydelig nedgang i svinnet på varer som kjøtt, fisk, meieri og ferdigretter.

MINDRE MATSVINN MED KEEP-IT®

REMA 1000 er den eneste dagligvarekjeden som kan tilby en holdbarhetsmerking som viser den faktiske holdbarheten. Siden 2012 har vi merket over 60 millioner ferskvarer med holdbarhetsindikatoren Keep-it® som følger produktets temperatur over tid. Dette har bidratt til å redusere svinnet i butikk med mellom 20 og 60 prosent* på et utvalg ferskvarer. Videre gjør indikatoren det enklere å planlegge, og hele 75 prosent av våre kunder hevder at indikatoren bidrar til mindre matsvinn i husholdningen*

BEST FØR, OFTE GOD ETTER

En av de vanligste grunnene til at vi kaster mat er usikkerhet rundt dato-stempling. I 2018 besluttet vi derfor å merke alle egne varer med tilleggsmarkeringen «best før, ofte god etter». Markeringen vil gradvis innføres på produkter med best før-dato som blant annet hermetikk, egg, meieri og tørrvarer. Unntaket er barne- og dyremat, der kundene er spesielt opptatt av kvalitet og trygghet.

FRUKT OG GRØNT MED SKJØNNHETSFEIL

Under merkevaren PRIMA tilbyr vi frukt og grønnsaker der vi har senket kravene til blant annet størrelse, form og sødme. **Dette tiltaket bidrar til at svinnet reduseres i primærleddet og at vi kan selge varer av en annen sortering til en ekstra lav pris.**

I 2018 satte vi videre inn et ekstra tiltak for å hjelpe bøndene etter den varme sommeren ved å tilpasse kravene til størrelse på grønnsaker som løk og potet.

SAMARBEID MED MATSENTRALEN OG VELDEDIGE ORGANISASJONER

Siden 2013 har vi samarbeidet med Matsentralen som samler inn mat til vanskeligstilte. I 2018 reddet de ca. 2100 tonn mat, noe som tilsvarer 4,2 millioner måltider. Miljøeffekten av dette er en besparelse på 6300 tonn CO₂.

Flere av våre kjøpmenn bidrar med spiselig mat til veldedige organisasjoner i sitt lokalsamfunn. Videre har flere butikker og produsenter avtaler med lokale bønder som benytter matavfallet til dyrefôr. Maten som må kastes, hentes av spesialister på gjenvinning og behandling av matavfall slik at det kan utnyttes til for eksempel biogass.

* Undersøkelse gjort SeeYou i 2019 på oppdrag av av Keep-it.

Innovativ holdbarhetsmerking

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

REMA 1000 er den eneste dagligvarekjeden som kan tilby kundene en merking som viser faktisk holdbarhet. Siden 2012 har vi merket over 30 millioner ferskvarer med den intelligente holdbarhetsindikatoren Keep-it.

Keep-it settes på pakken når matvaren produseres og følger varen fra fabrikk til kjøleskap. Resultatet er en riktigere holdbarhet enn den tradisjonelle datostemplingen som gir trygghet for at maten er tatt vare på i kjølekjeden og er av god kvalitet. Matvarer som har vært oppbevart i riktig kjøletemperatur kan vise flere dager ekstra reell holdbarhet på indikatoren – selv om datostemplingen er passert.

Undersøkelser viser at mange av oss ikke stoler på datomerking og at det er av de største grunnene til at vi kaster mat. Med Keep-it tilbyr vi våre kunder kunnskap om den faktiske holdbarheten til produktet, slik at de slipper usikkerheten rundt datostemplingen. Resultatet er at både kunder og butikk kaster mindre mat.

Kaia Andresen,
sjef for samfunnsansvar i REMA 1000.



FERDIG OPPSKÅRET BRØD REDUSERER MATSVINN

«SuperDuper»-serien fra Mesterbakeren er dags-ferske brød som er ferdig skåret i resirkulerbare fryseposer. På den måten kan kundene enkelt legge brørestene rett i fryseren for å unngå matsvinn. Tiltaket bidrar også til redusert bruk av plast i de tusen hjem ved at man ikke trenger ekstra poser til nedfrysing.

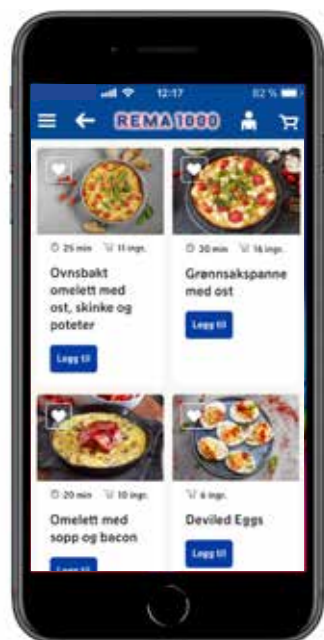


Visste du at ...

det vi kaster mest av i Norge er brød, middagsrester, frukt og grønnsaker?

Bedre planlegging gir mindre svin

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn



10 ÅR MED MIDDAGS- PLANLEGGEREN

Nærmere 60 prosent av matsvinnet i Norge står husholdningene for, noe som for mange skyldes mangel på god planlegging. For å gjøre denne jobben enklere så vi en mulighet for å hjelpe kundene med både planlegging og inspirasjon – samtidig som man sparte penger. Løsningen ble «Middagsplanleggeren».

I 2009 lanserte vi appen som lar kundene planlegge ukens middager basert på oppskriftsuniverset til REMA 1000. Du kan enkelt justere porsjonene ut ifra hvor mange du skal handle til, slik at det blir

enklere å planlegge innkjøpene og kun handle akkurat det du trenger. Resultatet er at hverdagen blir enklere – samtidig som du sparer både penger og miljø. Det enkle er ofte det beste!



KJELDSBERG REDUSERER MATSVINN VED Å ENDRE EMBALLASJEN

I 2018 gikk kaffeleverandøren fra Trondheim over til en ny type kaffeposer som har ført til at **holdbarheten har økt fra 6 til 12 måneder**. Dette er et godt bidrag for å redusere svinnet i butikk.



Tips som sparer både penger og miljø

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

Hver og en av oss kaster i gjennomsnitt 46 kilo mat hvert år. La deg inspirere til å kaste mindre med tips fra vår ambassadør **@fattig.student**.

1. SE, LUKT OG SMAK

Alle matvarer du kjøper har en holdbarhetsdato, som «best før». **Det betyr ikke nødvendigvis at de blir dårlige så fort datoen er passert!** Husk å se, lukte og smake på maten før du kaster den, og ikke bry deg så mye om datoen som står på produktet. Egg kan blant annet holde seg i flere måneder etter best før-datoen.

2. KJØP NEDPRISET MAT

Du bør alltid sjekke 50 prosent-disken de har i butikken når du handler. Da har du muligheten til å spare mye penger samtidig som du redder fullt spiselig mat.

PÅ INSTAGRAMKONTOEN @FATTIG.STUDENT FÅR DU HVER UKE GODE OPPSKRIFTER. PERFEKT FOR DEG SOM BÅDE VIL SPARE PENGER OG SPISE GODT OG NÆRINGSRIKT.

3. BRUK FRYSEREN

Frys ned alt du kan fryse! Som grønnsaksrester, frukt, fløteskvetter, brød og osterester. Sleng det i fryseren, så kan du ta det opp når du trenger det. Osterestene gjør seg ypperlig på en pizza, og brødet blir like godt etter en runde i brødristeren.

4. KJØP «STYGGE» GRØNNSAKER

Kjøp frukt og grønnsaker med «skjønnhetsflekker». **De smaker tross alt like godt selv om de ikke ser like fine ut,** og ofte finner du dem til en lavere pris i butikken.

5. MIDDAG PÅ TOMT KJØLESKAP

En dag i uka bør du gi deg en «middag på tomt kjøleskap»-challenge. **Det betyr at du tømmer kjøleskapet ditt for mat og lager en uplanlagt middag.** Da får du brukt opp alle rester du normalt ville kastet, og redder samtidig lommeboka fra å bruke penger på et ekstra måltid. Vinn-vinn!

6. PLANLEGG UKENS MIDDAGER

Sett deg ned en gang i uka og planlegg hva du skal spise den kommende uka. Da unngår du å gjøre mange spontankjøp og handle inn for mye. På Instagramkontoen min, @fattig.student, lager jeg ukemenyer hvor jeg prøver å gjenbruke alle ingrediensene jeg kjøper inn. Da blir handlelista kortere, billigere og du kaster mindre mat.



Riktige bestillinger og gode rutiner

Klimapåvirkning / Bærekraftige produkter/ Plast og emballasje / Matsvinn

- HELE FAMILIEN ER GODT VANT MED Å SPISE VARER ETTER BEST FØR-DATO

Roger på REMA 1000 Ensjo bekjemper matsvinn med gode bestillingsrutiner, nedprising og donasjon til Fattighuset.

Hva gjør du for å hindre matsvinn i butikken?

Det starter med riktige bestillinger og gode rutiner for vareplassering. Jeg ser blant annet på forrige ukes salgstall og værmeldinga for å bestille akkurat nok til uken som kommer. Dersom jeg likevel skulle bestille for mye, er nedprising av varene veldig effektivt. Kundene elsker det, og vi selger ut nesten alt vi legger i nedprisningsdisken. Dette er et godt tiltak som sparer både miljøet og penger.

Hva gjør du med matvarene du ikke får solgt?

Vi har en avtale med Fattighuset som henter det som blir til overs. Også blir jo en del med hjem til oss. Hele familien er godt vant med å spise varer etter best før-dato. Egg holder seg veldig lenge, og kjøttet lukter og smaker vi på før vi kaster det.

Hva er ditt beste råd til å kaste mindre mat hjemme?

Planlegg måltidene, det fungerer godt for

oss. Et annet tips er å storhandle en gang i uken, da kjøper vi sjeldent mer enn vi trenger.

Til slutt, hva må du alltid ha i kjøleskapet?

Melk og egg må vi i hvert fall ha.

Vi selger ut nesten alt vi legger i nedprisningsdisken. Dette er et godt tiltak som sparer både miljøet og penger.

”



PLAST OG EMBALLASJE

Følgende resultater gjelder emballasje på egne merkevarer

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
301-1	Emballasjeforbruk	Kg	10 774 207	10 954 207
301-1	Fornybart materiale	Kg	1 820 530	1 520 530
301-2	Andel resirkulert materiale	Prosent	32	30
Egen	Andel emballasje og poser som kan resirkuleres	Prosent	70	-
Egen	Plastkutt	Tonn	500	-
Egen	Redusert klimagassutslipp som følge av plastkutt	tCo2e	11 581	-
Egen	Reduksjon i salg av bæreposer	Prosent	-5	-7
Egen	Vekst i salg av gjenbruksnett	Prosent	160	48

BÆREKRAFTIGE PRODUKTER

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
Egen	Andel sjømat sertifisert i henhold til merkeordning for bærekraftig fiske (MSC/ASC) ¹	Prosent	4,3	3,3
Egen	Antall non food-produkter med palmeolje, egen merkevare	Antall	31	-
Egen	Antall egne merkevarer sertifisert i henhold til bærekraftig skogforvaltning (FSC)	Antall	40	30
Egen	Omsetningsandel økologiske varer	Prosent	1,3	1,2
Egen	Egne merkevarer sertifisert med Svanemerket	Antall	60	50

¹ Lav andel skyldes i hovedsak at nærmere 80 % av sjømaten i REMA 1000 er norskprodusert og dermed ikke gjenstand for sertifiseringsordning.

MILJØPÅVIRKNING

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
Egen	Redusert matsvinn ¹	Prosent	Foreligger ikke på rapporteringstidspunktet	7
Egen	Egne transportkjøretøy med Euroklasse 6	Prosent	80	72
Egen	Inntransport til distribualer som går på tog	Prosent	80	70
Egen	Andel underleverandører med Euroklasse 6	Prosent	90	-
Egen	Nye miljøbutikker	Antall	10	10
Egen	Butikker med miljøvennlige kjølegasser	Antall	300	200
Egen	Butikker med LED-belysning	Antall	270	170

¹ Matsvinn i REMA 1000 inkluderer all mat som kastes i butikk samt retur av ferske brød, bakervarer, frukt og grønnsaker. Matsvinnet registreres som økonomisk verdi i butikk eller hos leverandør ved retur og regnes om til mengde og CO2 av Østfoldforskning basert på nøkkeltall for matsvinnets vekt (NOK/kg) andel nyttbart (%) og klimafotavtrykket knyttet til produksjon av maten som blir kastet (CO2/kg).

Three ripe red pears with short brown stems are arranged in a row on a dark, textured wooden log. The background is a soft, out-of-focus green. The word 'HELSE' is written in large, white, sans-serif capital letters across the middle of the pears.

HELSE

REMA 1000 gjør det enkelt å ta gode valg

Viktigste resultater 2018



Sunne varer
Først i butikken

30%
MINDRE SALT
i egne merkevarer



**KOLONIHAGEN
LANSERER
NORGES
FØRSTE SKINKE
UTEN NITRITT**

270
TONN SALT
fjernet fra brødene
til Mesterbakeren



**Vekst på
sukkerfri drikke**



**Nøkkelhull
på flere egne
merkevarer**



**Satsing på
breddeidrett**

**Policy:
ærlig og tydelig merking**

Sunne varer til bare lave priser

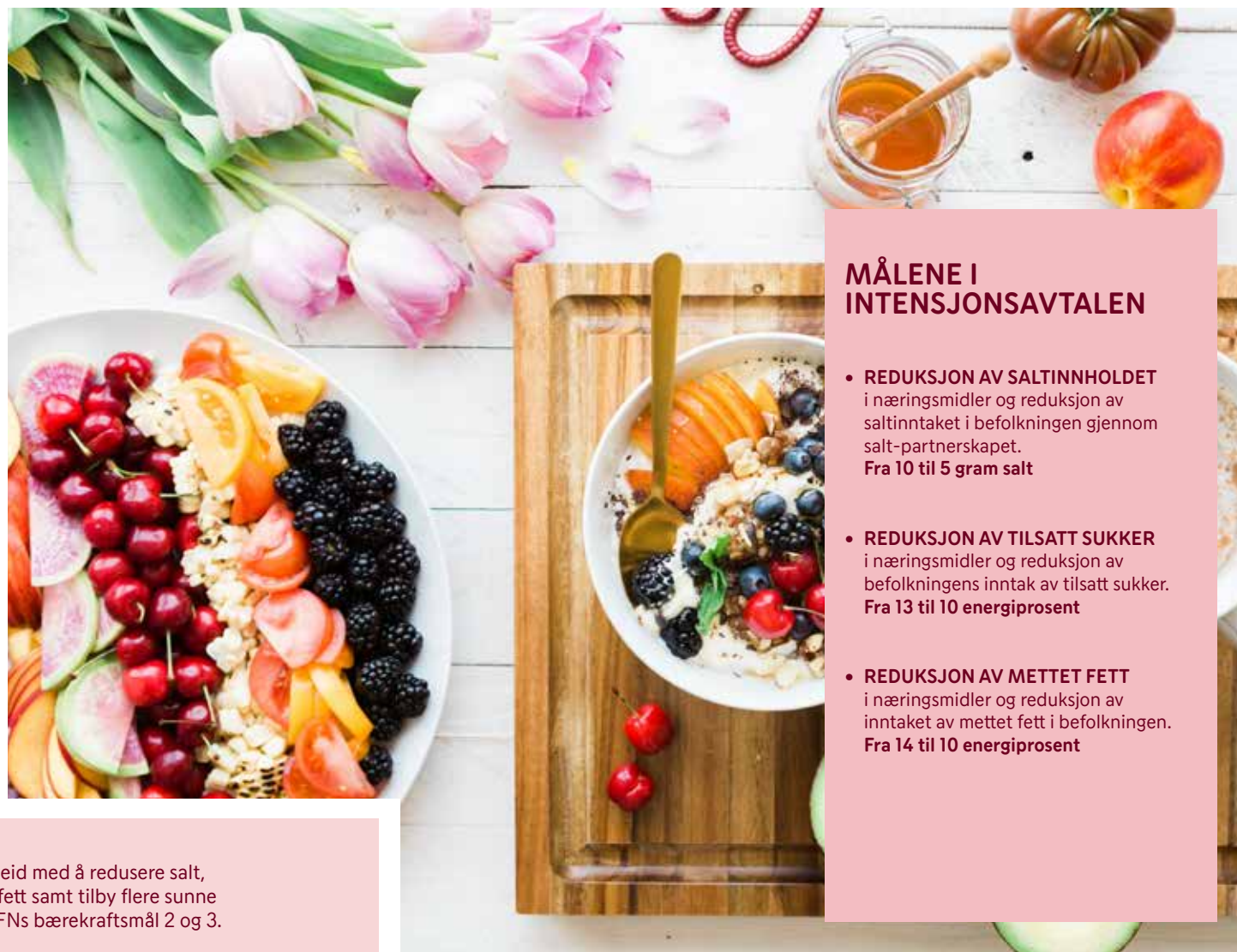
Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

REMA 1000 skal være en bidragsyter i arbeidet med å gjøre det lettere for norske forbrukere å ta gode valg. Derfor er vårt mål å gjøre det enklere å spise sunt og variert i hverdagen.

