

# CSR rapport

i Fazer Food Services

SOCIAL  
BÆREDYGTIGHED



MILJØMÆSSIG  
BÆREDYGTIGHED



ØKONOMISK  
BÆREDYGTIGHED



SAMFUNDSANSVAR I VORES  
FORRETNINGSRELATIONER

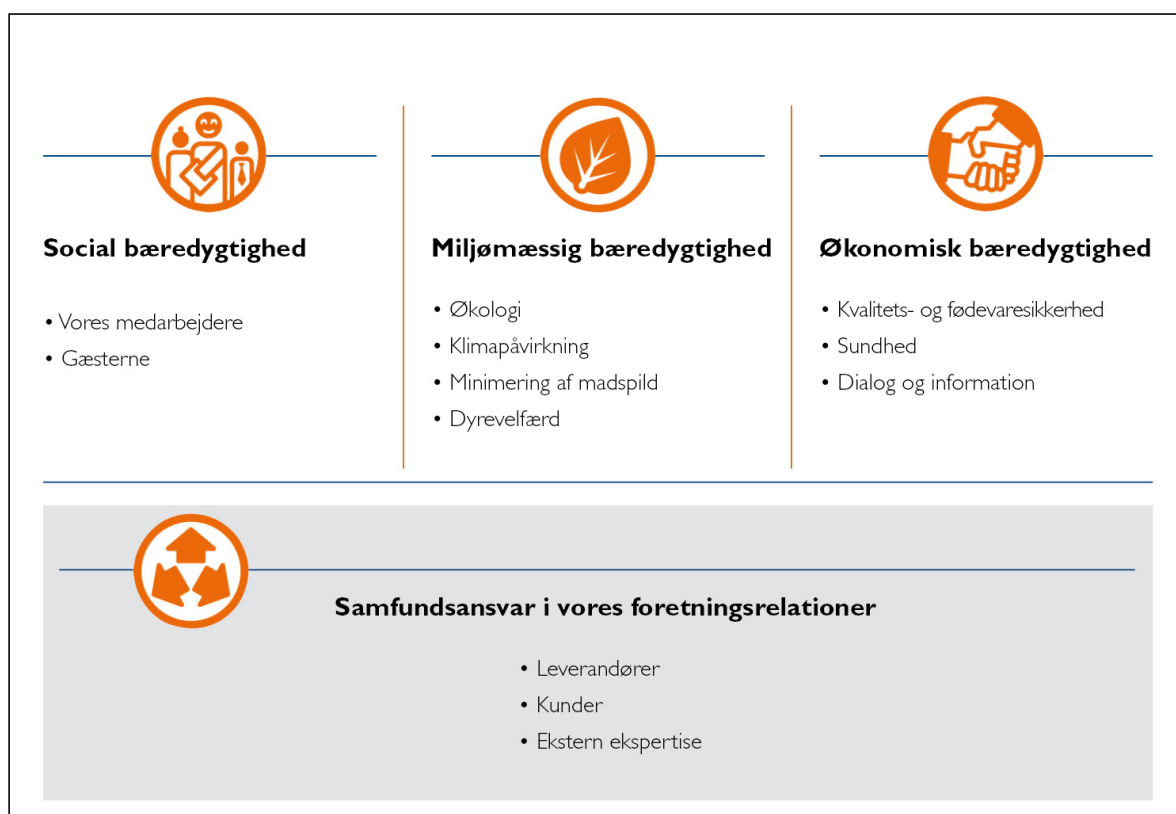


# FAZERS RAPPORT OM SAMFUNDSANSVAR (CSR) 2013

## INDHOLD

Samfundsansvar i Fazer - introduktion fra ledelsen .....	3
Om Fazer .....	4
Social bæredygtighed .....	4
Miljømæssig bæredygtighed .....	8
Økonomisk bæredygtighed .....	11
Samfundsansvar i vores forretningsrelationer .....	12
For yderligere information .....	13

## FAZERS SAMFUNDSANSVAR



# SAMFUNDSANSVAR I FAZER

## - INTRODUKTION FRA LEDELSEN

Som kantineoperatør hos nogle af Danmarks kvalitetsbevidste og ansvarlige virksomheder og institutioner, har vi til opgave at levere mad og dermed brændstof til alle de mennesker, som skal sikre disse virksomheders succes.

Det er en opgave, vi synes forpligter. Vi tager opgaven og forpligtigelsen til os ved at gøre maden, vi serverer for vores gæster, så bæredygtig som mulig. Med bæredygtig mener vi, at vi arbejder bevidst med en række forhold, der knytter sig til råvarer og madproduktion og træffer ansvarlige valg, der tilgodeser både mennesker, miljø og økonomi.

At handle ansvarligt og arbejde med bæredygtighed i praksis kræver engagerede medarbejdere. Hele vores kultur og organisation er rettet mod ønsket om at gøre en forskel. Vi ved, at det er en rejse, som aldrig slutter, idet de bedste valg ikke nødvendigvis er statiske.

Vores arbejde med samfundsansvar (CSR) har sit afsæt i Fazers etiske kodeks, ligesom vi arbejder aktivt med at efterleve de 10 principper fra

UN Global Compact. Det betyder i praksis, at vores CSR arbejde adresserer de tre bundlinjer, social-, miljømæssig- og økonomisk ansvarlighed. Arbejdet stopper ikke ved grænsen for vores egne aktiviteter og forretning. Derfor arbejder vi også med at implementere CSR i vores samarbejdsrelationer til blandt andet leverandører og kunder.

Vi evaluerer og reviderer vores CSR arbejde hvert år og offentliggør vores politikker, aktiviteter, resultater og planer for fremtiden i forbindelse med vores årsregnskab.

Denne CSR rapport er udarbejdet og skal læses i forlængelse af vores moderselskab OY Karl Fazers politikker, aktiviteter, resultater og planer på CSR området. Rapporten skal således forstås som et tillæg til koncernens samlede CSR rapportering for 2013.

Morten Hammerich  
Adm. direktør  
Fazer Food Services Danmark A/S

## OM FAZER

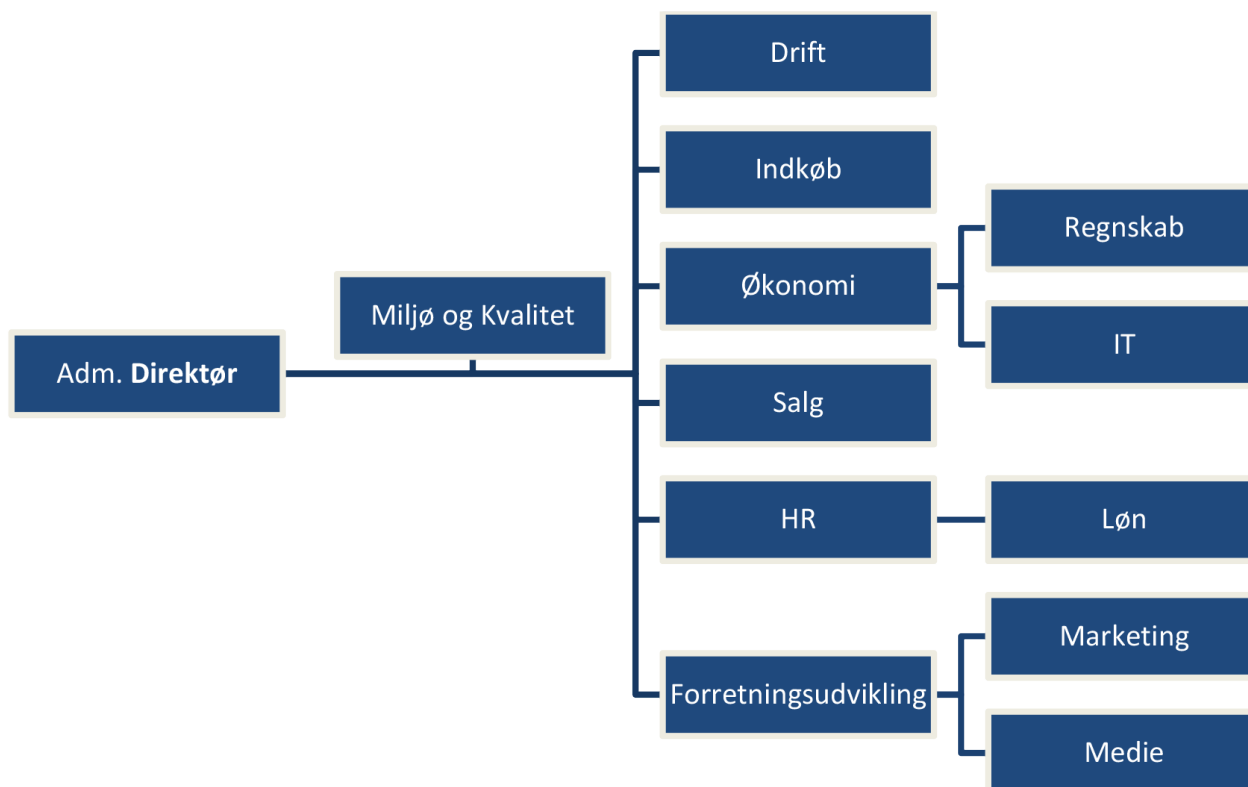
Fazer Food Services Danmark A/S er en del af den finske, familieejede Fazer koncern. Ud over food service, beskæftiger Fazer sig med bageri- og konfekturvirksomhed. Fazer koncernen beskæftiger over 15.000 medarbejdere fordelt over hele Norden samt de Baltiske lande og Rusland.