Dette innebærer at vi reduserer salt, sukker og mettet fett i merkevarer, satser på sunne kategorier og stiller krav til våre leverandører. Vi skal fortsatt selge biff og sjokolade, men målet er at kundene våre skal finne inspirasjon til å putte flere sunne varer i handlekurven. **Derfor ønsker vi å legge til rette for sunnere alternativer som er enkle å tilberede.**

I 2016 signerte vi intensjonsavtalen som ble inngått mellom myndighetene og matbransjen. I dette ligger det en forpliktelse til å redusere salt, sukker og mettet fett samt fremme sunnere alternativer og jobbe med innovasjon, reformulering og pakningsstørrelser når vi utvikler nye produkter.

Målene i intensjonsavtalen er for oss et minstekrav, og i flere tilfeller går vi enda lengre. **Et godt eksempel er at vi allerede i 2016 fjernet 30 prosent av saltet i egne merkevarer.**



MÅLENE I INTENSJONSAVTALEN

- **REDUKSJON AV SALTINNHALDET**
i næringsmidler og reduksjon av saltinntaket i befolkningen gjennom salt-partnerskapet.
Fra 10 til 5 gram salt
- **REDUKSJON AV TILSATT SUKKER**
i næringsmidler og reduksjon av befolkningens inntak av tilsatt sukker.
Fra 13 til 10 energiprosent
- **REDUKSJON AV METTET FETT**
i næringsmidler og reduksjon av inntaket av mettet fett i befolkningen.
Fra 14 til 10 energiprosent



Gjennom vårt arbeid med å redusere salt, sukker og mettet fett samt tilby flere sunne varer bidrar vi til FNs bærekraftsmål 2 og 3.

Utvikling i 2018

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

I 2018 har vi fortsatt arbeidet mot målene i intensjonsavtalen. I og med at vi oppnådde målet for saltreduksjon allerede i 2016, har vi fokus på tiltak for å redusere sukker og mettet fett.

Videre har vi styrket vår satsning på sunne kategorier og **opplever vekst innen flere varegrupper. Vi har lansert flere produkter som gjør det enkelt å spise mer fisk og sjømat** og har satset på hvitt kjøtt gjennom vårt arbeid med bytte til en bedre kyllingrase. Videre har vi lansert flere egne produkter med nøkkelhull. **Vår satsning på allergivennlige produkter har også gitt gode resultater i 2018 med en vekst på hele 18,5 prosent.**

På tross av dette vurderer at vi kunne kommet lenger i arbeidet med intensjonsavtalen i 2018 og vil derfor intensivere jobben i de kommende årene.

Siden 2015 har vi jobbet med å kutte salt, sukker og mettet fett i våre egne produkter for å gjøre det enklere å ta gode valg. Hvert eneste produkt og hver eneste produsent utfordres for å se hvordan vi kan gjøre det enda bedre. ”

Martina Rabsch, kvalitetsdirektør REMA 1000



Veien videre

I 2019 vil vi intensivere arbeidet med å redusere salt, sukker og mettet fett i egne merkevarer. Målet er – som et minstekrav – å oppfylle målene i intensjonsavtalen innen 2021. Videre vil vi forsterke vår satsning på vegetar og løsninger som gjør det enklere å få i seg mer frukt og grønnsaker. Fisk, sjømat og hvitt kjøtt er prioriterte varegrupper, og vi ønsker også å øke tilbudet av nøkkelhullmerkede varer.

Mindre salt

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Nordmenn flest spiser opptil dobbelt så mye salt som det anbefalte dagsbehovet på fem gram. Tilsatt salt i matvarer er en betydelig kilde, og vi fjernet derfor som første dagligvarekjede hele 30 prosent salt fra egne matvarer i 2016.

Siden den gang har vi fortsatt arbeidet ved å sikre et lavt saltinnhold i nye varer vi utvikler. Vi har også forpliktet oss til å være med i Saltparnerskapet som er et initiativ igangsatt av Helsedirektoratet. Videre er kompetanseheving, overvåking av saltinnholdet i matvarer og transparent merking viktig.



NATURLIG POTETCHIPS MED MINDRE SALT

Sammen med Sørlandschips har vi utviklet en unik serie naturlig potetchips uten smaksforsterkere. Produktene merket «Bondens Beste» er laget av friske og gode poteter rett fra bondens gård, og har også et lavere saltinnhold enn hva som er vanlig i kategorien.

270 TONN MINDRE SALT I BRØD FRA MESTERBAKEREN

Brødvarer står for en stor del av nordmenns daglige kosthold og blir ansett som en betydelig kilde til salt i kosten. Brød var derfor et naturlig sted å starte da vi bestemte oss for å kutte mengden salt i egne varer. **Siden 2015 har Mesterbakeren kuttet saltnivået i sine brød med ca. 30 prosent.** Ved å øke andelen surdeig i brødene har vi klart å redusere mengden salt uten å gå på bekostning av smak og kvalitet. I dag er brødene du kjøper hos REMA 1000 blant alternativene med lavest saltinnhold på markedet.



Visste du at ...

våre fullkornstortillas har fått terningkast seks av Bramat.no? I testen av ulike tortillas trekkes det frem at produktet har det laveste innholdet av salt og ikke er tilsatt sukker eller palmeolje. Videre har de et lavt innhold av mettet fett og høyest innhold av protein.

SUNNERE FREDAGSTACO

Tex Mex er en middagsfavoritt i Norge. Dette er også produkter som normalt inneholder mye salt. **Allerede i 2015 reduserte vi saltet i alle våre egne Tex Mex-produkter med minimum 30 prosent, og produktene er nå blant de med lavest saltinnhold i det norske markedet.** Hele serien er i tillegg fri for palmeolje, og vi har også redusert tilsatt sukker i mange av produktene.

30 PROSENT MINDRE SALT I FAMILIEFAVORITTER

I 2016 fjernet vi 30 prosent av saltet i alle egne fiskematprodukter. I 2018 fulgte nyheten fiskegrateng i kilopakning opp med en tilsvarende reduksjon. I årlig volum tilsvarer dette en reduksjon på over 500 kilo salt.



Mindre sukker

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Brus, saft og godteri er de største kildene til tilsatt sukker i alle aldersgrupper. Disse varene tilfører mye sukker og energi, men lite vitaminer og mineraler. Derfor er dette prioriterte varegrupper i vårt arbeid med sukkerreduksjon.

I tillegg reduserer vi sukkeret i egne matvarer, satser på sunne varer og jobber med porsjonsstørrelser og vareplassering. Dette er alle viktige tiltak i arbeidet med å redusere inntaket av sukker i befolkningen.

Visste du at ...

Taffelvann fra Grans er uten søtningsmidler og karbohydrater? Produktene har helt naturlige aromaer og er ellers kun tilsatt en moderat mengde kullsyre og mineraler.



SATSNING PÅ SUKKERFRI DRIKKE

I 2017 plasserte vi sukkerfri drikke før den sukkerholdige i våre butikker. Dette er blant tiltakene som har ført til at vi selger mer sukkerfri drikke enn varianter med sukker.

En satsning på Taffel fra Grans Bryggeri har også vist gode resultater. Produktene har hatt en fantastisk vekst og selger nå mer enn lignende merkevarer i våre butikker. Generelt har andelen sukkerfrie produkter fra Grans økt betydelig de siste årene. Bryggeriet fra Sandefjord jobber videre aktivt med å redusere mengden i sukkerholdige produkter.

Vi ser også en vridning i kategorien for leskedrikker der vi i 2018 selger mer sukkerfritt enn sukkerholdig. Videre har vi redusert sukkeret i vår egen saft med 5 prosent.

BRØD MED GRØNNSAKER I STEDET FOR SUKKER

I 2018 lanserte REMA 1000 og Mesterbakeren to nye brød uten tilsatt sukker. Produktene er nøkkelhullmerket og er utviklet for å gi god smak og næring til små og store superhelter.

«SuperDuper Muskelbrød» inneholdt 36 prosent rotgrønnsaker. I stedet for sukker gir søtpotet, gulrot og sikorirot en naturlig sødme. Rotgrønnsakene bidrar også til å gjøre brødet saftig og mykt slik at det holder seg ferskt lenge. «SuperDuper Grovbrød» er seriens groveste variant. Det bærer fire kaker på grovhetsskalaen og er rikt på fiber og protein.

Visste du at ...

Mesterbakeren har 10 bakerier over hele landet som leverer gode kvalitetsvarer eksklusivt til REMA 1000?



SUNN LØSVEKT TIL BARE LAVE PRISER

Et av våre tiltak for å redusere sukkerinntaket er å inspirere med gode og sunne alternativer. Snackprodukter som tomat og småagurker solgt i løsvekt har hatt god effekt og vi solgte hele 580 000 kilo av disse varene i 2018. En annen fordel med å selge disse varene i løsvekt er at kundene kan kjøpe akkurat det de trenger og dermed unngår matsvinn.



Mindre mettet fett

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Ifølge Helsedirektoratet får vi oss mer mettet fett enn de anbefalte 10 prosentene av kostens totale energiinnhold. For å bidra til å redusere inntaket i befolkningen satser vi blant annet på sunne kategorier og tilsetter grønnsaker i flere middagsfavoritter.

SUNNE VARER FØRST

I alle REMA-butikker finner du de sunne varene først, et tiltak som har ført til at kundene putter flere sunne varer i handlekurven. Det startet i 2006 når vi som første kjede plasserte frukt og grønt først i butikkene. I 2012 fulgte vi opp med fisk, sjømat og hvitt kjøtt. Siden har vi plassert sukkerfri drikke før sukkerholdig og økt andelen sunne varer i kassaområdet.



TILSATTE GRØNNSAKER REDUSERER METTET FETT

For å redusere innholdet av mettet fett har vi tilsatt grønnsaker i flere middagsprodukter. Eksempelvis inneholder kjøttbollene fra Nordfjord gulrot, kålrot og løk. På denne måten erstatter vi kjøttet med 40 prosent grønnsaker. Ikke bare gjør dette det enklere å få i små mager mer grønnsaker, det gjør også varene sunnere samtidig som den gode smaken opprettholdes.



Mer frukt og grønnsaker

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

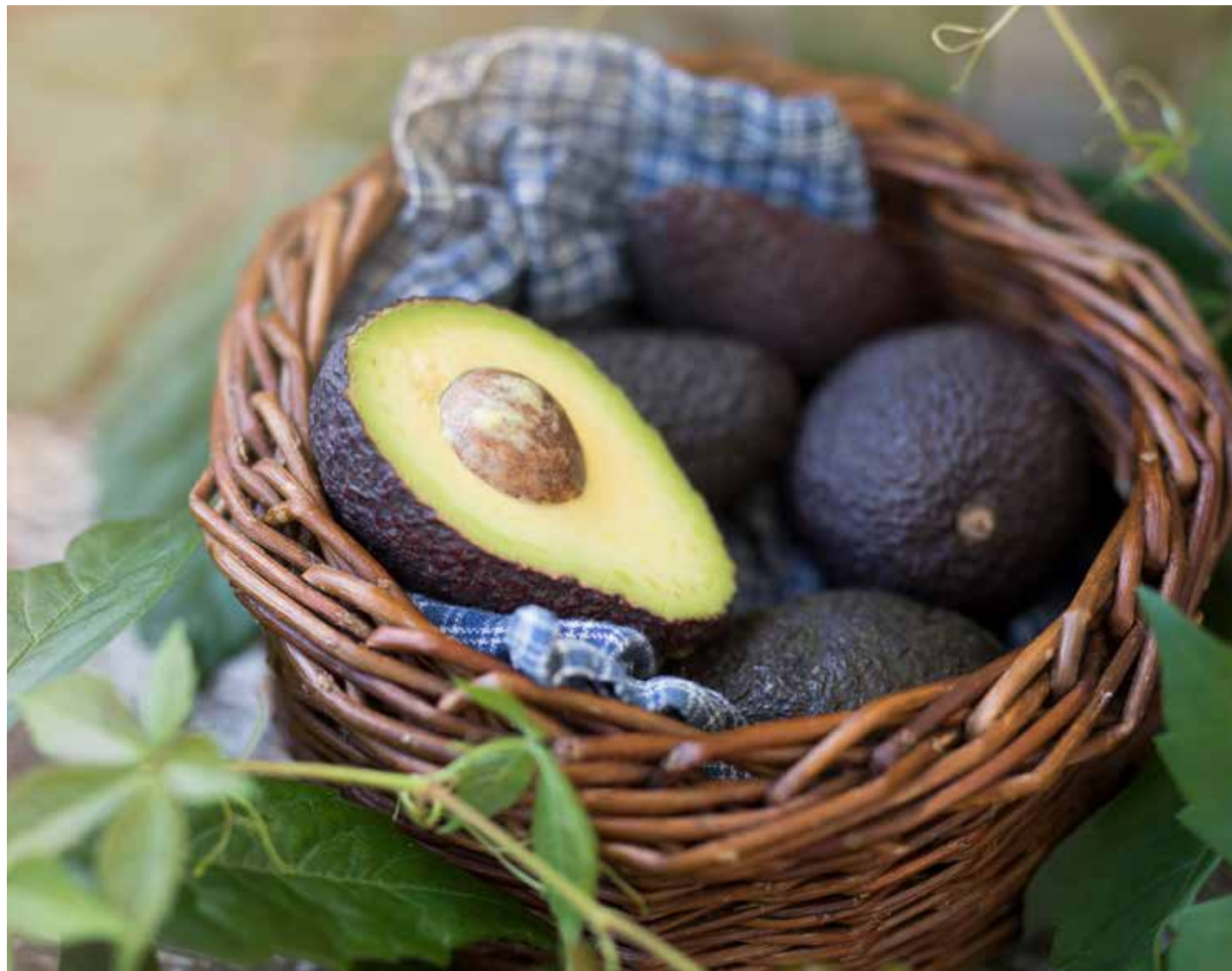
I 2006 flyttet vi som første dagligvarekjede frukt og grønt først i alle våre butikker. Dette førte til at kundene la mer av disse varene i kurven når de handlet. Veksten i kategorien har vært god gjennom flere år og vi går også frem i 2018.

De siste årene har vi forsterket vår satsning på frukt, bær og grønnsaker ved å tilby produkter som gjør det enkelt å spise mer av de sunne og gode varene. **Blant produktene våre kunder har ta godt imot er grønnsaker som kan puttes rett på grillen, ferdigsalater til middagsløsninger og ferdigskrelte rotgrønnsaker i sesong.**

I 2018 har vi blant annet lansert grillnyhetene brokkolisalat, hjertesalat og asparges. Dette skal gjøre det enklere å tilberede mer grønnsaker på grillen. Videre har vi lansert flere ferske juicer og forsterket satsningen på produkter som gjør det enklere å spise frukt, grønt og bær på farten.

Visste du at ...

Helsemyndighetene mener vi bør få i oss fem porsjoner med frukt, grønnsaker og bær hver dag? En porsjon tilsvarer 100 gram og vi bør spise i regnbuens farger og noe mer grønnsaker enn frukt og bær.



Mer fisk og sjømat

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Siden 2010 har vi hatt en offensiv satsing på fersk fisk og sjømat. Markedsandelen har gått fra 8 prosent i 2010 til 25 prosent i 2018, og vi øker stadig tilbudet av de sunne varene i butikkene våre.

Sentralt i satsningen er produkter som gjør det enkelt å spise mer fisk og sjømat. Vi introduserte tidlig ferdig fileterte stykker som kan puttes rett i ovnen, og gjennom «Middag for under hundrelappen» har vi bidratt til å kutte prisene på fersk fisk og sjømat betraktelig.

Blant bestselgerne er scampi, dagsfersk sushi, laks og ørretfilet. Vi jobber også med å blande fisk og sjømat inn i ferdige middagsløsninger slik at det blir enda enklere å få i seg de sunne varene fra havet.

Dessverre har inntaket av fisk i befolkningen gått ned de siste årene grunnet en kraftig økning i råvareprisene på sjømat. Dette er en utvikling vi ønsker å bidra til å snu, og vi jobber derfor hardt med å øke tilbudet av gode kvalitetsvarer til lave priser.

Stor vekst for dagsfersk sushi

For å gjøre det enkelt å spise mer fisk og sjømat på farten lanserte vi i 2017 dagsfersk sushi. Responsen fra kundene var svært god og vi forsterket derfor satsningen i 2018. I dag selges hele 7 av 10 brett med sushi i Oslo hos REMA 1000.

Skrei og skalldyr i sesong

I enkelte perioder av året tilbyr vi sesongvarer som skrei fra Lofoten og krabbe fra Hitra. Også

her har enkelhet til lave priser bidratt til stor vekst og dermed høyere inntak av fisk og sjømat hos norske forbrukere. I 2018 solgte vi hele 1 million skreifilter i løpet av fem uker, og på høsten økte salget av krabbe med 10 prosent.

Fisk på grillen

Stadig flere av oss ønsker variasjon og sunn mat på grillen. De siste årene har vi derfor lansert en rekke grillprodukter som er enkle å tilberede.

Visste du at ...

Fiskeriet er vår eksklusive merkevare på fisk og sjømat? Filosofien er enkel: å tilby gode kvalitetsprodukter som er enkle å tilberede – til lave priser.

Fiskeriets grove fiskeburger er kåret til best i test av TV2s Matkontrollen. Fiskeburgeren med 88 prosent fisk av hyse og torsk hadde testens høyeste fiskeinnhold og var best på smak.



Mer grovt brød

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Vi ønsker å tilby våre kunder sunne og grove brød og har derfor redusert tilsetningsstoffer, sukker og salt i alle våre brød og bakervarer fra Mesterbakeren.