Fazer Food Services Danmarks omsætning var i 2013 på TDKK 637.015.

I Danmark består forretningen af kantinedrift og dertil knyttede serviceydelser.

# OM FAZER

## DEN DANSKE ORGANISATION



## SOCIAL BÆREDYGTIGHED

I følgende afsnit beskrives vores politikker, aktiviteter, resultater og planer omkring vores arbejde med social bæredygtighed. Vi sætter særligt fokus på, hvordan arbejdet med den sociale bundlinje påvirker to af vores vigtigste interessentgrupper, nemlig medarbejdere og gæster.

Indledende er det værd at fremhæve, at vi i 2013 har igangsat arbejdet med at implementere FN's Retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhverv (UN Guiding Principles on Business and

Human Rights) i vores forretning. Vi har blandt andet opbygget intern kompetence på området, som skal sikre en effektiv implementering i årene, der kommer.

Vi er påbegyndt arbejdet med at afdække vores egen indflydelse på samtlige menneskerettigheder, i overensstemmelse med de forventninger, som FN's Retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhverv stiller. Det er vores mål, at vi i løbet af 2014 offentliggør vores CSR politik.



## SOCIAL BÆREDYGTIGHED

### VORES MEDARBEJDERE

Vores medarbejdere er vores vigtigste ressource, og deres kreativitet og energi er afgørende for virksomhedens fortsatte udvikling - også i forhold til at handle ansvarligt og efterleve bæredygtighed i praksis. Vi bestræber os på at finde balancen mellem styring og kontrol, så det giver medarbejderne mulighed for at udfolde sig.

### ET SUNDT OG SIKKERT ARBEJDSMILJØ

Blandt de vigtigste fokusområder i vores arbejds-miljøarbejde er medarbejdertilfredshed, nedbringelse af antallet af arbejdsulykker og vores personaleomsætning. Arbejdsmiljøindsatsen prioriteres på linje med andre vigtige opgaver i Fazer med henblik på at skabe et godt arbejdsmiljø for fastholdelse af dygtige medarbejdere.

Vores arbejdsmiljøindsats tager afsæt i vores arbejdspladsvurderinger og vores arbejdsmiljø-runderinger.

I Fazer er vi ikke i tvivl om, at tilfredse medarbejdere er nøglen til succes. Tilfredse medarbejdere betyder, at vi kan fastholde viden og kompetencer og tiltrække nye medarbejdere. Vores arbejde med medarbejdertilfredshed tager afsæt i vores årlige tilfredshedsundersøgelse der identificerer de forbedringsområder, vi skal have fokus på.

Vi måler hvert år på vores medarbejders tilfredshed. I 2013 har vi haft en svardeltagelse på 90,4 % og resultatet afspejles med et tilfredshedsindeks på 81, hvilket er mere end 10 % højere end den danske norm. (Den danske norm er i 2013: 72).

Skemaet viser stabiliteten i vores medarbejdertilfredshed, vores 'People power' indeks for de seneste 3 år.

PEOPLE POWER INDEKS		
2011	2012	2013
78,3	80,1	81

ULYKKESFREKVENNS PR. I MILLION ARBEJDEDE TIMER				
2009	2010	2011	2012	2013
19,95	16,92	17,03	14,66	20,67

Vi arbejder for et sundt og sikkert arbejdsmiljø, hvor vi forebygger ulykker og nedslidning. Skemaet viser ulykkesfrekvensen fra 2009-2013.



## SOCIAL BÆREDYGTIGHED

Vores oprindelige målsætning lød, at ulykkesfrekvensen skulle nedbringes med 20 % i perioden 2009 - 2013. Dette mål blev allerede indfriet ved udgangen af 2012, hvor ulykkesfrekvensen var nedbragt med 26 %. Vi fastsatte derfor ved udgangen af 2012 en målsætning, for den kommende 2 årige periode, om at nedbringe antallet af ulykker med yderligere 10 % (2013-2014).

I 2013 har vi set en stigning i ulykkesantallet, som vil gøre det vanskeligt for os at komme i mål. Vi kan ikke forklare grunden til denne stigning, men vi har i erkendelse af resultatet intensiveret vores indsats med at arbejde for et sikkert arbejdsmiljø. Dette blandt andet ved at gøre arbejdssikkerhed til et bonusmål i organisationen.

### UDDANNELSE OG UDVIKLING

Vi ligger stor vægt på at udvikle vores køkkenchefer. En vigtig del er vores lederuddannelse, som bl.a. også ruste vores køkkenchefer til at favne CSR relaterede opgaver.

### KVINDER I LEDELSEN

I Fazer har vi fokus på at sikre lige muligheder, ikke mindst i forbindelse med den kønsmæssige sammensætning af ledelsen.

I Fazer er det moderselskabet, der definerer bestyrelsen, og vi har derfor ikke indflydelse på evt. måltal. Det er Fazers politik at opnå en ligelig kønsmæssig sammensætning i vores ledelseslag. I ledelsesgruppen, som repræsenterer den øverste ledelse, er sammensætningen i dag fordelt på 30 % kvinder og 70 % mænd. Vi har derfor fastsat et mål om 40 % kvinder i ledelsen i 2016 for den øverste ledelse. I ledelsesgruppen, som repræsenterer hovedkontorfunktioner med personaleansvar, er kønsfordelingen 52 %

kvinder og 48 % mænd. I vores driftsledelse er fordelingen 41 % kvinder og 59 % mænd.

Vi arbejder med en ikke-kønsdiskriminerende adfærd i vores måde at drive forretning på. For at sikre en fortsat positiv udvikling omkring ligelig repræsentation af kønnene i ledelsen, vil vi i 2014 indarbejde spørgsmål i vores klimaundersøgelse til at afdække, om vores medarbejdere oplever, at der er kønsrelaterede forhindringer for karriereudviklingen.

Vores rekrutteringer og forfremmelser skal ske til fordel for de bedst kvalificerede uanset køn, race og religion. Derfor vil vores klimaundersøgelse for 2014 indeholde et kvalitativt mål for lige muligheder. Målet lyder, at mindst 90 % af besvarelserne skal afspejle, at vores medarbejdere oplever lige muligheder uanset køn, race og religion.

### EN MANGFOLDIG MEDARBEJDESKARE

Vi er stolte af den mangfoldighed vores medarbejdere repræsenterer og ser den som en styrke. Vi bestræber os også på at inkludere svage og udsatte grupper i arbejdsmarkedet. Vi har siden 2012 haft et samarbejde med 'High:Five' om at skabe arbejde og uddannelsespladser til unge, der er i fare for marginalisering på grund af kriminalitet. High:five er en offentlig støttet organisation og er etableret af Virksomhedsforum for Socialt Ansvar.

I forbindelse med ansættelse af de unge fra 'High:Five', deltager vores køkkenchefer i mentortræning og vi har kun haft gensidige positive erfaringer. Vi har 4 unge ansatte fra 'High:five', der alle er ansat som kokkeelever i nyoprettede elevstillinger. Der er oprettet endnu en elevstilling til besættelse i 2014.



## SOCIAL BÆREDYGTIGHED

### GÆSTERNE

Gæsterne skal hver dag have en smagsoplevelse, når de spiser hos os. Det er jo kun den spiste mad, der direkte kommer vores gæster til gode. Derfor skal maden være indbydende og velsmagende - og naturligvis både være sikker og sund.

### KVALITETS- OG FØDEVARESIKKERHED

Vi vil servere mad, hvor fødevarer sikkerhed og kvalitet har højeste prioritet, og hvor alle forhold omkring håndtering, tilberedning og opbevaring er sket under forsvarlig hensyntagen til såvel egne procedurer som lovgivning.

Vi arbejder også med et sæt forsigtighedsprincipper i tillæg til vores hygiejne- og egenkontrol program. Forsigtighedsprincipperne omhandler skærpede krav til håndtering og tilberedning af visse typer fødevarer. Det gør vi i erkendelse af,

at vi som professionel madaktør har et stort ansvar for at sikre sunde fødevarer til vores kunder.