Vi har også fjernet tilsatt gluten og tilsetter surdeig i flere varianter for økt holdbarhet og aroma. Dette gjør også at næringsstoffene i melet frigis lettere.

Siden 2016 har 60 prosent av produktlanseringen fra Mesterbakeren vært grove eller ekstra grove brød. Dette har hatt god effekt og vi ser en klar vridning fra fine til grove brød i kategorien. Spesielt har andelen som er kategorisert som ekstra grovt hatt en god økning i 2018.



Visste du at...

ernæringsfysiologene hos Bramat.no har gitt flere brød fra Mesterbakeren terningkast seks? Alle variantene har høy grovhetsprosent og godt med fiber.



BRØDSKALAEN

Brødskalaen finner du på emballasjen på alle produkter fra Mesterbakeren. Skalaen kategoriserer brød i fire kategorier: fint, halvgrovt, grovt og ekstra grovt. Dette gjør det enkelt å se hvor grovt brødet er når du er i butikken. Utgangspunktet for beregningen er innholdet av hele korn, sammalt mel og kli.

Baker du brød selv kan du sjekke innholdet med grovhetskalkulatoren på nettsidene til Opplysningskontoret for brød og korn.



FLERE PRODUKTER MED NØKKELHULLS-MERKET

Nøkkelhullsmerket skal gjøre det enkelt for norske forbrukere å velge sunnere matvarer som inneholder mer fiber og mindre mettet fett, sukker og salt. Innenfor hver matvaregruppe er det satt ulike kriterier for innholdet av disse næringsstoffene. Det er Helsedirektoratet som står bak merkeordningene og kriteriene for bruk er regulert gjennom nøkkelhullsforskriften.

I REMA 1000 selger vi en rekke varer med nøkkelhullsmerket. Vi etterstreber å merke stadig flere av våre egne merkevarer og har blant annet lansert nærmere 40 nye ferskvareprodukter med nøkkelhull i 2018. Dette er et viktig ledd i å tilby kundene våre sunnere varer til lave priser.

NORGES FØRSTE SKINKE UTEN NITRITT

REMA-eide Kolonihagen lanserte i 2018 Norges første økologiske påleggsskinke uten nitratt. Skinken er fri for e-stoffer og kommer i to varianter: kokt skinke og bøkerøkt skinke. Produktene finner du eksklusivt hos REMA 1000-butikker over hele landet.

SATSNING PÅ ALLERGIVENNLIGE PRODUKTER

Stadig flere nordmenn må tilpasse sitt kosthold av helsemessige årsaker. Gjennom en satsning på allergivennlige varer merket «Fri For» og vår egen merkevare «REMA 1000 Uten» gjør vi hverdagen enklere for kundene våre. Målet har vært å inspirere til gode matopplevelser som ikke går på bekostning av lommeboken. I REMA 1000 Uten-serien finner du brød, pasta, pizza og frokostprodukter. Flere av produktene er produsert med økologiske råvarer.

Visste du at...

vi i 2017 ble kåret til Årets glutenfrie bedrift av Norsk cøliakiforening? Juryen begrunnet tildelingen med satsingen på egne, glutenfrie produkter der god smak og kvalitet har stått i fokus.



Norgesmester i frukt og grønt

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

HØY KVALITET TIL LAVESTE PRIS, INSPIRASJON OG FORNØYDE KUNDER TOK REMA 1000 BYÅSEN TIL TOPPS I NORGESMESTERSKAPET I FRUKT OG GRØNT.

Kjøpmann Børge har satset stort på frukt og grønt siden dørene åpnet i 1990, og det jobbes systematisk med tiltak som øker omsetningen og ikke minst kundetilfredsheten.

Målet er at kundene alltid skal finne gode kvalitetsvarer til lave priser og bli inspirert til å putte mer av de sunne varene i handlekurven. De siste årene har butikken blant annet økt utvalget av lokale og økologiske varer.

– Kunden er vår øverste sjef og vårt mål er at de alltid skal være fornøyd. Vi legger vekt på å inspirere gjennom gode kvalitetsvarer og har som mål å alltid gjennomføre til 20 i stil.

Gjennom satsning på et godt utvalg som inspirer kunden har butikken økt salget av de sunne varene betraktelig de siste årene. I 2018 var frukt- og grøntandelen 15,6 prosent, noe som plasserte REMA 1000 Byåsen på toppen blant alle REMA 1000 sine butikker i Norge. Børge forteller at de alltid ønsker å bli bedre og blant annet henter inspirasjon fra kolleger og konkurrenter i lokalområdet.

– Vi følger nøye med på lokalmarkedet og har god dialog med kundene våre. Målet er

at vi alltid skal ha et utvalg som leverer på deres behov og forventninger, samtidig som vi leverer på lave priser og god kvalitet.

NM i frukt og grønt arrangeres av Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG). REMA 1000 fikk i 2019 totalt sett en andreplass i kategorien for kjeder og klatret med det to plasser fra fjoråret. Juryen fremhever tydelighet på konsept og lavpris gjennom en opplevelse av at kategorien har fått større plass og fokus i butikk.

Målet er at vi alltid skal ha et utvalg som leverer på kundens behov og forventninger, samtidig som vi leverer på laveste pris.

”



Satsning på breddeidrett

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

REMA 1000 ønsker å bidra til idrettsglede for barn og unge og har en rekke sponsorater og samarbeid som retter seg mot dette.

NORWAY CUP

Siden 2016 har vi vært generalsponsor for verdens største fotballturnering for barn og unge. Her har vi et særlig ansvar for at spillere og besøkende på Ekebergsletta får i seg sunn og god mat. I REMA 1000 Matland serverer vi smakfull og næringsrik mat og byr på aktiviteter for liten og stor. I tillegg forsyner vi spillerne med tre sunne måltider per dag.

NORGES HÅNDBALLFORBUND

REMA 1000 gikk i 2018 inn i et samarbeid med Norges Håndballforbund. Samarbeidet innebærer å være hovedsponsor for herrelandslaget og samarbeidspartner for damelandslaget. I tillegg arrangerer vi 100 håndballskoler for barn i alderen 6-12 år over hele landet. I 2018 var 5000 barn på gratis REMA 1000 Håndballskole i regi av sin lokale klubb. I tillegg er vi sponsor for Camp Sagosen - Sander Sagosens egen håndballskole.

REMA 1000 skal være en bidragsyter i arbeidet med å få flere barn og unge i fysisk aktivitet. Derfor støtter vi tiltak og organisasjoner som bidrar til nettopp dette.

Vidar Riseth, sponsorsjef i REMA 1000

NORGESMESTERSKAPET I FOTBALL

Siden 2015 har REMA 1000 sponset cupen i fotball for herrer og damer. Cupen arrangeres over hele landet og vi er til stede på alle cuprundene.

SUMMER CAMP

Siden 2015 har vi arrangert REMA 1000 Summer Camp. Gratisarrangementet har som mål å gi flere barn og unge muligheten til å delta i idrett og fysisk aktivitet. Campen flyttes rundt i Norge og har til nå hatt over 600 deltagere. I 2018 arrangerte vi campen sammen med Zuccarellostiftelsen.

Visste du at ...

i tillegg til nasjonale samarbeid bidrar våre Kjøpmenn til hundrevis av lokale klubber og organisasjoner i sine lokalsamfunn?



Trygg mat av god kvalitet

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

For å sikre kvalitet og mattrygghet fra jord til bord jobber vi målrettet på tvers av alle enheter i verdikjeden.

Bevisstheten rundt trygg mat av god kvalitet er økende. For oss handler dette om god matsikkerhet, bevissthet rundt allergener og tilsetningsstoffer, miljøpåvirkning og en sikkerhet for at våre leverandører ivaretar sine ansatte i tråd med våre etiske retningslinjer.

Satsning på egne merkevarer

Vår satsning på egne merkevarer gir kundene unike produkter til lave priser og dette stiller høye krav til oppfølging og utvikling. Det krever mer av oss å lage våre egne varer, men det gir oss også muligheten til å levere på kundenenes forventninger ved å ivareta vår forretningside; pris, kvalitet og ansvar.

I VÅR RAMMEAVTALE FINNER LEVERANDØRENE BLANT ANNET POLICYER FOR HELSESKADELIGE STOFFER, MATSMINKE OG EMBALLASJE. DETTE ER NOEN AV FORUTSETNINGENE OG KRAVENE VI STILLER FOR Å KUNNE LEVERE VARER TIL REMA 1000.

ET UTVALG AV REMA 1000 SINE EGNE MERKEVARER:



KVALITET I REMA 1000

I en verden hvor kvalitet blir viktigere og konsekvensen for avvik større, har vi følgende kriterier for hvordan vi sikrer kvalitet på tvers av verdikjeden:

- Vi skal være sikre på at alle våre leverandører ivaretar våre kvalitetskrav og etiske retningslinjer.
- Vi skal ha tydelig, transparent og korrekt merking og varedeklarasjon.
- Nye leverandører risikovurderes ut fra dokumentasjon som første steg.
- Et utvalg leverandører revideres jevnlig for å bekrefte og dokumentere at leveransen er i henhold til avtale

Kontroll fra jord til bord

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Sentralt i arbeidet med kvalitet og matsikkerhet står arbeid med internkontroll. Dette følges opp i alle ledd av verdikjeden og vårt mål er at alle som håndterer varer skal ha kunnskaper om hva som kreves av rutiner og kontroll for å sikre trygge varer til kunden.

I butikkledet innebærer dette blant annet rutiner og kontroll for varemottak, rullering, temperaturstyring og renhold. Videre er det den enkelte kjøpmann sitt ansvar å sørge for nødvendig opplæring av sine ansatte, der kvalitetsavdelingen i REMA 1000 bistår med materiell.

Hos industribedriftene våre og eksterne leverandører følges de samme prinsippene samt generelle lover og regler fastsatt av blant annet Mattilsynet. Videre er kunnskaper om produksjonsmetoder som sikrer god kvalitet gjennomgående. Dette kan være alt fra å sikre at man utnytter råvaren best mulig til kunnskaper om møring og varmebehandling. Sentralt i dette arbeidet står også tiltak som sikrer optimal emballering som tar vare på kvaliteten fra produksjon til kundens kjøkkenbenk.

REMA Distribusjon er også en viktig aktør i arbeidet med å sikre trygg mat fra jord til bord. Fra sine seks distribunaler leverer de mat til over 640 REMA-butikker hver eneste dag. Tiltakene for trygg mat innebærer blant annet temperaturkontroll både ved inntransport og uttransport av varer, tilbaketrekking ved kvalitetsavvik og kjøling underveis.

Årlig tredjepartsrevisjon og faglig oppfølging fra Aquatig Consult gir et kvalitetsløft for alle våre butikker.

-Elisabeth Kildal Engesgaard,
kvalitetssjef Trygg Mat i REMA 1000

”

FELLES RETNINGS- LINJER FOR TRYGG MAT

I dagligvarebransjen har kjedene gått sammen i Dagligvarehandelens Miljøforum for å lage felles retningslinjer for mattrygghet. Disse er laget etter HACCP-prinsipper som er benyttet i næringsmiddelbransjen gjennom flere år. Risikovurderingen og tilhørende retningslinjer danner grunnlaget som Mattilsynet benytter når de reviderer butikker. Det er også dette som ligger til grunn for vårt system for internkontroll.

Varsling av kvalitetsavvik

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Kunder og andre interessenter har muligheten til å melde inn avvik og øvrige tilbakemeldinger til oss via blant annet nettsider, sosiale medier og telefon.

Mindre avvik følges opp av kategorisjefen for aktuelt produkt som tar det videre til leverandør og sørger for at avviket følges opp. **Større og mer alvorlige avvik følges opp av kvalitetsavdelingen og eventuelle hendelser som er svært alvorlige, følges opp av beredskapsgruppen.**

Felles for alle avvik er at det skal registreres og følges opp med tiltak som eksempelvis avvikshåndtering og tredjepartsrevisjon. **Avhengig av sakens karakter og betydning for involverte parter skal det iverksettes en revisjon innen ett år for å sikre verifisering av tiltakene.** Varsling ved mer alvorlige henvendelser skjer i henhold til nasjonale retningslinjer og til de instanser som forholdene naturlig henvender seg til.

Alle ansatte skal ha god kunnskap og forståelse for trygg håndtering av mat og egen rolle i arbeidet med å sikre at våre kunder opplever butikken som ren og innbydende og et trygt sted å handle.

Martina Rabsch,
kvalitetsdirektør i REMA 1000



RUTINER FOR TILBAKETREKKINGER

Ved tilbaketrekkinger av varer skiller vi på rød og gul alarm. Dette viser til alvorlighetsgrad hvor rød alarm gjelder tilbaketrekkinger som innebærer helsefare og gul alarm gjelder kvalitetsforringelse, uten fare for helse. Alle tilbaketrekkinger gjøres av kvalitetsavdelingen og følges opp av relevante instanser i verdikjeden, eksempelvis at varen sperres for salg og tas ut av hyllen i hver enkelt butikk.

Matsvindel

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

De siste årene har matjuks kommet høyere på agendaen globalt og dermed også hos oss. Dette innebærer bevisst og systematisk brudd på regelverk der motivet er et ønske om profit.

Matjuks kan blant annet dreie seg om feilmerking, ugyldige sertifiseringer og innblanding av råvarer som ikke har den kvaliteten som er ønsket.

Matsvindel er en global utfordring som krever samarbeid på tvers av bransjer og verdikjeder. For oss står forebygging og oppfølging høyt på agendaen og vi følger kategoriene med størst risiko nøye.

Visste du at ...

Matsvindel er anslått til å omfatte omkring 10 % av all mat i verden? Produktgruppene som er mest utsatt er olivenolje, økologiske produkter, meieriprodukter, honning, fisk og sjømat, korn og kaffe.



ÆRLIG OG TYDELIG MERKING

Det er viktig for oss at kundene får innsikt i varens opprinnelse. Vi etterstreber derfor åpen og tydelig merking av egne merkevarer. Dette inkluderer merking av land, produksjonssted og fabrikk. For å sikre trygg mat skal alltid næringsinnhold, nettovekt og allergener også være lett for kunden å se på emballasjen. Kontaktinformasjon skal også stå på alle varer slik at det er lett å ta kontakt med oss ved eventuelle kvalitetsavvik.

For å sikre at merkingen alltid blir tydelig og korrekt får vi bistand fra Varefakta som er en uavhengig tredjepart.



Stangekylling™ - høy kvalitet gjennom 30 år

Sunne varer / Trygg mat av god kvalitet

Stangekylling™ er alet opp av bønder med strenge krav til kvalitet. Kyllingene er frittgående og får kun naturlig fôr basert på hvete, havre og mais. De vokser saktere enn vanlig kylling og har god plass. Dette bidrar til at de får utviklet muskulaturen sin, noe som også merkes på kjøttkvaliteten. For når kyllingene har det godt, smaker kjøttet desto bedre.

I begynnelsen var det kun utvalgte restauranter i Oslo som kjøpte Arnt-Harald Stanges saftige og frittgående kyllinger. I 2010 kjøpte REMA 1000 Stangekylling og tilgjengeliggjorde dermed produktene for folk flest. I dag finner du produkter som hel landkylling, kyllinglår og kyllingbryst i REMA 1000-butikker over hele landet.

– Stangekyllingen er saktevoksende, har god plass og tilgang på uteområder. Videre får de miljøberikelser og naturlig lys. Dette er alle viktige tiltak for bedre dyrevelferd og det er en glede å tildele Stange Good Chicken Award.

Jo Cooper, Compassion in World Farming



På REMA.no finner du gode oppskrifter der Stangekylling spiller hovedrollen.

STANGE TILDELT INTERNASJONAL DYREVELFERDSPRIS

Stangekylling fikk i 2019 utmerkelsen Good Chicken Award av Compassion in World Farming, verdens ledende interesseorganisasjon innen dyrevelferd i landbruk. Prisen tildeles produsenter med god dyrevelferd der kyllingene blant annet har god plass og mulighet til utegang. I tillegg vektlegges kriterier som at det er en sunn og saktevoksende rase.

Helse

MATTRYGGHET

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
416-2	Tilbaketrekkinger grunnet helse- og/eller sikkerhetsrisiko ved produkt • Egne merkevarer	Antall Antall	4 1	7 1
417-2	Tilbaketrekkinger grunnet feilinformasjon og/eller feilmerking (ingen helserisiko) • Egne merkevarer	Antall Antall	57 23	65 12
Egen	Reviderte leverandører med hensyn til matsikkerhet	Antall	55	131

SUNNHET OG HELSE

Omsetningsandel referer i det følgende til kategoriens andel av totalt salg (verdi) i REMA 1000.