Det er desuden en vigtig del af vores indkøbsprocedurer, at vi kan spore vores varer i tilfælde af tilbagetrækning. Vores kantiner handler kun hos vores godkendte leverandører. Sporbarhed og tilbagetrækningsprocedurer er en del af vores aftale med leverandørerne. Vi efterprøver sporbarheden på vores hygiejneinspektioner (mere om dette på side 12).

Vi følger op og måler på Fødevarestyrelsens kontrolinspektioner og har som mål, at 100 % af vores forretninger får kontrolrapporter uden anmærkninger. Kvaliteten af vores måltider kontrollerer vi dels ved interne undersøgelser og dels ved kundetilfredshedsundersøgelser med fastsatte mål. Undersøgelserne foretages med individuelt aftalt frekvens.

2013	1	2	3	4	SUM
Fazers resultat af Fødevarestyrelsens kontrolrapporter	149 (93 %)	12 (7 %)	0	0	161
Landsresultatet af Fødevarestyrelsens kontrolrapporter	49.845 (85 %)	7519 (13 %)	355 (1 %)	783 (1 %)	58.502

Skemaet viser resultatet af Fødevarestyrelsens kontrolrapporter i Fazer og i hele landet i 2013.

### GÆSTERNES SUNDHED

Vi har reel indflydelse på vores gæsters sundhed, da vi står for et eller flere af dagens måltider, typisk over en årerække.

Det er også et ansvar, vi gerne tager på os. Vi arbejder ud fra de officielle kostråd og kombinerer disse med vores holdninger og krav til

råvarer og tilberedningsmetoder.

Vi har en ernæringspolitik, hvor vi beskriver, hvorledes vi løfter opgaven på kostrådsniveau. Vores ernæringspolitik og tilhørende mål er pt. under revision, da der kom nye kostråd medio september 2013.



## SOCIAL BÆREDYGTIGHED

### DIALOG OG INFORMATION

Dialogen mellem os og vores gæster foregår primært omkring buffeten. Den direkte dialog med gæsterne inspirerer og dygtiggør os.

Inspiration skal deles mellem vores medarbejdere, hvilket vi gør via månedlige, egenproducerede videonyheder. Disse har vi døbt FazerNews. Her modtager medarbejderne nyheder, inspiration og andre nyttige informationer.

Ud over selve vidensdelingen er Fazernews med til at skabe samhørighed på tværs af organisationen, da vi alle får et lille indblik i hindandens hverdag på tværs af funktioner og geografisk placering.

Til vores gæster udarbejder vi forskelligt informationsmateriale, som har til formål at uddybe tanker og handlingerne bag vores arbejde, f.eks. omhandlende vores fiskepolitik, opskrifter, råvare fortællinger, ernæringspolitik m.m.



## MILJØMÆSSIG BÆREDYGTIGHED

I følgende afsnit beskrives vores politik, aktiviteter, resultater og planer for arbejdet med miljømæssig bæredygtighed. Vi fokuserer særligt på vores miljømæssige indsatser omkring økologi, klima, madspild og dyrevelfærd.

Den daglige bespisning af 45.000 frokostgæster i mindst fem af ugens dage har en effekt på miljøet.

Råvarernes miljøaftryk ses blandt andet i form af dyrkningsmetoder, varernes oprindelse, forarbejdningsgraden, lagringsmetoder, emballering og transportform.

Vores eget miljøaftryk ses blandt andet i de valg, vi træffer, når vi handler ind, når vi tilbereder maden, vores salgsmetoder, opbevaring samt det spild, vi har.

Vi ønsker at bidrage til miljømæssig bæredygtighed, uden at gå på kompromis med smagsoplevelsen.

### ØKOLOGI

For os var første naturlige skridt på vejen til større bæredygtighed, at fremme anvendelsen af økologi i vores køkkener.

Vi opfatter økologi som et fuldgyldigt alternativ til den konventionelle produktion, baseret på idealet om større bæredygtighed.

Vi oplever, at vores kunder vælger med både hjerte og fornuft og har stigende fokus på rene, sunde fødevarer produceret med betydelige hensyn til miljø, natur og dyrevelfærd.





## MILJØMÆSSIG BÆREDYGTIGHED

Vi måler på andelen af økologiske varer i vores vareindkøb, og vores mål er, at mindst 90 % af vores køkkener skal servere måltider, hvor

minimum 30 % af råvarerne er økologiske - svarende til det økologiske spisemærke i bronze.

ØKOLOGI	2011	2012	2013
Økologiske varer i forhold til det samlede varekøb	10 %	40 %	40 %
Andel af kantiner med det økologiske spisemærke	-	96 %	94 %

Som tabellen viser, udgør økologiske varer 40 % af vores varekøb i 2013, og den gennemsnitlige andel af kantiner med det økologiske spisemærke ligger på 94 % i 2013.

### KLIMAPÅVIRKNING

Fazer ønsker at reducere den negative klimapåvirkning, der er forbundet med vores forretning, mest muligt. Vores tilgang til at reducere vores klimapåvirkning består primært af at øge mængden af lokalt producerede råvarer (danske råvarer) samt fremme brugen af sæsonvarer til gavn for CO<sub>2</sub> regnskabet.

Vi arbejder også på at udvikle vores distributionsplatform således, at vi minimerer transporten af varer fra leverandør til kantine. Herved opnår vi, udover en række gastronomiske fordele i form af friskere råvarer, også klimafordele i form af mindre CO<sub>2</sub> udledning.

Vi har indgået aftaler med lokale avlere af økologiske grøntsager og frugt, hvor vi binder os til at købe en del af deres produktion på forhånd. Dermed er avlerne sikre på at få afsat deres varer, og vi er aktive spillere i at fremme økologien i Danmark. Samtidig skaber vi os et gensidigt sundt forretningsforhold mellem os og de økologiske avlere.

Vores indkøbssystem er desuden indrettet, så det understøtter ønsket om at fremme anvendelsen af bæredygtige varer. Systemet viser tilgængeligheden af de varer, der lever op til

vores omfattende bæredygtighedskriterier som f.eks. økologi, lokal oprindelse, sæson, rette kvalitet til rette pris m.m.

For at følge vores fremskridt måler vi på andelen af lokalt producerede varer. Lokale råvarer har vi defineret som "varer af dansk oprindelse", og vi målte andelen første gang i 4. kvartal 2013. Målingerne viste;

- *Andelen af lokale varer udgør 51 % målt i kg af det samlede varekøb, i 4. kvartal 2013*
- *Andelen af lokale kødudskæringer og kødprodukter er 69 % for hele 2013*

Vi har ultimo 2013 etableret aftaler, der indebærer, at mere end 90 % af vores kød har lokal oprindelse - disse aftaler får fuld effekt i 2014.

Vi har fokus på at udvikle og optimere vores distributionsnet for derved at reducere klimabelastningen. Antallet af selvstændige leverancer til vores forretninger er nedbragt igen i 2013. Her har endnu en af vores leverandører valgt at benytte en eksisterende leverandør, som distributør af sine varer - dvs. at flere produktgrupper transporteres på samme bil.



## MINIMERING AF MADSPILD

Ifølge FN's Fødevareorganisation bliver der årligt kasseret 1,3 milliarder ton mad over hele verden. Det svarer til en tredjedel af verdens madproduktion.

Vi har som en naturlig konsekvens af vores mange buffeter et relativt stort potentiale for at reducere madspild. Vi arbejder målrettet på at minimere vores madspild i alle køkkener ud fra fem instrukser:

1. *Observer - identificering af hvor i værdikæden maden bliver tilovers*
2. *Informer og motiver - involvering af medarbejdere og gæster*
3. *Registrer - hvor stort er omfanget (vejning)*
4. *Etabler gode rutiner - indarbejdning af de aftalte forandringer*
5. *Evaluer - målopfyldelse*

Vi arbejder ligeledes med forskellige serveringstiltag og alternative buffetløsninger. Disse understøtter optimeringen af vores produktionsplanlægning, hvilket i sidste ende reducerer madspildet. Vi har som mål, at 80 % af vores køkkener indfører portionering på dele af buffeterne.

## DYREVELFÆRD

Vi vil gerne bruge kød fra dyr, der har haft et anstændigt liv. Vi samarbejder med leverandører som opdrætter slagtedyr under fornuftige og forsvarlige forhold.