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
Egen	Omsetningsandel, frukt og grønnsaker	Prosent	11,4	11,7
Egen	Omsetningsandel, fisk og sjømat	Prosent	3,6	3,7
Egen	Omsetningsandel, hvitt kjøtt	Prosent	3	3
Egen	Antall egne merkevarer med Nøkkelhullmerket	Antall	214	-



ARBEIDSLIV

REMA 1000 gir muligheter

Viktigste resultater i 2018



KÅRET TIL
2.
BESTE
ARBEIDSPASS
AV GREAT
PLACE TO
WORK



200 PØBLER
har fått en
ny sjanse i
REMA 1000

39 nye Talenter

76% av Kjøpmenn
gir mennesker
som faller
utenfor
muligheter



Kjøpmann kåret til
ÅRETS OSLOBORGER
for sitt arbeid med
inkludering

Troen på enkeltmennesket

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

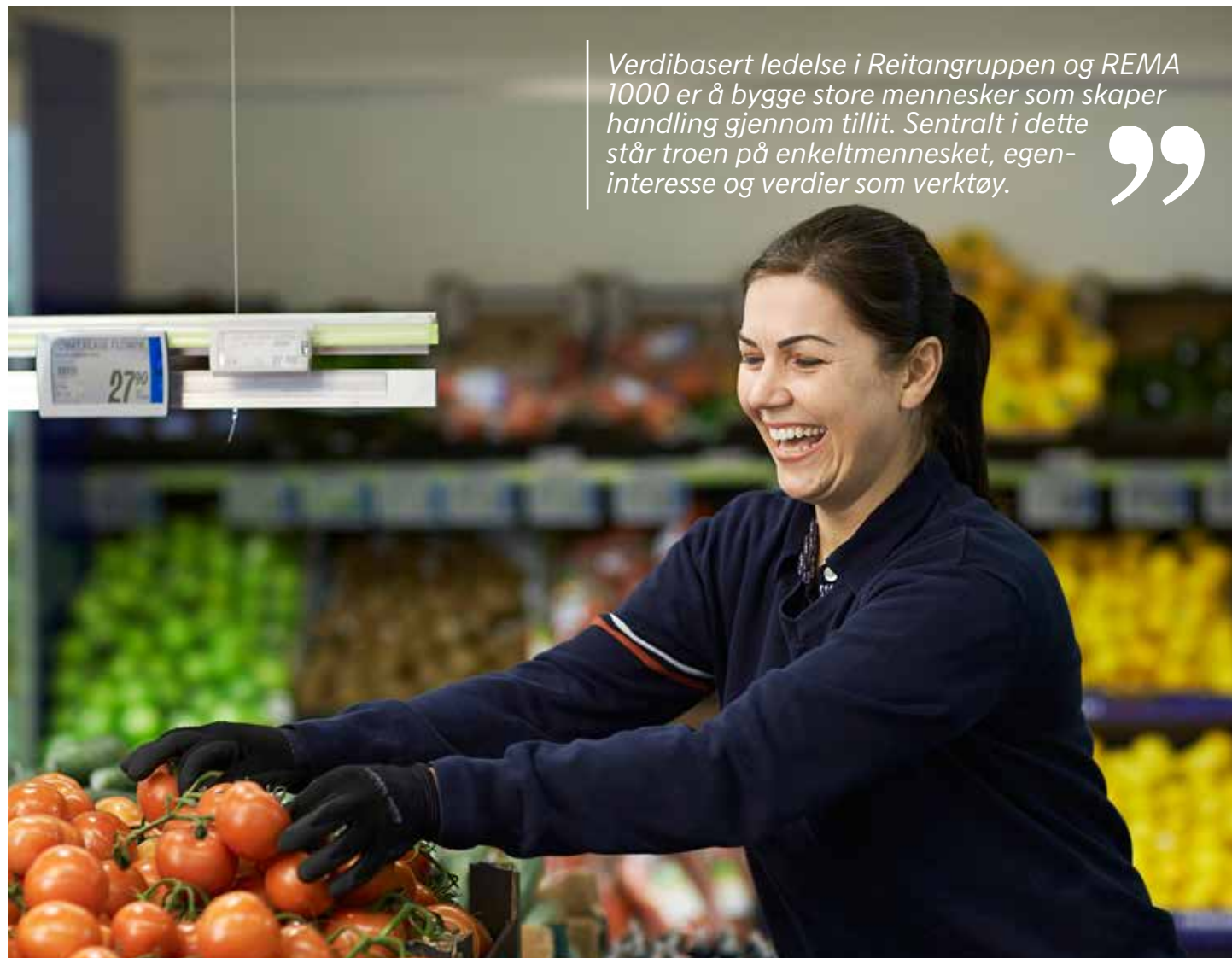
Mennesker er den viktigste ressursen i REMA 1000. Rekruttering, opplæring og trening står derfor sentralt i arbeidet med å forvalte vårt konsept og vår organisasjonskultur. Videre er inkludering og mangfold en viktig suksessfaktor og fanesak for oss.

Troen på enkeltmennesket er en sentral del av kulturen vår, og som dagligvarekjede har vi muligheten til å gi mennesker med ulike utfordringer en vei inn i arbeidslivet. **Dette er noe vi tar på alvor, og nærmere 80 prosent av våre Kjøpmenn har gitt muligheter gjennom arbeidstiltak viser en uavhengig undersøkelse gjort av Fafo. Videre har seks av ti kjøpmenn gitt fast jobb etter endt arbeidspraksis.**

Vi var den første dagligvareaktøren som tok i bruk franchising som organisasjonsform og er i dag den eneste aktøren som rendyrker denne formen for organisering. Det innebærer at vi har over 640 selvstendige Kjøpmenn fra nord til sør som eier sine egne bedrifter, skaper arbeidsplasser og bidrar i sine lokalsamfunn.



Gjennom å være en ansvarlig arbeidsgiver som gir alle like muligheter bidrar vi til FNs bærekraftsmål 5 og 10.



Verdibasert ledelse i Reitangruppen og REMA 1000 er å bygge store mennesker som skaper handling gjennom tillit. Sentralt i dette står troen på enkeltmennesket, egeninteresse og verdier som verktøy. ”

Utvikling i 2018

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

I 2018 har vi gjort det enklere å varsle om kritikkverdige forhold på arbeidsplassen, forsterket opplæringen og gitt mennesker som står på utsiden av arbeidslivet muligheter.

Vi ønsker en lav terskel for å si ifra om kritikkverdige forhold på arbeidsplassen. Derfor har vi etablert en egen varslingskanal som er lett tilgjengelig på våre nettsider. Denne gjør det mulig for ansatte, leverandører og kunder å varsle om kjennskap eller mistanke om uakseptabel adferd i strid med våre etiske retningslinjer. Alle som varslar har krav på anonymitet og skal kunne varsle uten frykt for videre konsekvenser.

Alle ansatte oppfordres til å varsle om forhold som kan true selskapets økonomi eller omdømme. Dette kan være mistanke om økonomiske lovbrudd, trakassering, diskriminering eller rasisme samt brudd på HMS-regler eller våre etiske retningslinjer.

Varslingskanalen gjør det lettere for medarbeidere i en vanskelig situasjon å bli hørt, det blir tryggere å jobbe i REMA 1000 og det blir vanskeligere å bryte med våre verdier og retningslinjer. I 2018 fikk vi eksempelvis en alvorlig varslings sak via kanalen som vi selv varslet politiet om slik at de kunne etterforske saken. **For å øke kjennskapen til å våre etiske retningslinjer og varslingskanalen er det opprettet et e-læringsprogram med obligatorisk gjennomføring for alle ansatte.**

Vi er utover dette opptatt av at det skal være lav terskel for å si ifra. I 2018 utviklet vi et eget program for å adressere seksuell trakassering i arbeidslivet. Målet var å øke kjennskapen til

hvordan selskapet jobber med dette, og hvordan man skal gå frem dersom man opplever eller blir vitne til trakassering i REMA 1000.

Trening og opplæring

Opplæring – eller trening som vi kaller det i REMA 1000 – var et viktig satsningsområde i 2018. Et av de største tiltakene var kursing av alle administrative ansatte i «Konsept & Kultur», med målet å øke kunnskapen om og forståelsen av REMA 1000-konseptet. Totalt deltok 500 ansatte, og tilbakemeldingen var at det forsterket kulturen og bidro til å bygge selvtillit. Videre har flere ledere deltatt på kurs i regi av Reitangruppens «Verdiskolen» der målet er å bevisstgjøre, utforske og trene på vår filosofi og verdibasert ledelse.

Talentutdanningen som utdanner nye Kjøpmenn hadde 39 deltagere i 2018. Vi opplever økende antall søkere til programmet, men andelen kvinnelige søkere er lavere enn ønskelig.

Fagbrevutdanningen hadde også et godt år i 2018 med gjennomføring av to kull. Siden 2015 har programmet hatt 113 deltagere med en gjennomføringsgrad på 89 prosent. Vi har også rekruttert fire nye deltagere til traineeprogrammet.

E-læringsplattformen «Trening» har blitt videreutviklet i 2018, og det er lansert en rekke nye treningsløp for å forsterke kompetanseutviklingen i organisasjonen. Erfaringen er at treningsportalen bidrar sterkt til opplæringen av nyansatte samt sikrer et felles minstenivå av kunnskap for alle som jobber i REMA 1000.

Inkludering og mangfold

Inkludering er en faneess for REMA 1000, og i 2018 tilsluttet vi oss regjeringens initiativ «Inkluderingsdugnaden». Det er et økende fokus på utenforskap i samfunnet og vi ser at stadig

flere Kjøpmenn bidrar for dem som faller utenfor i sitt lokalsamfunn.

Mennesker som gir muligheter fikk generelt en større oppmerksomhet i fjoråret. Blant annet ble David Adampour, Kjøpmann ved REMA 1000 Torggata, kåret til «Årets Osloborger» av

Aftenpostens lesere. Dette førte blant annet til besøk hos NRKs Lindmo og en generell oppmerksomhet rundt inkluderingsarbeidet i REMA 1000.



Veien videre

Vi fortsetter arbeidet med kurs og opplæring og har etter innspill fra ansatte besluttet å videreføre kurset «Konsept & Kultur». Vi vil også gjennomføre en samling hvert halvår for å fange opp alle nyansatte. Videre satser vi videre på fagbrev og Talentprogrammet med målet om å øke andelen kvinnelige deltagere.

Videre skal vi forsterke våre posisjon som en aktør som bidrar til økt mangfold i arbeidslivet. Dette innebærer blant annet å være en bidragsyter til regjeringens inkluderingsdugnad og en satsning på økt kvinneandel.

En av Europas beste arbeidsplasser

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

For andre år på rad ble Reitangruppen i 2018 kåret til Norges 2. beste arbeidsplass blant store virksomheter av Great Place To Work. I Europa ble vi rangert som nummer 10.

Kåringen avgjøres med en omfattende kultur-analyse og medarbeiderundersøkelse som besvares anonymt av medarbeiderne. Med et fokus på lederskap, tillit, troverdighet, respekt, rettferdighet, stolthet og fellesskap rangerer «Great Place To Work» de beste virksomhetene innenfor fire kategorier basert på antall ansatte. De siste fire årene har Reitangruppen oppnådd en førsteplass og tre andreplasser.

Det er utrolig gledelig å se at vi skaper arbeidsplasser der folk trives og føler seg verdifulle. Vår ledelsesfilosofi handler om tillit. Når folk får tillit øker entusiasmen og tempoet.

Odd Reitan, Colonialmajor.



Visste du at ...

for oss er ikke «Det enkle er ofte det beste» bare en floskel, men en regel vi lever etter hver eneste dag? Vi lager ikke kompliserte løsninger for å imponere andre – tvert imot. Hos oss er det nemlig ikke flaut å gjøre ting enkelt, det er genialt.



Vi er imponert over hvordan Reitangruppen har lykket med et sterkt fellesskap hos medarbeiderne sine. Fra dag en har selskapet bygd en bunnsolid kultur, med stor intern stolthet og samhold. De er en foregangsbedrift for verdibasert ledelse og kulturbygging og blant de beste i Europa når det gjelder trivsel på arbeidsplassen.

Jannik Krohn Falck,
administrerende direktør i Great Place To Work.



Involvering er nøkkelen

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

– DET ER VIKTIG FOR MEG AT VI SKAL VÆRE GODE FORBILDER FOR HVERANDRE

Kristina på REMA 1000 Kvaløya gir medarbeiderne selvtillit slik at de tar avgjørelser på egenhånd.

Hva betyr verdibasert ledelse for deg?

Det er viktig for meg at vi er gode forbilder for hverandre. Jeg vil gjøre det jeg kan for å gi mine medarbeidere selvtillit til å fatte gode avgjørelser på egen hånd, samt tørre å utfordre seg selv og stå i alle situasjoner vi skulle havne i både i arbeidsdagen og privat.

Hvordan jobber du med teamet ditt?

Jeg jobber for å i størst mulig grad involvere mine medarbeidere i bedriften vår. Hos oss skal alle ha innsyn i rammene rundt vår forretningside. Vi har nøkkelmedarbeidermøte hver tirsdag der vi presenterer omsetning, bestselgere og

svinn fra de ulike avdelingene. Vi diskuterer, evaluerer uka som har gått og legger strategi for påfølgende uke. På denne måten er vi alltid en uke i forkant og kan koordinere bestillinger og planlegge eksponeringer sammen.

Hva er dine tre beste egenskaper som leder?

Jeg involverte noen av mine medarbeidere i å svare på dette spørsmålet. De mener at mine beste egenskaper som leder er at jeg er målbevisst, strukturert, motiverende, kravstor, tydelig og aldri fornøyd. Jeg kan ikke si annet enn at jeg kjenner meg igjen i beskrivelsen.



Rekruttering, trening, kommunikasjon og omsorg

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

Mennesker er den viktigste ressursen i REMA 1000. Rekruttering, trening, kommunikasjon og omsorg står sentralt i arbeidet med å forvalte våre ansatte, vårt konsept og vår organisasjonskultur.

Rekruttering

REMA-filosofien bygger på prinsippet om at få mennesker skal ta mange avgjørelser. Vi skal oppfattes som symbolet på sunn fornuft, folkelighet, usnobbethet og dyktighet. Vi ønsker oss mennesker med talent og vilje, som tar ansvar, påvirker og tar egne beslutninger.

Når vi rekrutterer, gjør vi kandidatene klar over at de må ta ansvar selv, og at det ikke finnes regler for alt, men at de skal forme sin egen hverdag i tråd med vår filosofi og våre verdigrunnlag. Vår erfaring er at ved å gi absolutt tillit, mye ansvar og støtte ved behov bygger vi motiverte medarbeidere som er rustet til å treffe gode beslutninger.

Trening

I REMA 1000 motiverer vi til vinnerkultur. Det betyr blant annet å sette folk i stand til å gjøre sitt beste. **Vi har en grunnleggende tro på enkeltmennesket og at det ligger et stort potensial i å utvikle deres styrker.**

Hver Kjøpmann og leder har ansvaret for å utvikle og trene sine medarbeidere. Som en støtte i dette arbeidet har vi utviklet e-læringsplattformen «Trening».

Kommunikasjon

En åpen og ærlig kommunikasjon skaper trygghet. For å få medarbeidere med på målene og drømmene for bedriften, må lederne fortelle og involvere slik at alle får et eierskap til det samme. God kommunikasjon handler også om klare og tydelige krav til arbeidsinnsats med hyppig sekundering og oppfølging. For oss er kommunikasjon det viktigste verktøyet vi har for å gjøre hverandre gode.

Folk som har det bra, gjør det bra og opplever prestasjonsglede hver dag. Vi skal snakke med hverandre, ikke om hverandre og ikke minst med gjensidig respekt. Som leder skal man få den enkelte til å oppleve seg verdifull. I dette ligger det blant annet et ansvar for å kommunisere vår kultur, vårt konsept og våre verdier.

Omsorg

Omsorg for våre medarbeidere er viktig i REMA 1000. **Våre medarbeidere er vårt viktigste og fremste ressurs.** Vi skal stille krav, støtte og anerkjenne dem for å være sikre på at de trives på jobb og presterer sitt beste. Da er det avgjørende at vi er gode på å etablere og utvikle trygge og tillitsfulle relasjoner.



Kompetanseutvikling

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

Med mennesker som viktigste ressurs står kompetanseutvikling sentralt. Årlig gjennomfører vi derfor en rekke kurs og opplæringsprogram på tvers av virksomheten. Det er fokus på å synliggjøre karrieremuligheter internt i selskapet og det tilbys muligheter for kompetanseutvikling på alle nivå.

E-læring

Et av våre viktigste verktøy er den interaktive opplæringsarenaen «Trening». Portalen benyttes både som et grunnleggende opplæringsverktøy i oppstarten og som oppslagsverk etter behov. Nye treningsløp lanseres kontinuerlig, og innholdet er rollestyrt slik at informasjon og opplæring er tilpasset den enkelte stilling og rolle.

Gjennom portalen formidles våre verdier, kultur og butikkdrift på en enkel og tilgjengelig måte. Gjennom utstrakt bruk av film, oppgaver og gamification-prinsipper har vi klart å skape engasjement rundt læring og kompetanseutvikling. **Portalene, som er kåret til verdens fjerde beste opplæringsystem under ECHO Awards i USA, brukes aktivt av tusenvis av ansatte hver eneste uke.**

Fagbrev

Økt kompetanse i butikk bidrar til enda sterkere vinnerkultur, stolthet og trygghet. **I 2015 etablerte vi sammen med Didac et eget fagbrev i salgsfaget.** Utdanningen er skreddersydd for REMA 1000 og inneholder i tillegg til det faglige

aspektet kunnskaper om vår kultur og vårt konsept. Utdanningen er offentlig godkjent og tilgjengelig for alle ansatte.

Talentprogram

For å rekruttere nye kjøpmenn har vi et eget Talentprogram som går over ett år. Programmet gir omfattende opplæring i hva som kreves for å være REMA-kjøpmann og selvstendig næringsdrivende. Våre kjøpmenn, fagdirektører og andre interne ressurser står for undervisningen som avsluttes med eksamen. **Over 90 prosent av de som rekrutteres til Talentprogrammet får tilbud om egen butikk etter endt utdanning.**

Traineeprogram

De siste årene har vi satset stort på vårt eget traineeprogram. Gjennom programmet ansetter vi årlig ca. fem nyutdannede kandidater der kriterier som personlighetstype, motivasjon og rett match for en fremtidig lederjobb i REMA 1000 er avgjørende. **Traineeprogrammet går over to år og gir en svært grundig opplæring i hele vår verdikjede.** Deltagerne gjennomfører blant annet Talentprogrammet og har jobbrotasjon innenfor flere ulike stillinger i organisasjonen.

Tiltaket er med på å synliggjøre utviklingsmulighetene som finnes i organisasjonen, der man med rett innstilling og arbeidsmoral raskt kan avansere til ledende stillinger uavhengig av alder, kjønn eller erfaring.

REMA-skolen

Vår egen interne skole, REMA-skolen, er en arena for læring, nettverksbygging og motivasjon med målet om å utdanne dagligvarehandelens

hyggeligste og dyktigste folk. **Alle nye medarbeidere gjennomfører i løpet av sitt første år en kulturdag med Ole Robert Reitan og et eget filosofikurs med Odd Reitan.** Videre kan man delta på spesifiserte kurs ut fra egne behov, eksempelvis lederutviklingskurs og kurs i styrearbeid. Det lages også kurs spesialtilpasset ulike avdelinger og ledergrupper gjennom året.

Visste du at ...

REMA 1000 har sitt eget senter for trening og kultur? I Oppdal ligger LadeVollen, som er et samlingspunkt for undervisningen til REMA-skolen.



VERDISKOLEN

Reitangruppens Verdiskole er en intern lederskole der bevisstgjøring, utforskning og trening på vår filosofi og verdibasert ledelse står sentralt. Verdiskolen holder til i Soknedal på Odd Reitans barndomsgård og inviterer til egenutvikling, nettverksbygging og utveksling av kompetanse og ideer på tvers av forretningsområdene i Reitangruppen.

På Verdiskolen møter deltakerne Colonialmajor Odd Reitan og andre inspirerende ledere fra Reitangruppen. I tillegg har vi knyttet til oss ulike fagmiljøer innen akademien, ledelse og personlig utvikling, blant annet NTNU.

Innholdet i Verdiskolen bygger på vår filosofi og vårt verdigrunnlag og skal sikre at ledere i Reitangruppen utvikler seg selv og selskapet gjennom verdibasert lederskap.

Årets talent

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

– Å BYGGE GODE VERDIER OG HOLDNINGER ER VIKTIG FOR Å LYKKES

Aleksander ble uteksaminert fra Talentprogrammet i 2018 og gjorde seg bemerket blant både medtalenter og forelesere. Årets Talent blir beskrevet som en person som lærer fort og alltid ser løsninger. I dag er han Kjøpmann på REMA 1000 Oseberg.

- Denne prisen deler jeg med både medtalenter og kolleger, jeg hadde ikke vært noe uten den hjelpen og motivasjonen jeg har fått fra alle rundt meg.

Aleksander hadde et sterkt ønske om å drive for seg selv. Det å kunne påvirke egen hverdag og arbeidsforholdene til de rundt seg var en sterk motivasjon for å søke på Talentprogrammet.

- Gjennom Talent har jeg fått en ballast og trygghet for oppgaven jeg har foran meg. Det har vært veldig nyttig.

Aleksander har lenge vist at han lever etter kuttisme og har gründerjelen i bunn. Allerede på gutterommet utviklet han egen bedrift som tilbyr mobilskjermer til private og bedrifter. For de som ønsker å bli Kjøpmann, har han følgende råd.

- REMA 1000 er et verdibasert selskap, og det å bygge gode verdier og holdninger er viktig for å lykkes.

Aleksander har vært helt uslåelig i år og er trekkes frem av medstudentene som den Kjøpmannen de tror vil lykkes best i fremtiden. Jeg er helt sikker på at vi kommer til å se mye bra fra Aleksander fremover

Eivind Hilling,
Kjøpmannstrener i REMA 1000.

”

Har du en drøm om å bli Kjøpmann?
Se mer om Talentprogrammet på REMA.no



Inkludering og mangfold

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

I REMA 1000 tror vi at ulike kulturer og egenskaper gjør oss rikere. Vi har gode erfaringer med å skape en arbeidsplass hvor integrering og mangfold står sterkt, og nærmere 80 prosent av våre Kjøpmenn har gitt jobbmuligheter til mennesker som står på utsiden av arbeidslivet.

Som dagligvarekjede er vi bevisst vår rolle som en aktør som kan bidra til å redusere utenforskapet i samfunnet. **Våre Kjøpmenn gir muligheter gjennom arbeidstiltak i regi av blant annet NAV, Pøbelprosjektet og språkopplæring.** Videre har vi god erfaring med å gi fast jobb etter endt praksisperiode, og hele seks av ti Kjøpmenn har ansatte som tidligere har vært på tiltak.

For å forsterke mangfoldet i virksomheten skjer alle ansettelser etter en vurdering av kompetanse og personlighet uavhengig av kjønn, alder, religion, legning eller etnisk opprinnelse. **Butikkvirksomheten bidrar spesielt til økt mangfold med ansatte fra over 70 nasjoner og god fordeling på både kjønn og alder.** I administrasjonen er det flere kvinner i mellom- og topplederstillinger og vi deltar i ulike profesjonelle nettverk som jobber med inkludering og mangfold på arbeidsplassen.

Visste du at ...

700 000 mennesker i Norge lever i utenforskap, og at hele 120 000 mennesker mellom 20 og 29 år står utenfor arbeid og utdanning?



Fafo-rapport om inkludering i REMA 1000

I samarbeid med Fafo har vi kartlagt hvordan vi jobber med inkludering, og på hvilke områder vi kan bli bedre. Rapporten ble offentliggjort i 2018 og er tilgjengelig på nettsidene til Fafo.

Ansetter kun de som ikke får jobb andre steder

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

– MENNESKER ER MENNESKER, UANSETT HVOR DE KOMMER FRA

På REMA 1000 Torggata er det ikke bare nasjonalitet som bidrar til mangfold, men også det faktum at alle bærer hver sin unike historie, enten det dreier seg om fysiske eller psykiske utfordringer, språkvansker, kriminell bakgrunn eller manglende utdanning.

Som 11-åring startet David Adampour karrieren som flaskegutt hos sin lokale REMA-butikk. Da han fylte 21 ble han en av våre yngste Kjøpmenn, og året etter tok han over REMA 1000 Torggata.

David brenner for å hjelpe mennesker og ser det som naturlig at han som selvstendig næringdrivende gjør sitt for å hjelpe de som faller utenfor.

– Mennesker er mennesker, uansett hvor de kommer fra. For meg er det viktig å ikke bare se de for hvem de er i dag, men for hva de kan bli. For meg er det enkelt – jeg ansetter kun de som ikke får jobb andre steder.

David sine unike lederstil har fått oppmerksomhet langt utenfor REMA 1000. Han har deltatt i flere TV-program og blitt trukket frem av NAV som en av de i Norge som gir flest praksismedarbeidere fast jobb etter endt praksisperiode. **I 2018 ble David kåret til «Årets Osloborger» av Aftenpostens lesere for sitt arbeid med inkludering i arbeidslivet.**

David mener ulike kulturer og egenskaper er en stor fordel i møtet med kundene. Han trekker

frem at et fargerikt fellesskap skaper et godt arbeidsmiljø der man utfyller og lærer av hverandre.

– Vi har medarbeidere med Asperger og Tourettes, folk som har slitt med depresjon, vært borti rus eller kriminalitet eller har fysiske handikap. De er kjempeflinke alle sammen. **Mitt budskap er at dette er mennesker som er ressurser. Det handler bare om å gi dem en mulighet.**

For meg handler det om å se folk for hva de kan bli. For å jobbe i denne butikken må du være annerledes. Det er det eneste jeg krever.



Språkopplæring og tilrettelegging

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

SPRÅKOPPLÆRING GJENNOM 20 ÅR

I Telemark har Atle på REMA 1000 Seljord de siste tjue årene hjulpet et stort antall flyktninger ved å drive språkopplæring i butikken. Kjøpmannen mener språket er den største barrieren for flyktninger og asylsøkere, men at det også er der integreringen starter.

— En inngang i språket er det aller viktigste, og da trenger du en praktisk knagg å henge det på. Da hjelper det å være ute i arbeid hvor du hele tiden møter nye mennesker og du får praktisert det du

lærer på skolen. Her har jeg som Kjøpmann en mulighet til å bidra, og det synes jeg er givende.



I 2016 mottok Bringsås REMA 1000 sin ansvarspris for innsatsen han har gjort for integrering i sitt lokalsamfunn.



TILRETTELEGGING GIR MULIGHETER

På REMA 1000 Skistua i Narvik har mennesker med behov for ekstra tilrettelegging fått muligheter hos Kjøpmann Øystein. En av dem er Bård Harald, som har vært ansatt hos Øystein i snart 20 år.

— Bård har hatt en rivende utvikling fra å være en vanlig ansatt til å bli en nøkkelperson i butikken. I REMA 1000 setter vi menneskene i sentrum. Regionsledelsen har sett oss og heiet på initiativet siden starten. Det har gjort det enklere for meg å kunne tilby vanskeligstilte en mulighet.

Den gode erfaringen ved å ansette Bård har gitt Øystein lyst, erfaring og kunnskap til å hjelpe flere. I dag samarbeider han blant annet med NAV og andre aktører.

— Dette er mennesker som trenger litt mer oppfølging, men når de opplever mestring blir lykken og gleden mange ganger større. De blir dine mest lojale medarbeidere. Mennesker med ulike forutsetninger gir en varmere arbeidsplass og et bedre arbeidsmiljø.

I 2017 fikk Øystein REMA 1000 sin ansvarspris for sitt mangeårige engasjement for å hjelpe mennesker med utfordringer inn i arbeid.

Kortreist mat fra lokale bedrifter

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral



LOKALE VARER OVER HELE NORGE

Som dagligvareaktør bidrar REMA 1000 til utvikling av lokalsamfunn i hele Norge. Sentralt i dette står over 640 selvstendige Kjøpmenn som tilbyr lokale varer, skaper arbeidsplasser og bidrar til lokale engasjement i sitt lokalsamfunn.

REMA 1000 skal ha et godt valgt utvalg av lokale varer. Det innebærer at vi bidrar til at hjørnesteinsbedrifter over hele landet får omsatt varene sine og kan satse på lokal produksjon.

I alle våre 12 regioner er vi en stor tilbyder av lokal mat. En av regionen som har satset mest på dette er Midt-Norge. Lokale varer er høyt etterspurt blant trøndere, og våre butikker i Trøndelag er blant de som selger definitivt mest lokalmat i REMA 1000.

Gjennom flere år har regionen jobbet med å øke tilbudet gjennom godt samarbeid med lokale leverandører. Fra hele Midt-Norges kjøkkenhage, Frosta, leveres grønnsaker og perlepotet samt nysatsningen innenfor vegetar – Grønne Folk. En annen satsning er Røroskjøtt, som i 2018 hadde en vekst på 40 prosent i våre butikker i Trøndelag.

REMA 1000 RØROS SATSER PÅ LOKALMAT

Godt utvalg av lokale produkter er en del av suksessoppskriften til **Nils Martin, Kjøpmann ved REMA 1000 Røros**. I 2016 nådde han målet om å omsette for over enn 100 millioner årlig, noe som er imponerende i en kommune med litt over 5000 innbyggere.



Nils Martin ønsker å tilby kundene sine et godt utvalg lokalmat. Derfor samarbeider han med en rekke lokale produsenter og sørger for at det skal være enkelt å finne frem og bli inspirert når man er innom butikken.

- Jeg mener at lokalmat selges best lokalt, og mitt mål er å bli kjent som butikken med størst utvalg av lokale produkter. Vi samarbeider blant annet med lokale produsenter som Stensaasen, Røroskjøtt og Rørosrein og tilbyr is fra Galåvolden gård gjennom hele året.



Støtte til lokalsamfunnet

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

– Å BLI MED SOM HEIAGJENG PÅ NORWAY CUP FOR DET LOKALE FOTBALLAGET GJØR AT JEG BLIR BEDRE KJENT MED KUNDENE MINE

Mange Kjøpmenn i REMA 1000 bidrar til lokale organisasjoner i sitt lokalsamfunn. En av dem er Kalle ved REMA 1000 Bremnes.

- Som en stor aktør er det viktig for meg at vi er med og bidrar positivt i lokalmiljøet. Mitt største sponsorat er Bremnes IL, en klubb mange i mitt lokalsamfunn har en tilknytning til.

Fotballgruppen i Bremnes IL deltar ofte i Norway Cup og som fotballinteressert blir Kalle gjerne med i delegasjonen som tar turen til Ekebergsletta.

- Å bli med som heiagjeng på Norway Cup gir meg en ypperlig mulighet til å bidra for klubben og ikke minst treffe kundene mine i en annen setting enn jeg normalt gjør. Jeg synes det er gøy og tror det bidrar til at vi fremstår positive og offensive i lokalmiljøet.

Kalle forteller at kundene er positive til bidraget og at han får mange gode tilbakemeldinger.

- Det viktigste jeg gjør er å sponse julekurver med god mat og drikke til de som sliter mest i lokalsamfunnet, i samarbeid med Frivillighets sentralen og Røde Kors på Bømlo.



Vi holder høy forretningsmoral

Arbeidsliv / Inkludering og mangfold / Lokalsamfunn / Høy forretningsmoral

ANTI KORRUPSJON

REMA 1000 har nulltoleranse for korrupsjon. Våre krav og retningslinjer dekkes i punkt 12 i vår code of conduct som alle leverandører må slutte seg til. Videre har vi opprettet et e-læringsprogram som øker kjennskapen til våre retningslinjer og gjør ansatte bedre rustet til å møte situasjoner som kan være vanskelig å håndtere. Dette treningsløpet er obligatorisk for alle ansatte og inneholder også informasjon om vår varslingskanal.

PERSONVERN

I REMA 1000 er et av våre verdigrunnlag å holde en høy forretningsmoral. Det innebærer blant annet at alle kunder, ansatte og andre interessenter kan føle seg trygge på at vi verner om deres personopplysninger og at disse behandles på en korrekt måte. Man skal føle seg trygg på at vi behandler opplysninger med respekt og at denne informasjonen ikke misbrukes - verken av oss eller av andre. I henhold til GDPR har vi rutiner for forvaltning, innsyn, sletting og dataportabilitet. Alle ansatte må gjennomføre e-læring i datahåndtering og personvern, og informasjon er tilgjengelig for kunder og andre interessenter på rema.no.



HJELPER RUSAVHENGIGE TILBAKE TIL LIVET

Det startet med en enkel tanke; hva med å vise at rusavhengige kan være en like stor ressurs som alle andre? Veien Ut hjelper rusavhengige til å leve et varig rusfritt liv ved å benytte naturen som arena for trening og gode opplevelser.

Gjennom en tre måneder lang ekspedisjon fra Femund til Svalbard hjelpes deltagerne til et varig rusfritt liv. Turen er svært krevende og et sterkt fellesskap, mot, styrke og mengder med vilje er avgjørende. Metoden gir resultater og siden vi startet samarbeidet i 2014 har 40 mennesker kommet seg ut av rus.

Som hovedsamarbeidspartner støtter vi Veien Ut sitt arbeid og ekspedisjoner samt tilbyr arbeidspraksis til deltagere som har blitt rusfri som en del av ettervernet.



LIKESTILLING

Dagligvarebransjen i Norge er generelt sett mannsdominert på ledernivå. Utviklingsprogram og personlige utviklingsplaner skal fremme kvinners muligheter til å avansere innad i selskapet.

Fleksible arbeidstider, hjemmekontorløsninger og muligheter for utvidet permisjon skal fremme både kvinner og menns muligheter til å kombinere karriere og familieliv. REMA 1000 har

et eget program for ledertraineer hvor unge nyutdannede mennesker rekrutteres inn og får store muligheter til å utfordre seg både menneskelig og faglig.

Arbeidsliv

MENNESKER OG MANGFOLD

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
401-1	Endringer i arbeidsstokken - Nyansettelser - Fratredelse	Antall ¹	6307 3771	6564 4796
404-3	Andel ansatte omfattet av rutiner for regelmessig medarbeidersamtale	Prosent	100	100
405-1	Mangfold blant ledere - Ledere alle nivåer - Kvinnelig ledere - Ledere under 30 år - Ledere 30-50 år - Ledere over 50 år - Ledere konsernledelse - Kvinner i konsernledelse - Ledere på konsern og selskapsnivå - Kvinnelige ledere på konsern og selskapsnivå	Antall ²	226 78 11 167 48 9 3 176 63	-
403-10	Sykefravær ³	Prosent	3,1	3,2

¹ Antallet inkluderer ansatte i butikk og administrasjon samt alle selskapets underselskaper

² Ledere er her definert som ansatte i administrasjon i REMA 1000 Norge med fagansvar /og eller personalansvar samt ledende stillinger. Antallet inkluderer ikke ansatte i butikk.

³ Gjelder sykefravær i administrasjonen.