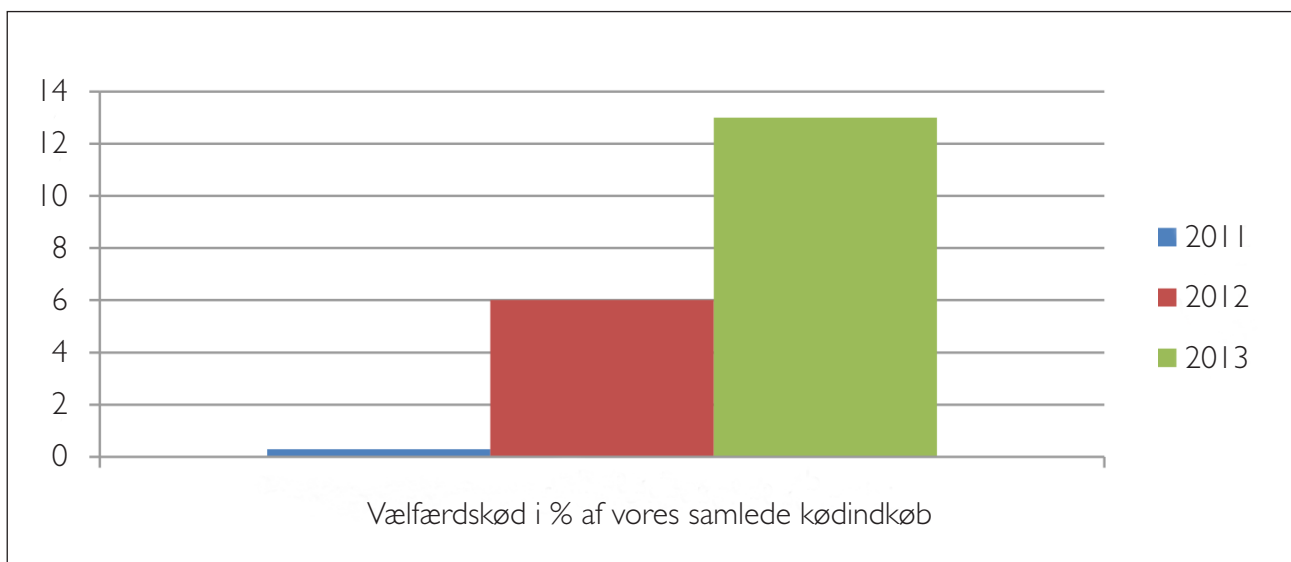
Det drejer sig om kød fra det fynske slagteri Grambogård og om kyllinger fra Hopballe Mølle. Tilsammen udgør disse 13 % af vores køb af ferske kødprodukter i 2013, hvilket er mere end en fordobling i forhold til 2012. Målet er at fortsætte med at øge denne andel.

## FISK

Flere fiskearter har været truet i mange år. Ved implementeringen af vores fiskepolitik har vi tilkendegivet en klar holdning over for kunder, medarbejdere og producenter omkring brugen af fisk i vores køkkener.

Fiskepolitikken er udviklet i samarbejde med Øresundsakvariet og WWF, hvor vi holder os opdateret omkring fiskebestande, naturen og miljøet omkring fiskene.

Vi ønsker ikke at servere fisk, som er truede. Derfor vil fisk på WWF's røde liste ikke blive anvendt i Fazers kantiner. Vi har siden 2010 efterlevet fiskepolitikken.





I det følgende beskrives, hvordan vi arbejder med økonomisk bæredygtighed herunder anti-korruption.

### FINANSIEL PRÆSTATION

Fazer har de seneste par år haft stort fokus på forretningsudvikling og vores resultater viser, at vi har succes med det. Vi har indført nye styresystemer forenkling af en række forretningsgange, blandt andet har vi indført elektronisk håndtering af bilag.

Resultaterne, som fremgår af vores årsregnskab, har været gode, ligesom vores kundetilgang de seneste år har været stigende.

Denne tilgang af nye kunder ser vi som en konsekvens af vores bæredygtige image og vores forretningsmæssige fokus.

### VÆRDIEN AF ET GODT IMAGE

Verden ændrer sig, og det samme gør vi. Vores satsninger på bæredygtighed, kombineret med vores kendte kvalifikationer inden for gastronomi, har resulteret i et kvalitetsimage, som vi er stolte af. Vi arbejder på, at denne satsning også skal kunne anvendes i vores kunders kommunikation af deres arbejde med samfundsansvar (CSR).

### ANTI-KORRUPTION

Fazer og vores ansatte må ikke give eller modtage nogen direkte eller indirekte bestikkelse eller andre fordele, der kan betragtes som bestikkelse eller korruption. Fazers regnskaber og dokumenter skal være nøjagtige og give et retvisende billede af aktuelle forhold.

### OVERHOLDELSE AF ETISKE PRINCIPPER

Alle medarbejdere forventes at overholde de etiske principper, som udleveres ved ansættelsen. Enhver medarbejder eller samarbejdspartner kan kontakte den administrerende direktør eller kvalitetschefen, vedrørende oplysninger om manglende overholdelse uden risiko for negative konsekvenser. Manglende overholdelse vil blive undersøgt, og ordentlige foranstaltninger vil blive truffet.