Arbeidsliv

HØY FORRETNINGSMORAL

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
205-3	Formelle klager og saker knyttet til korrupsjonsregelverk	Antall	0	0
206-1	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for konkurranserett	Antall	1	0
418-1	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for personvern	Antall	0	1
Egen	Brudd på GDPR	Antall	0	0
205-2	Ansatte som har gjennomført opplæring i antikorrupsjon	Antall	9993	-
415-1	Bidrag til politiske interesseorganisasjoner	Mill. NOK	0	0
417-3	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for markedsføring	Antall	1	1



ANSVARLIG HANDEL

REMA 1000 tar ansvar i verdikjeden

Viktigste resultater i 2018



BEDRET
DYREVELFERDEN
FOR **30%**
AV KYLLINGEN
I NORGE VED
BYTTE TIL
KYLINGGRASEN
HUBBARD



KUN
SERTIFISERT
KAFFE FRA
KJELDSBERG

UTZ og Fairtrade
på flere egne
merkevarer

500
LEVERANDØRER
FRA 30 LAND



ÅPNING AV SKOLE
OG SYKESTUE I
KENYA GJENNOM
ANSVARSGROEN

Ansvarlig handel

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

At varene vi kjøper holder høye standarder for arbeidsforhold og miljøhensyn er en sentral del av vårt ansvar. I REMA 1000 skal vi ha profesjonelle og dyktige leverandører som holder en høy standard når det gjelder kvalitet, ansvarlighet og arbeidsforhold.

Høy forretningsmoral har vært et av våre verdigrunnlag siden den første butikken åpnet i 1979. I begynnelsen handlet dette blant annet om at Kjøpmenn ikke skulle holde fingeren på vekten ved veiing og at vi ikke skulle lure noen – verken kunder eller leverandører. I dag handler høy forretningsmoral vel så mye om **hvem vi kjøper varer av, hvordan de blir produsert, hva de inneholder og om de blir produsert under verdige og lovlige forhold.**

I 2018 handlet vi varer fra nærmere 500 leverandører i over 30 land. Mange av disse varene produseres i land med høy risiko for korrupsjon, uverdige arbeidsforhold og manglende organisasjonsfrihet. Risikokartlegging, aktsomhetsvurderinger og oppfølging av våre leverandører er derfor et kontinuerlig og viktig arbeid.



Vi vil samarbeide med leverandører som er proaktive på ansvarlig handel. Det gjelder særlig fokus på arbeidsforhold, respekt for arbeidstakers rettigheter og ivaretagelse av god dyrevelferd og miljøutfordringer.

Ole Robert Reitan,
administrerende direktør i REMA 1000 AS

”



Gjennom vårt arbeid med ansvarlig handel bidrar vi til FNs bærekraftsmål 8, 10 og 12.

Utvikling i 2018

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

I 2018 hadde vi som tidligere år et kontinuerlig fokus på å følge opp og identifisere risiko på utsatte råvarer, land og produsenter.

I 2018 ble samtlige innkjøpsland kartlagt i henhold til risiko for korrupsjon, organisasjonsfrihet, barnarbeid, tvangsarbeid, diskriminering og minimumslønn. Videre har vi besøkt 22 ulike produksjonssteder i Norge, Europa og Sør-Amerika der oppfølging av våre etiske retningslinjer står sentralt.

I matindustrien er primærnæringen spesielt utfordrende. Sesongbasert produksjon er vanlig, og kortvarige arbeidskontrakter og uklare arbeidsforhold er derfor gjennomgående utfordringer. I 2018 har vi derfor prioritert å besøke leverandører som er spesielt utsatt for dette. Blant annet har vi besøkt leverandører av bananer og ananas i Costa Rica og tomater i Italia. Revisjonene ble foretatt under innhøstingsperioden og ingen avvik ble registrert.

I 2018 har det vært stort fokus på risikovurderinger. Vi er blant annet engasjert i et nyetablert nettverk hvor bransjen sammen diskuterer og fokuserer på risiko. Videre har vi sammen med bransjennettverket i Etisk Handel Norge gjennomført en aktsomhetsvurdering av råvaren cashewnøtter.

Vi har også etablert og gjennomført et kontrollprogram for bruk av pesticider. Dette vil fremover gjennomføres årlig. Som tidligere år har vi fokusert på sertifisering av flere egne merkevarer med sertifiseringer som ASC, MSC, Fairtrade, UTZ, Svanemerket, Debiomerket og Rainforest Alliance.

Våre etiske retningslinjer (Code of Conduct) ble i 2018 gjennomgått og oppdatert i samarbeid med REMA 1000 Danmark. Det er også utarbeidet en tilhørende veileder. Målet med dette har vært å gjøre temaet og våre retningslinjer mer forståelig for leverandørene. Etisk Handel Norge har bidratt i dette arbeidet. Videre har alle nyansatte i funksjoner knyttet til produktansvar og innkjøp fått opplæring etter gjeldende plan.

Generelt opplever vi at våre leverandører har økende kompetanse og er kjent med hvilke forventninger det forventes at de tar tak i. Stadig flere leverandører har ulike sertifiseringsordninger på plass, herunder GFSI-sertifiseringer, ISO 14001, SA 8000 og Sedex-medlemskap.

I 2018 HANDLET VI
VARER FRA
NÆRMERE 500
LEVERANDØRER I
30 LAND. VI BRUKER
MYE RESSURSER
PÅ Å VURDERE
OG FØLGE OPP
FORHOLDENE I DISSE
LANDENE.

Veien videre

I 2019 introduserer vi et nytt leverandørstyringssystem der ansvarlig handel står sentralt. I dette systemet vil leverandører måtte gjøre en egen vurdering av sitt arbeid med ansvarlig handel og laste opp relevante dokumenter. Målet er at dette skal gi oss en bedre screening av leverandører tidlig i prosessen og gjøre det enklere å kunne følge opp deres arbeid med ansvarlig handel.

For tettere oppfølging vil vi i tiden fremover ha fokus på å tilknytte flere leverandører og råvareprodusenter til Sedex. Videre må alle eksisterende leverandører være sertifisert i henhold til standarder fra GFSI (The Global Food Safety Initiative) eller BRC Global Standards innen utgangen av 2019. Utenlandske leverandører må allerede tilfredsstille dette kravet for å bli leverandør. Vi målsetter at alle våre agenter skal være GFSI-sertifisert innen 2021.

De største agentene våre har som krav at de må være sertifisert innen BRC Agents and Brokers innen 2020. Som en følge av dette vil kravene om å følge opp retningslinjene med underleverandører bli strengere. Dette reduserer risikoen for at vi ikke har like stort innsyn nedover i verdikjeden. Videre har vi et mål om å øke andel sertifiserte varer, da spesielt hva gjelder råvarer eller land som er særlig utsatt for risiko knyttet til miljø og arbeidsforhold.

Revisjoner gir trygghet

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Visste du at en banan vokser i ni måneder og finnes i mange ulike sorter? Det er noe av det vi lærte da vi besøkte bananplantasjer i Costa Rica.

Sammen med vår leverandør Bama var vi i 2018 på besøk på Doles banan- og ananasplantasjer. På fagspråket kalles dette et verifikasjonsbesøk der målet er å følge opp arbeidet leverandøren gjør for å sikre oss varer av høy kvalitet som er produsert på en ansvarlig måte.

Kvalitetsdirektør Martina Rabsch kan fortelle at vi i REMA 1000 selger nesten 19 000 tonn bananer i året. Det er en av de varene nordmenn putter flest av i kurven, og det er derfor viktig at vi får en forståelse for produksjonen og hvordan leverandøren jobber.

– **Formålet med denne turen var å få økt innsikt og kunnskap om produksjonen og hvordan leverandøren forvalter miljøet og de ansattes rettigheter. Dette er forhold vi ønsker å lære mer om på alle besøk og revisjoner, men det er kanskje spesielt viktig på en råvare som banan som det kan være knyttet utfordringer til, sier Rabsch.**

Banansorten som selges i REMA 1000 heter Cavendish og er den vanligste sorten på verdensbasis. Bananplanter er en tropisk plante som setter rotskudd, noe som betyr at planten forflytter seg litt hvert eneste år. En banan trenger 9 måneder før den kan høstes, og i denne perioden blir den kontrollert kontinuerlig, beskåret, pakket inn i plast for å unngå plantesykdom og bundet opp. Alt dette gjøres manuelt på plantasjene til Dole. Det etterlatte inntrykket er at kvalitet tar tid og krever håndarbeid – gjennom hele året.

Hva gjelder miljøpåvirkningen er spesielt vannforbruk og bruk av sprøytemidler viktig for oss å undersøke. Martina kan fortelle at leverandørene har gode rutiner på plass.

– **En bananplante trekker til seg rundt 30 liter vann om dagen, noe som krever kontinuerlig vanning i tørre perioder. Videre sprayes bananplantasjene ukentlig med godkjente plantevernmidler.** Dette foregår via fly for å skjerme de ansatte og kunne påføre midlene med større presisjon. Ved ytterkanten av plantasjene og i nærheten av vann og boliger benyttes tankbiler. Vårt inntrykk er at fokus på minimal skade og godt vern står sterkt på plantasjene.

Når bananen er klar deles den opp og vaskes lett før den sorteres og pakkes for sending. For å holde på holdbarheten hele reiseveien er de grønne når de ankommer Oslo med båt. De modnes deretter en drøy uke før de sendes ut til butikker over hele landet. I butikkene handler det om å sørge for at produktet holder seg godt slik at vi unngår svinn.

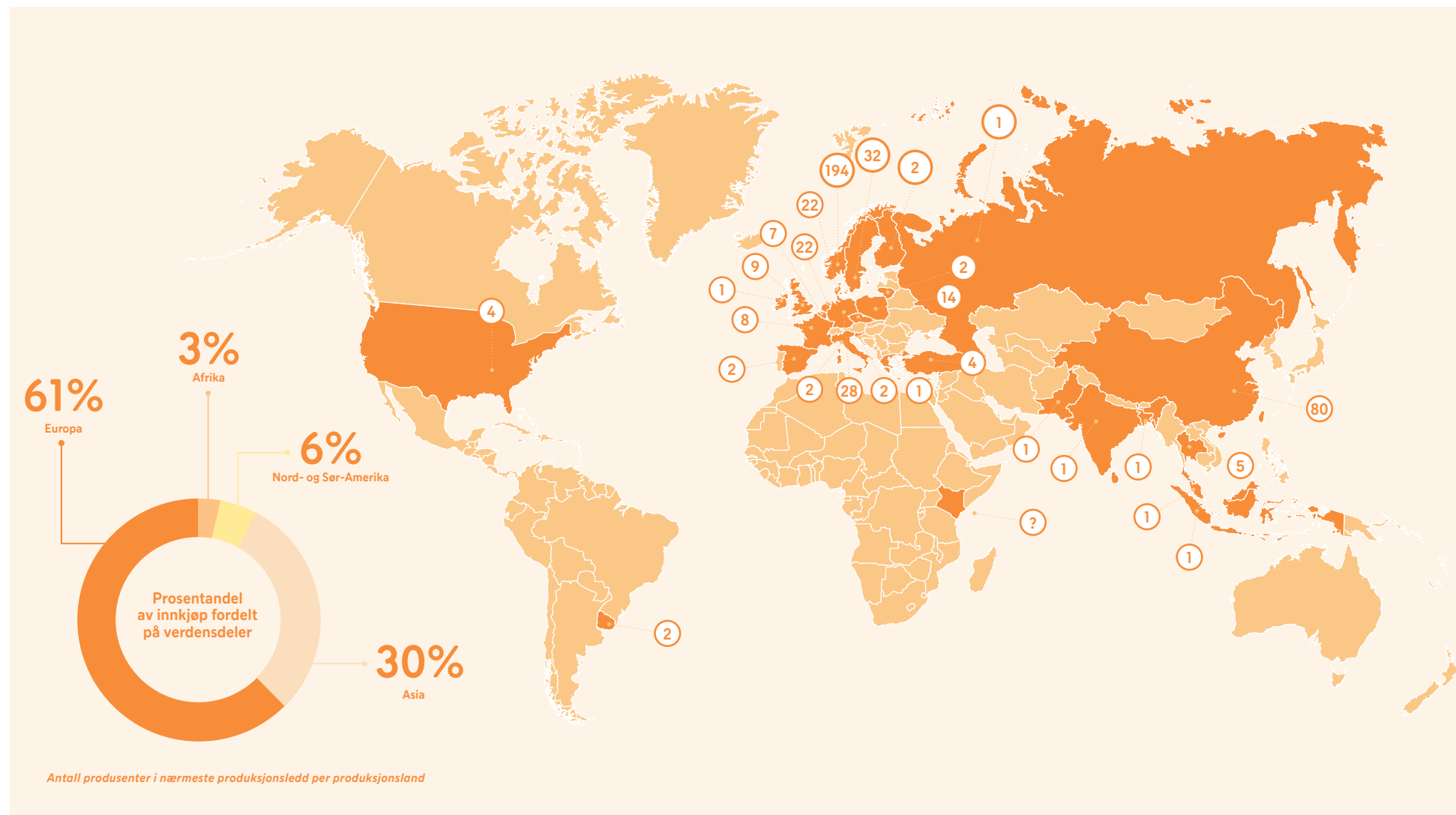
– Bananen er en tropisk plante og trenger mye fuktighet. Det er derfor lurt å spraye de med vann jevnlig for å øke holdbarheten og dermed redusere svinn, avslutter Martina.

BESØKET I COSTA RICA BLE GJENNOMFØRT I APRIL 2018. DET BLE IKKE FUNNET AVVIK I HENHOLD TIL VÅRE ETISKE RETNINGSLINJER.



Hvor kommer varene våre fra?

Ansvarlig handel / Dyrevelferd



Vårt arbeid med ansvarlig handel

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Risikokartlegging og aktsomhetsvurdering

Kartlegging av risiko er en sentral del av vårt arbeid med ansvarlig handel og vi risikovurderer både råvarer og land. Forholdene som er mest utsatt for brudd er lange arbeidsdager og overtidsarbeid, lave lønninger, HMS, manglende organisasjonsfrihet, diskriminering, barnearbeid og tvangsarbeid. Dette står derfor sentralt i risikovurderingen. Videre har vi et økt fokus på miljøutfordringer som vannforbruk, lokale utslipp og bruk av pesticider.

I matproduksjon er det en utfordring at leverandørkjedene ofte er komplekse. Underleverandører og råvareprodusenter er utbredt. Dette er også spesielt utfordrende innenfor non food-produkter. Videre er det begrenset med informasjon fra produsenter der vi kjøper små volumer eller handelen foregår via agenter. Råvarer som handles på børs er også en utfordring da dette er et særlig uoversiktlig marked. Videre opplever vi matjuks som et økende globalt problem og vi har derfor inkludert dette som et punkt i vår risikovurdering.

Leverandøroppfølging og revisjoner

Vårt hovedfokus er å ha tett dialog med leverandørene for å sikre at de har forståelse for og etterlever våre etiske retningslinjer og øvrige krav som fremkommer i vår rammeavtale. Etterlevelse av retningslinjene gjelder også eventuelle underleverandører en produsent eller leverandør måtte benytte.

Alle leverandører skal tilslutte seg våre etiske retningslinjer, og vi stiller krav til alle leverandører om å videreformidle våre retnings-

linjer til underleverandører som inngår i verdikjeden. Dersom dette er en agent, stiller vi krav om at retningslinjene skal gjennomgås av agenten med deres underleverandører. Leverandører fra land utenfor Vest-Europa skal i tillegg være medlem av Sedex. Alternativt kan et BSCI-medlemskap være dekkende i bransjer hvor denne standarden er mest utbredt, eksempelvis tekstil.

Videre gjennomfører vi leverandørbesøk der vi følger opp risikoutsatte land og råvarer. Hensikten med dette er å sikre etterlevelse av våre etiske retningslinjer samt krav innen kvalitet, HMS og miljø. Da vi er opptatt av langsiktige samarbeid som bidrar til endring, vil vi ved registrering av mindre alvorlige avvik gi virksomheten en mulighet til å korrigere påpekte funn innen en gitt tidsfrist.

Kommunikasjon og opplæring

Ansvarlig handel er en viktig del av den interne opplæringen i REMA 1000. Som en del av opplæringsplanen får alle nyansatte med ansvar for innkjøp og kategori en innføring i hvordan vi jobber med dette og kravene vi stiller til våre leverandører.

Videre gjennomfører alle nyansatte et grunnleggende kurs i regi av Etisk Handel Norge. Vi stiller som krav at alle med ansvar for varer og innkjøp skal delta på en nasjonal og en internasjonal revisjon med fokus på etisk handel årlig.

For videreutdanning vurderer vi kontinuerlig hvem som skal sendes på videregående kurs basert på organisasjonens behov og den gitte risikovurderingen.

Vår generelle tilnærming er å tilstrebe gode og langsiktige samarbeidsavtaler. I et langsiktig innkjøpsarbeid er tillit noe som bygges over tid og vår tilnærming er å sikre forbedring gjennom langsiktig samarbeid og dialog, fremfor å si opp avtaler med leverandører med mangler.

Christina Fuglesang, importsjef i REMA 1000

”

KILDER FOR RISIKOKARTLEGGING

For å vurdere risiko knyttet til menneskerettigheter og miljø benytter vi et bredt utvalg kilder. Utvalget er blant annet basert på anbefalinger fra Etisk Handel Norge.

US Department of State: årlig rapport om menneskerettighetspraksis i alle land, med unntak av USA. Rapporten utarbeides av det amerikanske utenriksdepartementet.

International Trade Union Confederation (ITUC Global Rights Index): en sammenslutning av nasjonale fagforeninger med medlemsorganisasjoner i 135 land.

Transparency International Corruption Perception Index: rangerer land etter hvor korrump landets offentlige sektor oppfattes å være.

Child labour/List of goods: risikovurdering for bruk av barnearbeid.

Wageindikator.org: kartlegger minstelønn og lønnsnivå i ulike land og sektorer.

The Global Gender Gap Report: rapporten fra World Economic Forum kartlegger likestilling i henhold til blant annet økonomi, utdanning og politiske rettigheter.

EPI Environmental Performance Indicator: kartlegger 180 land på tvers av ti problemkategorier som dekker miljø- og økosystem.

Medlem av Etisk Handel Norge

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Etisk Handel Norge er landets største nettverk av bedrifter, organisasjoner og offentlige virksomheter som jobber forpliktende og systematisk for å sikre bærekraftige leverandørkjeder.

Dette innebærer å sørge for at internasjonal handel ivaretar menneske- og arbeidstakerrettigheter, bærekraftig utvikling og forsvarlig miljøhåndtering. **Som konsernmedlem rapporterer vi årlig om vårt arbeid med ansvarlig handel. Vi deltar også i ulike fora der utfordringer i bransjen diskuteres samt benytter oss av deres kurs og ressurser.**

Bransjeprosjekter

I regi av Etisk Handel Norge har bransjen jobbet sammen om to konkrete prosjekter der målet er å sikre ansvarlig produksjon av risikoutsatte råvarer.

I flere år har vi jobbet for å sikre gode arbeidsforhold for tomatbønder i Italia. Arbeidet startet som et Due Diligence-prosjekt hvor vi har jobbet oss opp til myndighetsnivå og fått gjennomslag for flere tiltak for å bedre arbeidsvilkårene.

En annen kritisk råvare er cashewnøtter der det er etablert et Due Diligence-prosjekt som skal gå over flere år. I tillegg til Etisk Handel Norge og bransjen er også UTZ og Fairtrade med i dette arbeidet.



RISIKOUTSATTE RÅVARER

Risikokartlegging er en sentral del av vårt arbeid med ansvarlig handel. Vi risikovurderer både land og råvarer og er spesielt opptatt av forholdene som er mest utsatt. Dette inkluderer blant annet lange arbeidsdager og overtidarbeid, lave lønninger, manglende organisasjonsfrihet, diskriminering, barnearbeid og tvangsarbeid. Videre ser vi på miljøutfordringer som vannforbruk, lokaleutslipp og bruk av pesticider.

VI HAR DEFINERT FØLGENDE RÅVARER SOM SPESIELT UTSATT:

- Kaffe
- Kakao
- Tomater
- Cashewnøtter
- Tunfisk
- Scampi
- Kokosnøtt
- Oliven

Risikoreduserende tiltak er blant annet tett dialog, risikoanalyser, leverandørvurderinger, leverandørbesøk og interessentdialog.

Ansvarsroser

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Siden 2016 har vi solgt ansvarsroser i alle våre butikker. For hver solgte bukkett gir vi et bidrag til utviklingsprosjekter i lokalsamfunnet rundt rosefarmene i Kenya.

Vi samler årlig inn rundt 2 millioner kroner og er opptatt av at pengene skal gå til varige og bærekraftige prosjekter som gjør en forskjell for roseprodusentenes ansatte og lokalbefolkningen i områdene hvor rosene produseres.

Sammen med lokale myndigheter, organisasjoner og rosefarmene ser vi på potensielle prosjekter som omfatter forbedringer innen miljø, helse og utdanning.

Målet er at prosjektene skal tilføre de ansatte og lokalbefolkningen en bedre arbeids- og livssituasjon. Hvert prosjekt vurderes og

planlegges etter lokale behov, og prioriteringer settes i tett samarbeid og dialog med målgruppen og sentrale myndigheter. Det er krav til at prosjektene skal ha en åpen og bærekraftig verdikjede. I 2018 var vi godt i gang med å bygge skole og sykestue i Kenya.

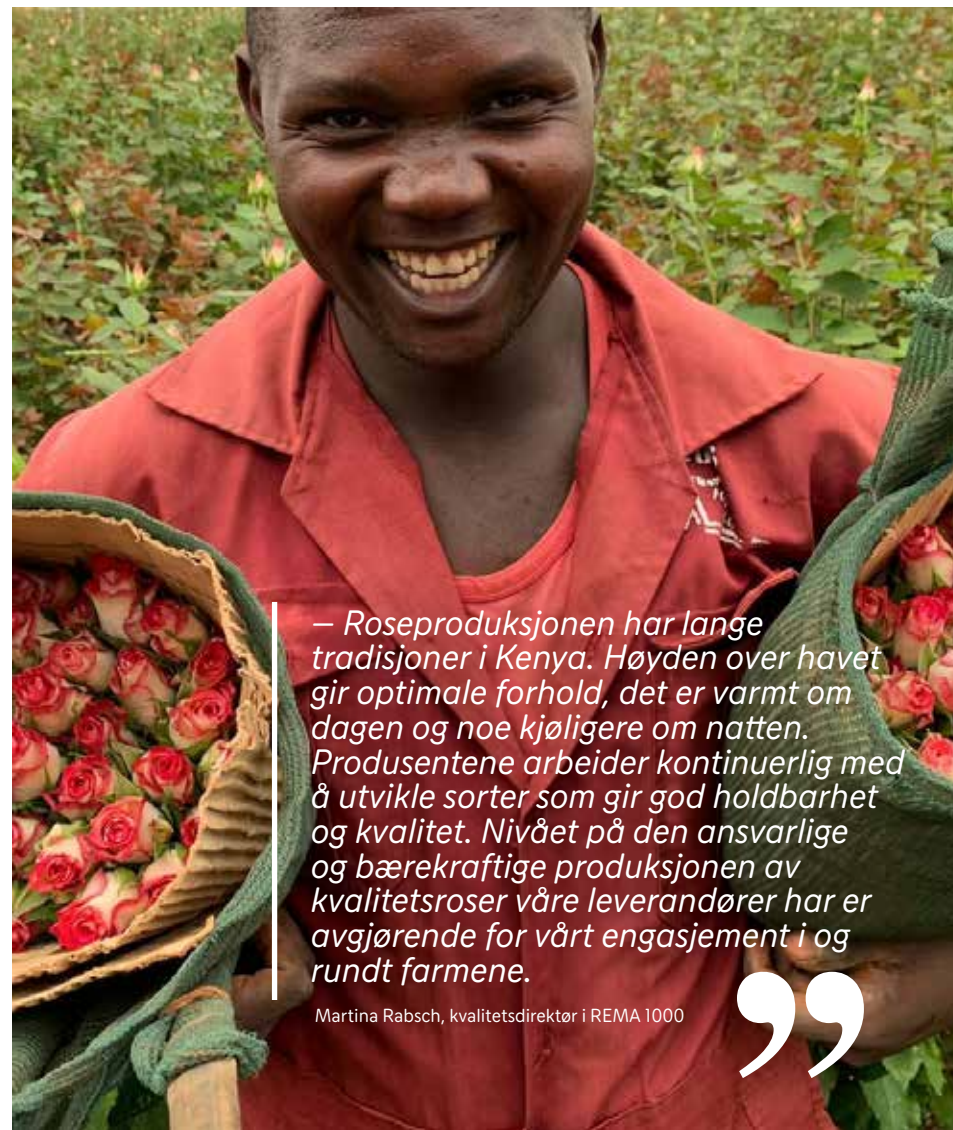
– Vi mener dette er fremtidens måte å støtte lokalsamfunn i utviklingsland på. Ved å sikre at farmene er godt rustet både økonomisk og arbeidsforholdsmessig blir lokalsamfunnet levedyktige i lang tid. Det gir familiene en stabil inntekt, samtidig som skoler og andre infrastrukturelle tiltak bygges opp.

Kaia Andresen,
sjef for samfunnsansvar i REMA 1000

”



Åpning av spesialskole på rosefarmen Mount Elgon.



– Roseproduksjonen har lange tradisjoner i Kenya. Høyden over havet gir optimale forhold, det er varmt om dagen og noe kjøligere om natten. Produsentene arbeider kontinuerlig med å utvikle sorter som gir god holdbarhet og kvalitet. Nivået på den ansvarlige og bærekraftige produksjonen av kvalitetsroser våre leverandører har er avgjørende for vårt engasjement i og rundt farmene.

Martina Rabsch, kvalitetsdirektør i REMA 1000

”

Sertifiseringer som gir trygghet

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Som et ledd i å tilby kundene våre produkter som er ansvarlig produsert står sertifiseringer sentralt. Vi etterstreber spesielt å øke andelen på særlig utsatte varer med høy risiko hva gjelder miljø- og arbeidsforhold. Videre anmoder vi om sertifiseringer som ISO 9000 og ISO 14001. For matvarer stilles det også krav til leverandørene om GFSI-sertifisering (The Global Food Safety Initiative), eksempelvis BRC Global Standards.



UTZ

UTZ Certified er en merkeordning og et program for bærekraftig jordbruk som ble lansert i 2002. UTZ betyr "god" på mayaspråk, og gjennom programmet lærer bøndene å dyrke frem bedre avlinger, generere høyere inntekter og skape bedre muligheter, samtidig som miljøet ivaretas og jordens naturressurser sikres. UTZ er per 2018 i en prosess med å slå seg sammen med Rainforest Alliance. I REMA 1000 har vi sertifisert blant annet kaffe, kakao og sjokolade av egen merkevare med UTZ.



FAIRTRADE

Fairtrade er en internasjonal merkeordning som sikrer bedre arbeidsforhold og handelsbetingelser for bønder og arbeidere i utviklingsland. Ved å være Fairtrade-sertifisert får råvareprodusentene en garantert minstepris for varen de selger, noe som gir en mulighet for at de kan investere i produksjon, lokalsamfunn og en bærekraftig framtid. I REMA 1000 har vi sertifisert blant annet kaffe og te av egen merkevare med Fairtrade.



KAFFEFOND SOM GIR TILBAKE

Sammen med kaffe-leverandøren KAFFA har Kolonihagen etablert et kaffefond som gir tilbake til arbeiderne som produserer kaffen som selges hos REMA 1000.

For hver pose KAFFA selger til REMA 1000 settes 2 kroner inn i et kaffefond. Pengene skal i hovedsak betales direkte og uavkortet til arbeiderne som har jobbet med kaffen. Alternativt av lokale strukturer blir pengene brukt til sosiale tiltak som arbeidsgivere eller lokale myndigheter ikke ellers er forpliktet til.



Visste du at ...

Kolonihagens kaffe har full sporbarhet ned til nærmeste gårdsbruk? Dermed har vi full kontroll på hva vi selger og hvordan det er produsert.

KUN SERTIFISERT KAFFE

Kjeldsberg Kaffe er den eneste kaffeprodusenten i Norge som utelukkende produserer UTZ- eller Fairtrade-sertifisert kaffe.

Enkelte av produktene er også dobbeltsertifisert med Debiomerking. Sertifiseringene sikrer at kaffeproduksjonen foregår under kontrollerte forhold. I dette inngår blant annet at miljøet ivaretas på en bærekraftig måte, at arbeiderne er sikret en minstelønn og at barnearbeid er forbudt. Disse faktorene bidrar til å skape en tryggere hverdag for kaffebonden og en sikkerhet for kundene våre.

Visste du at ...

Kjeldsberg er et lokalt kaffebrenneri i Trondheim med lange tradisjoner og sterk lidenskap for kaffe? Med fokus på kvalitet, smak og gode råvarer har Kjeldsberg laget kaffe i seks generasjoner.



- Kaffe er en risikovare og vi betaler gjerne litt mer for å forsikre oss om at produktet vi selger kan nytes med den beste samvittighet. Våren 2015 ble Kjeldsberg 100% sertifisert. Det vil si at vi siden den gang har produsert utelukkende sertifisert kaffe som kommer fra godkjente kaffefarmer. Den største andelen av vårt produktsortiment er UTZ-sertifisert, mens vår Fairtrade-kaffe er dobbeltsertifisert gjennom Fairtrade og Debio.

Jan Erik Glimsholt,
administrerende direktør
i Kjeldsberg



God dyrevelferd

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Vi tror at dyr som vokser opp under gode forhold trives bedre og dermed gir oss kjøtt, melk og egg av en bedre kvalitet.

God dyrevelferd er et viktig tema for REMA 1000 og noe vi har jobbet med i mange år. For å bli leverandør til oss stiller vi en rekke krav samt forutsetter at man tilfredsstiller våre egne - og allmenne - retningslinjer - for dyrevelferd.

I 2018 gjennomførte vi et historisk løft for dyrevelferden i Norge gjennom bytte til kyllingrasen Hubbard. Dette har bidratt til at 30 prosent av kyllingene i Norge har det bedre.

Som første aktør sa vi i 2012 nei til buregg og siden da har vi utelukkende solgt egg fra frittgående eller økologiske høner. I dag er frittgående høner på vei til å bli en bransjestandard.

2018 fikk alle verpehøner som leverer egg til REMA 1000 miljøberikelser i fjøsene. Høner har stor utforskertrang og et naturlig behov for å rote i strø, hakke, skrape og lete etter mat. Dette er derfor et tiltak for å tilfredsstille hønas behov og løfte velferden hos verpehøner i Norge.

I 2018 lanserte vi også en produktserie av økologisk svin fra Kolonihagen der dyrevelferd har stått sentralt. Grisene har mer plass, får gå ute og får bedre før.



Vårt arbeid for bedre dyrevelferd bidrar vi til FNs bærekraftsmål 12.



REMA 1000 BIDRAR TIL NORGES FØRSTE MERKEORDNING FOR BEDRE DYREVELFERD

Siden 2016 har vi samarbeidet med Dyrevernalliansen med målet om å forbedre dyrevelferden i egen industri. Dette samarbeidet har blant annet ført til bytte av kyllingrase hos Norsk Kylling. I 2018 bidro vi til etableringen av Dyrevernmerket som gjør det lettere for forbrukere å velge produkter fra dyr som har hatt det bedre. Merket er tilgjengelig for alle aktører i matbransjen, og i første omgang er det lansert kriterier for kylling og storfe. For at det skal kunne utvikles kriterier for flere dyreslag vil vi vil også gi støtte i de første driftsårene. Den økonomiske forpliktelsen er på totalt 8,5 millioner kroner og strekker seg til 2020.

Vår dyrevelferdspolicy

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

For produkter fra dyr skal dyrenes velferd vies tilstrekkelig oppmerksomhet gjennom hele verdikjeden. Dyrevelferd skal vurderes i dyrets livsløp, fra avl til avlivning. Som et minimum skal nasjonal lovgivning og internasjonale anbefalinger overholdes, og beste praksis etterstrebes.

REMA 1000 skal ikke ...

- ... selge eller benytte pels fra dyr som er alet opp eller fanget vesentlig for pelsens skyld.
- ... selge eller benytte dun fra fjørfe som er levendeplukket eller brukt i produksjon av foie gras, og krever det samme av leverandøren.
- ... selge eller benytte ull fra sauer som har vært utsatt for mulesing, i egne merkevarer, og krever det samme av leverandøren.
- ... selge eller benytte ull fra angorakaniner, og krever det samme av leverandøren.
- ... selge egg fra burhøns.
- ... selge eller benytte foie gras.
- ... selge eller benytte produkter fra storferasen Belgian Blue.
- ... selge eller benytte gjøkalv.
- ... benytte dyreforsøk under fremstilling av egne merkevarer på kosmetikk- og husholdningsprodukter, og heller ikke gi andre i oppdrag å utføre det for seg. Det samme kreves av leverandøren.



Bedre dyrevelferd med ny kyllingrase

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Som første dagligvarekjede i Norge skiftet vi i 2018 kyllingrase hos vårt industri-selskap Norsk Kylling. Vi ønsket å bytte ut den hurtigvoksende industrikyllingen som er vanlig å produsere i Norge med en rase som vokste saktere og hadde en sunnere kroppsbygging.

Valget falt på Hubbard som lever 30 prosent lenger og vokser 20 prosent saktere og er vesentlig friskere, sunnere og mer aktiv. Ved bytte av kyllingrasen har vi bidratt til et betydelig dyrevelferdsloft for 30 prosent av kyllingene i Norge. Hubbard selges eksklusivt under merkevaren Solvinge i alle REMA 1000-butikker.

— REMA 1000 og Norsk Kylling har gått foran og gjennomført en revolusjon. De har ikke bare endret rase, men også satt inn miljøberikelser. Vi håper forbrukerne velger med hjertet, og kjøper produkter med bedre dyrevelferd.

Live Kleveland,
kommunikasjonsleder
og grunnlegger av Dyrevernalliansen.

”



- Hubbard-kyllingen er overlegen på alle våre velferdsindikatorer. Den vokser saktere og beveger seg betydelig mer enn kyllingen vi har produsert tidligere. Den er rett og slett friskere og har en bedre helse. Det er ingen tvil om at dette er en kylling som lever et godt liv og trives i fjøset hos våre dyktige bønder.

Kjell Stokbakken,
administrerende direktør
i Norsk Kylling.

”

Hubbard gir liv i fjøset

Ansvarlig handel / Dyrevelferd

Hubbard-kyllingen vokser opp hos 150 bønder i Trøndelag. En av de som har fått en ny kylling i fjøset er Per Olav Tranmæl som holder til i Melhus.

– Det er blitt mer liv i fjøset etter at vi begynte med Hubbard. Den er kvikk på foten, frisk og nysgjerrig, sier han.

Når Per Olav kommer inn i fjøset på morgenen stikker kyllingene først av, men kommer raskt tilbake og hilser på når han setter seg ned og snakker med dem. Siden den nye rasen er svært aktiv har den behov for miljøberikelser som høyballer, hakkeblokker, klatrestativer og vaglepinner den kan leke med i fjøset.