## SAMFUNDSANSVAR I VORES FORRETNINGSRELATIONER

I dette afsnit fortæller vi om arbejdet med CSR i vores forretningsrelationer. Vi sætter særligt fokus på vores leverandører og kunder.

Vi anerkender, at vores ansvar går videre end vores egne aktiviteter og også gælder de relationer, vi er en del af. Vi prioriterer at have ansvarlige relationer til vores leverandører, kunder, samarbejdspartnere og øvrige interessenter. Det handler dels om at have indflydelse på de forhold, som vi påvirker med vores forretning, men også om at skabe en reel mulighed for at kunne træffe de ansvarlige valg.

### LEVERANDØRER

Vores leverandører er med deres direkte indflydelse på vores produkter vigtige spillere i vores forretningskoncept, og vi har et nært samarbejde med dem. Vi mødes med, vurderer og evaluerer vores leverandører jævnligt, men vigtigst af alt, så er samarbejdet baseret på gensidig indsigt og tillid. Vores fokus på ansvarlighed i vores indkøb

tager udgangspunkt i et spørgeskema, der har til formål at afdække vores leverandørers status i forhold til CSR spørgsmål. Med afsæt i vores spørgsmål inviterer vi til dialog. Ønsket er et kompetent samarbejde, som eventuelt skal munde ud i en målbar forandringsproces inden for CSR spørgsmål.

I forhold til vores leverandører vil vi:

- *Indarbejde bæredygtighed i vores indkøbsaftaler*
- *Identificere nye muligheder for lokale, bæredygtige vareleverancer*

Et af vores årlige besøg hos den enkelte leverandør har særligt fokus på fødevarerikkerhed. Vi medbringer her en ekstern hygiejneauditør (BVQI), så vi sikrer, at vores høje hygiejnekrav efterleves og samtidig bevarer den fornuftige dialog. Vi måler på resultatet af disse besøg. Målet er, at resultatet skal være minimum 80.

KONTROLOMRÅDER	2013	2012	2011	2010
Egenkontrol				
Håndtering af fødevarer				
Hygiejne	95	91	80	86
Rengøring og vedligehold				
Skadedyrsbekæmpelse og affaldshåndtering				

*I skemaet ses den gennemsnitlige score af hygiejneinspektionerne.*

Vi har som mål, at vores nærmeste leverandører engagerer sig i arbejdet med at leve op til FN's retningslinjer for Menneskerettigheder og Erhverv - og at de indarbejder disse forventninger i deres måde at drive forretning på.

Vi inviterer til dialog og samarbejde om dette arbejde og anerkender, at implementeringen tager tid. Målet for 2014 er, at vi får fastlagt en tidsplan for dette arbejde.



## SAMFUNDSANSVAR I VORES FORRETNINGSRELATIONER

### KUNDER

Vores kunder møder vi med åbenhed og gennemsigtighed i forhold til vores præstationer og vores samfundsansvar. Vi afholder statusmøder med fast frekvens og aftaler med den enkelte kunde, hvorledes vi kommunikerer med gæsterne.

### EKSTERN EKSPERTISE

Vi samarbejder løbende med en række aktører, specielt inden for fødevareresektoren. Med hver deres ekspertise giver de værdifuld sparring og input, som vi aktivt inddrager i vores politikker og aktiviteter inden for samfundsansvar. Vi har bl.a. dialog med:

- *WWF i forbindelse med vores fiskepolitik*
- *Økologisk Landsforening i forbindelse med vores aftag af økologiske råvarer og udvikling af informationsmateriale rettet mod kunder og gæster*
- *Fødevarestyrelsen i forbindelse med udvikling af interne hygiejneprocedurer*
- *Forskere ved Øresundsakvariet omkring fiske fangstmetoder og leverandørkrav*
- *Six Continents Catering, et internationalt samarbejde om innovation, madtrends, køkkenindretning, drift og kvalitet.*

### FOR YDERLIGERE INFORMATION

For uddybning af denne CSR rapport kan der rettes henvendelse til:

Kvalitets- & miljøchef Lonnie Lund-Hansen  
e-mail: [lonnie.lund-hansen@fazer.com](mailto:lonnie.lund-hansen@fazer.com)

Adm. direktør Morten Hammerich  
e-mail: [morten.hammerich@fazer.com](mailto:morten.hammerich@fazer.com)