– Du ser at Hubbarden trives. Den oppfører seg som en fugl skal gjøre og benytter seg av miljøberikelsene vi har satt inn i fjøset, sier Tranmæl.



”

– Disse kyllingene er så friske, aktive og livlige. Hubbarden er artig å holde på med fordi den er så energisk og leken. Den bruker alle lekene vi setter inn i fjøset, klatrer på høyballer og plattformer og styrer og strøbader. Det skaper veldig fin stemning i kyllingfjøset.

Olav Gimse,
Gimse gård, Melhus.

ANSVARSPRISEN TIL NORSK KYLLING

Merete Forseth ved Norsk Kylling ble i 2018 hedret med REMA 1000 sin ansvarspris for sitt arbeid med bytte til kyllingrasen Hubbard. Som fagsjef for dyrevelferd var hun sentral i arbeidet som har ført til at 30 prosent av kyllingene i Norge nå har det bedre, lever lenger og vokser saktere.



– Jeg vil takke Norsk Kylling, bøndene og alle som har vært med i prosessen. Det har vært en lang reise og noe vi har jobbet med i mange år, hvor vi har søkt Europa rundt for å finne den beste rasen. Vi er glad vi fant Hubbard som har bedret dyrevelferden betraktelig

Merete Forseth, fagsjef dyrevelferd ved Norsk Kylling.

Ansvarlig handel

GRI-referanse		Enhet	2018	2017
Egen	Brudd på relevant lovverk eller egne retningslinjer for dyrevelferd	Antall	0	0
301-8	Leverandører der miljøprestasjon/-påvirkning inngikk som en del av evalueringen	Prosent	85	80
308-2	Leverandører vurdert mht miljørisiko gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	65	131
308-2	Leverandører hvor miljøavvik er identifisert	Antall	0	0
308-2	Leverandører med miljøavvik hvor forbedring er avtalt	Antall	0	0
414-1	Leverandører der sosialt ansvar inngikk som en del av evalueringen	Prosent	85	80
414-2	Leverandører vurdert mht sosiale forhold gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	65	131
414-2	Leverandører hvor avvik knyttet til sosiale forhold er identifisert	Antall	0	0
414-2	Leverandører med avvik knyttet til sosiale forhold hvor forbedring er avtalt	Antall	0	0
Egen	Andel leverandører som har tilsluttet seg Supplier code of conduct (CoC)	Prosent	100	100
Egen	Egne fysiske revisjoner	Antall	22	35
Egen	Egne merkevarer sertifisert med UTZ eller Fairtrade	Antall	28	-
Egen	Nye leverandører som har blitt kartlagt for enten arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljøforhold eller korrupsjon.	Prosent	87	85

Interessentdialog

Følgende tema har vært viktig i vår interessentdialog i 2018.

Kunder

- Sunnere produkter
- Plast og miljøvennlig emballasje
- Reduksjon av matsvinn
- Bærekraftige produkter
- Dyrevelferd
- Produktsikkerhet
- Produktspørsmål

Kjøpmenn og medarbeidere

- Arbeidsmiljø
- Kompetanseutvikling
- Forretningsstrategi

Leverandører

- Reduksjon av palmeolje
- Dyrevelferd
- Plast og miljøvennlig emballasje
- Oppfølging av etiske retningslinjer
- Sunnere produkter
- Bærekraftige produkter

Myndigheter

- Personvern (GDPR)
- Sirkulær verdikjede for plast
- Samarbeid for bedre folkehelse
- Lov om god handelsskikk
- Franchiselov
- Landbrukspolitikk
- Aktsomhetsvurdering og etisk handel i verdikjeden
- Bærekraftig matproduksjon
- Bransjeavtale for reduksjon av matsvinn
- Inkludering i arbeidslivet

Lokalsamfunn

- Lokal verdiskapning
- Lokale sponsorater, miljøtiltak
- Arbeidsmiljø
- Inkludering i arbeidslivet

Interesseorganisasjoner

- Dyrevelferd
- Plast og emballasje
- Matsvinn
- Klimapåvirkning
- Kjøttfrie alternativer
- Bærekraftig fisk og sjømat
- Inkludering i arbeidslivet

GRI-tabell

REMA 1000s ansvarsrapport er utarbeidet i tråd med GRI Standards/Core. Rapporten kan leses i sammenheng med vår årsrapport som er tilgjengelig på REMA.no. Årsrapporten er revidert av EY. Ansvarsrapporten er ikke eksternt revidert, med unntak av klimaregnskapet som er revidert av DNV GL. Tabellen under presenterer REMA 1000 sin rapportering i forhold til retningslinjene i GRI Standards. En detaljert redegjørelse for rapporteringsstandarden og de ulike indikatorene er å finne på www.globalreporting.org

GRI §	Bekrivelse	Kilde (sidetall i årsrapport og webside)
Organisasjonen		
102-1	Navn på selskapet	REMA 1000 Norge AS
102-2	Aktiviteter, merkevarer, produkter og tjenester	Konsernets årsrapport, Virksomheten (s. 5)
102-3	Lokalisering av selskapets hovedkontor	Konsernets årsrapport, Note 1 - Generell informasjon (s. 17)
102-4	Lokasjoner hvor selskapet opererer	REMA 1000 Norge AS har virksomhet i Norge
102-5	Eierskaps- og selskapsform	Konsernets årsrapport, Note 18 - Nærstående Parter (s. 82)
102-6	Markeder som dekkes	Konsernets årsrapport, Virksomheten (s. 5)
102-7	Bedriftens størrelse	Konsernets årsrapport, Redegjørelse for årsregnskapet (s. 6)
102-8	Informasjon om ansatte og andre arbeidere	Konsernets årsrapport, Opplysninger om miljø (s. 7), Note 3 - Lønnskostnader, antall ansatte og ytelser til ledende ansatt (s. 70)
102-9	Virksomhetens leverandørkjede	Konsernets ansvarsrapport, Ansvar fra jord til bord (s. 7)
102-10	Vesentlige endringer i størrelse, struktur, eierskap og leverandørkjede	Konsernets årsrapport, Årsberetning (s. 5-10)
102-11	Føre-var-prinsippet	REMA 1000 bruker et føre-var-prinsipp, se også konsernets ansvarsrapport 2018
102-12	Eksterne initiativ	Konsernets ansvarsrapport, REMA 1000 skal bidra til FNs bærekraftsmål (s. 6)
102-13	Medlemskap i bransjeforeninger og / eller nasjonale- / internasjonale interesseorganisasjoner	Konsernets årsrapport 2018, Etisk handel (s. 8)
Strategi		
102-14	Brev fra ledelsen	Konsernets årsrapport 2018, Forord fra Ole Robert (s. 3)

GRI §	Bekrivelse	Kilde (sidetall i årsrapport og webside)
Etikk og integritet		
102-16	Verdier, prinsipper, standarder og normer for oppførsel	Konsernets årsrapport, Å være sitt ansvar bevisst (s. 8), Konsernets ansvarsrapport, Våre verdigrunnlag (s. 5)
Selskapsledelse		
102-18	Styresett	Konsernes årsrapport, Organisasjon (s. 9)
Interessentdialog		
102-40	Liste over interessentgrupper	Konsernets ansvarsrapport, Interessentdialog (s. 100)
102-41	Kollektive avtaler	Konsernets årsrapport, Note 9 - lønnskostnader, antall ansatte, godtgjørelser og pensjoner (s. 26)
102-42	Definisjon og selektering av interessentgrupper	Konsernets ansvarsrapport, Interessentdialog (s. 100)
102-43	Tilnærming til interessentdialog	Konsernets ansvarsrapport, Interessentdialog (s. 100)
102-44	Hovedtema og bekymringer	Konsernets ansvarsrapport, Interessentdialog (s. 100)
Rapporteringspraksis		
102-45	Enheter inkludert i de konsoliderte økonomiske regnskapene	Konsernets årsrapport, Virksomheten (s. 5)
102-46	Definere rapportinnhold og rammer for tema	Konsernets ansvarsrapport, Vår rapportering (s. 8)
102-47	Liste over vesentlige tema	Konsernets ansvarsrapport, Interessentdialog (s. 100)
102-48	Korreksjon av tidligere rapportert informasjon	N/A
102-49	Endringer i rapportering	2018 er første rapporteringsår for GRI Standards
102-50	Rapporteringsperiode	01.01.2018-31.12.2018
102-51	Dato for siste tilgjengelig rapport	N/A
102-52	Rapporteringsyklus	Årlig
102-53	Kontaktpunkt for spørsmål om rapporten	Kaia Andresen, sjef for samfunnsansvar og bærekraft i REMA 1000 Norge. E-post: kaia.andresen@rema.no
102-54	Hevd av rapportering iht. GRI Standards	REMA 1000 GRI Index - 2018
102-55	GRI Index	REMA 1000 GRI Index - 2018
102-56	Ekstern revisjon	Årsrapporten er revidert av EY. Ansvarsrapporten er ikke revidert. Klima- og energiregnskap er revidert av DNV GL.

Tema	Bekrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Miljø - Plast og emballasje					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s. 31-36	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s. 31-36	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s. 31-36	NA		
GRI 103 - Materiale					
GRI 301-1	Materiale brukt etter vekt eller volum	s. 44	NA		
GRI 301-2	Andel resirkulert materiale	s. 44	NA		
REMA 1000 - egne indikatorer					
R1	Andel emballasje og poser som kan resirkuleres	s. 44	NA		
R2	Plastkutt	s. 44	NA		
R3	Redusert klimagassutslipp som følge av plastkutt	s. 44	NA		
R4	Reduksjon i salg av bæreposer	s. 44	NA		
R5	Vekst i salg av gjenbruksnett	s. 44	NA		

Tema	Bekrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Miljø - Bærekraftige produkter					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s. 22-34	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s. 22-34	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s. 22-34	NA		
REMA 1000 - egne indikatorer					
R6	Andel sjømat sertifisert i henhold til merkeordning for bærekraftig fiske (MSC/ASC)	s. 44	NA		
R7	Antall non food-produkter med palmeolje, egen merkevare	s. 44	NA		
R8	Antall egne merkevarer sertifisert i henhold til bærekraftig skogforvaltning (FSC)	s. 44	NA		
R9	Omsetningsandel økologiske varer	s. 44	NA		
R10	Egne merkevarer sertifisert med Svanemerket	s. 44	NA		

Tema	Bekrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Miljø - Klimagassutslipp					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s. 10-19	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s. 10-19	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s. 10-19	NA		
GRI 305 - Klimagassutslipp					
305-1	Direkte klimagassutslipp (scope 1)	s. 14-15	NA		
305-2	Indirekte klimagassutslipp - energi (scope 2)	s. 14-15	NA		
305-3	Andre indirekte klimagassutslipp (scope 3)	s. 14-15	NA		
305-5	Reduksjon i klimagassutslipp	s. 14	NA		
GRI 302 - Energi					
302-1	Energiforbruk i organisasjonen	s. 14-15	NA		

Tema	Bekrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Miljø - Miljøpåvirkning					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s.10-13, 36-43	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s.10-13, 36-43	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s.10-13, 36-43	NA		
REMA 1000 - egne indikatorer					
R11	Redusert matsvinn	s. 45	Ikke rapportert.	Informasjon ikke tilgjengelig.	Data foreligger ikke på rapporteringstidspunktet
R12	Egne kjøretøy med Euroklasse 6	s. 45	NA		
R13	Inntransport til distributører som går på tog	s. 45	NA		
R14	Andel underleverandører med Euroklasse 6	s. 45	NA		
R15	Nye miljøbutikker	s. 45	NA		
R16	Butikker med miljøvennlige kjølegasser	s. 45	NA		
R17	Butikker med LED-belysning	s. 45	NA		

Tema	Beskrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Helse - Mattrygghet					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s. 58-61	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s. 58-61	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s. 58-61	NA		
GRI 416 - Kunde helse og -sikkerhet					
GRI 416-2	Brudd på helse- og sikkerhetsaspekter ved produkter og tjenester	s. 63	NA		
GRI 417 - Markedsføring og produktmerking					
GRI 417-2	Brudd på retningslinjer for merking og informasjon om produkter og tjenester	s. 63	NA		
REMA 1000 - egne indikatorer					
R17	Reviderte leverandører med hensyn til matsikkerhet	s. 63	NA		
Helse - Sunnhet og helse					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s.48-55	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s.48-55	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s.48-55	NA		
REMA 1000 - egne indikatorer					
R18	Omsetningsandel, frukt og grønnsaker	s. 63	NA		
R19	Omsetningsandel, fisk og sjømat	s. 63	NA		
R20	Omsetningsandel, hvitt kjøtt	s. 63	NA		
R22	Saltreduksjon, egne merkevarer	s. 50	NA		
R6	Antall egne merkevarer med Nøkkelhullmerket	s. 63	NA		

Tema	Bekrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Arbeidsliv - mennesker og mangfold					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s. 66-75	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s. 66-75	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s. 66-75	NA		
GRI 401 - Ansatte					
GRI 401-1	Endringer i arbeidsstokken	s. 80	Rapporten inneholder ikke endringer per region, kjønn eller alder.	Informasjon ikke tilgjengelig.	En prosess vil bli utviklet i 2020 for å rapportere på dette.
GRI 404 - Opplæring og utdanning					
GRI 404-3	Andel ansatte som omfattet av rutiner for regelmessig medarbeidersamtale	s. 80	NA		
GRI 405 - Mangfold og likestilling					
GRI 405-1	Mangfold blant ledere og ansatte	s. 80	Data oppgitt i absolutte verdier, mangfold blant ansatte ikke oppgitt.	Informasjon ikke tilgjengelig.	En prosess vil bli utviklet i 2020 for å rapportere på dette.
GRI 403 - Helse og sikkerhet					
GRI 403-10	Arbeidsrelatert sykefravær	s. 80	Rapporterer kun sykefravær i administrasjonen.	Informasjon ikke tilgjengelig.	En prosess vil bli utviklet i 2020 for å rapportere på dette.

Tema	Bekrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Arbeidsliv - Høy forretningsmoral					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s. 77	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s. 77	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s. 77	NA		
GRI 205 - Anti-korrupsjon					
GRI 205-2	Kommunikasjon om og opplæring i policyer og prosedyrer for antikorrupsjon	s. 80	Rapportering ikke brutt ned per ansatt-kategori eller per andel ansatte.	Informasjon ikke tilgjengelig.	En prosess vil bli utviklet i 2020 for å rapportere på dette.
GRI 205-3	Bekreftede korrupsjonshendelser og iverksatte tiltak	s. 81	NA		
GRI 206 -Konkurransehensyn					
GRI 206-1	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for konkurranserett	s. 81	Utfall av sak ikke rapportert.	Konfidensiell informasjon.	Informasjon om saken er konfidensiell.
GRI 415 - Politiske interesser					
GRI 415-1	Bidrag til politiske interesseorganisasjoner	s. 81	NA		
GRI 417 - Markedsføring og produktmerking					
GRI 417-3	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for markedsføring	s. 81	Definerer ikke alvorlighetsgrad av klage.	Konfidensiell informasjon.	Informasjon om saken er konfidensiell.
GRI 418 - Kunders personvern					
GRI 418-1	Formelle klager knyttet til regelverk for personvern	s. 81	NA		
REMA 1000 - egen indikator					
R 24	Brudd på GDPR	s. 81	NA		

Tema	Beskrivelse	Kilde	Unnlatelse	Grunn til unnlatelse	Beskrivelse av unnlatelse
Ansvarlig handel					
GRI 103 - Tilnærming					
103-1	Beskrivelse av temaet og begrensninger	s. 85-97	NA		
103-2	Beskrivelse av tilnærming og resultater	s. 85-97	NA		
103-3	Evaluerings av tilnærming og resultater	s. 85-97	NA		
GRI 308 - Miljøvurdering av leverandører					
GRI 308-1	Nye leverandører der miljø inngikk som en del av evalueringen	s. 98	Rapporterer for eksisterende og nye leverandører.	Informasjon ikke tilgjengelig.	En prosess vil bli utviklet i 2020 for å rapportere på dette.
GRI 308-2	Negativ miljøpåvirkning i leverandørkjeden og iverksatte tiltak	s. 98	NA		
GRI 414 - Vurdering av sosialt ansvar hos leverandører					
GRI 414-1	Nye leverandører der sosialt ansvar inngikk som en del av evalueringen	s. 98	Rapporterer for eksisterende og nye leverandører.	Informasjon ikke tilgjengelig.	En prosess vil bli utviklet i 2020 for å rapportere på dette.
GRI 414-2	Negativ sosial påvirkning i leverandørkjeden og iverksatte tiltak	s. 98	NA		
REMA 1000 - egne indikatorer					
R25	Brudd på relevant lovverk eller egne retningslinjer for dyrevelferd	s. 98	NA		
R26	Andel leverandører som har tilsluttet seg Supplier Code of Conduct (SCoC)	s. 98	NA		
R27	Egne fysiske revisjoner	s. 98	NA		
R28	Egne merkevarer sertifisert med UTZ eller Fairtrade	s. 98	NA		
R29	Nye leverandører som har blitt kartlagt for enten arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljøforhold eller korrupsjon	s. 98	NA		

Spørsmål eller tilbakemeldinger?

Kontakt Kaia Andresen, sjef for samfunnsansvar og bærekraft REMA 1000 Norge. E-post: kaia.andresen@rema.no