



FOOD FOLK

Åpenhetsrapporten for 2024

Food Folk Norge



Innhold

Sammendrag	4
Introduksjon	4
Forpliktelse til menneskerettigheter og sosial bærekraft	4
Vår tilnærming til aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter	5
Vår egen arbeidsstyrke	5
Vår verdikjede	6
Brev fra vår administrerende direktør	7
Uttalelse fra Food Folk Group CSIO	8
Generell beskrivelse av Food Folk Norge	9
Forankring av menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold	10
Vår forpliktelse	10
Våre retningslinjer	11
Styresett	12
Vår tilnærming til aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter	13
Metodikk	13
Risikobasert tilnærming, omfang og prioritering	13

Plan-gjør-sjekk-akt styringssystemmodell	14
Intern overvåking	14
Vår egen arbeidsstyrke	15
Intern bevissthet og opplæring	15
Mekanismer for klager fra ansatte	16
Ansattes engasjement	16
Vår verdikjede	17
Ansvarlig innkjøp	17
System for leverandørstyring	17
McDonald's ansvarlighetsprogram for leverandører på arbeidsplassen	18
Klagemekanisme for leverandører	19
Råvareleverandører	19
Andre leverandører	20
Lokalt interessentengasjement for menneskerettigheter	21
Konklusjon	22
Ordliste over enheter	23

Sammendrag

Introduksjon

Åpenhetsloven skal fremme selskapers respekt for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, samt sikre allmennhetens tilgang til informasjon om disse spørsmålene. Den krever at store virksomheter, både de som er basert i Norge og utenlandske virksomheter som tilbyr varer og tjenester i Norge, gjennomfører aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter i tråd med Organisasjonen for økonomisk samarbeid og utvikling (OECD) sine retningslinjer for multinasjonale selskaper. Dette betyr å identifisere, vurdere, forebygge, redegjøre for og følge opp hvordan organisasjonen håndterer faktiske og potensielle negative menneskerettighetsrisikoer på tvers av selskapets virksomhet, forsyningskjede og forretningsforbindelser.

Følgende rapport refererer til forretningsdrift og verdikjedeaktiviteter i Food Folk Group i Norge (heretter kalt Food Folk Norge). Food Folk Group er utviklingsrettighetshaver i McDonald's Group og er ansvarlig for drift og utvikling av McDonald's-merkevaren i Norge, enten direkte gjennom restauranter som eies og drives av Food Folk Norge, eller indirekte via restauranter som eies og drives av franchisetakere av Food Folk Norge. Food Folk Norge er uavhengig av McDonald's Corporation og dets datterselskaper og har forvaltet McDonald's-merkevaren i Norden siden 2017. I tillegg til Norge, fører Food Folk Group også tilsyn med driften og utviklingen av McDonald's-merket i Sverige, Finland og Danmark, selv om disse operasjonene er utenfor rammen av denne rapporten.

Forpliktelse til menneskerettigheter og sosial bærekraft

McDonald's Corporations forpliktelse til menneskerettigheter er fastsatt i deres retningslinjer for menneskerettigheter ([mcdonalds.com](https://www.mcdonalds.com)). Dens forpliktelse styres av FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter, den internasjonale menneskerettighetserklæringen og Den internasjonale arbeidsorganisasjonens (ILO) erklæring om grunnleggende prinsipper og rettigheter i arbeidslivet. McDonald's retningslinjer for menneskerettigheter gjelder for McDonald's Corporation og dets majoritetseide datterselskaper over hele verden. Selv om det ikke gjelder Food Folk Norge direkte, er Food Folk Norge forpliktet til å opprettholde prinsippene i McDonald's policy.

I tråd med avtalene med McDonald's har Food Folk Norge kontinuerlig styrket styringsstrukturer og implementert flere retningslinjer, prosedyrer og systemer for å opprettholde menneskerettigheter og dyrke trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser. Vi setter klare forpliktelser og retningslinjer for ansvarlig forretningsførsel for hele vår verdikjede, inkludert ansatte, leverandører og andre virksomheter vi samarbeider med.

I 2024, Food Folk Group:

- Fortsatte arbeidet med å forberede rapportering i henhold til EUs direktiv om bærekraftsrapportering (CSRD).
- Startet den andre fasen av sitt inkluderings-, rettferdighets- og mangfoldsprosjekt – Project Everyone – for å muliggjøre datadrevet overvåking og analyse av data relatert til trygg, respektfull og inkluderende praksis på arbeidsplassen.
- Startet en menneskerettighetsgjennomgang av konsernets leverandører av leveringstjenester – de som er ansvarlige for å transportere produkter til våre kunder (referert til som leveringsleverandører i denne rapporten).

Veiledet av vår tro på å drive virksomhet på en ansvarlig måte, forstår vi at det er en konstant prosess å gjennomgå organisasjonen vår for menneskerettighetsrisiko. Vi vil fortsette å oppdatere og justere retningslinjene og prosessene våre etter behov.

Vår tilnærming til aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter

Åpenhetsloven pålegger alle organisasjoner som omfattes av loven å gjennomføre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter og arbeidsforhold på tvers av selskapets virksomhet og leverandørkjede. Food Folk Norge har en helhetlig tilnærming til disse spørsmålene, og sikrer at de er integrert i selskapets verdier og operasjonelle praksis og prosedyrer i hele verdikjeden vår, og dekker vår virksomhet og forsyningskjede. Vi prioriterer potensielle konsekvenser for menneskerettighetene basert på alvorlighetsgrad og sannsynlighet for at de inntreffer, og tar en risikobasert tilnærming.

Vår egen arbeidsstyrke

Food Folk Norge er opptatt av å skape en respektfull og trygg arbeidsplass for våre ansatte, bygget på verdighet, mangfold, inkludering, sikkerhet og respekt. Våre ansatte må følge Food Folk Group Code of Conduct. Våre restauranter og franchisetakere er forpliktet til å følge våre interne retningslinjer, retningslinjer og prosedyrer for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, samt delta på obligatoriske McDonald's Corporation-opplæringer om å skape trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser og forebygging av vold på arbeidsplassen. Som arbeidsgiver i Norge er Matfolket Norge underlagt likestillings- og diskrimineringsloven, som blant annet innebærer plikt til å publisere en offentlig tilgjengelig likestillingsmelding.

Food Folk Norge forsterker sin forpliktelse til å skape respektfulle og trygge arbeidsplasser ved å delta i Food Folk Groups opplæringsprogrammer for ansatte og interne bevisstgjøringsaktiviteter, og følge Food Folk Groups etiske retningslinjer. Konsernet har

systemer på plass for ansatte og andre interessenter for å ta opp menneskerettighetsspørsmål og rapportere potensielle eller faktiske brudd på disse rettighetene eller andre klager.

I 2024 prioriterte Food Folk Group å styrke mangfold og inkludering i franchisetakerbasen, mens Food Folk Norge styrket ansattes tilbakemeldinger og engasjementsverktøy for å drive kontinuerlige forbedringer på tvers av vår virksomhet.

Vår verdikjede

Food Folk Norge streber etter å forankre rettferdige og etiske arbeidsplasstandarder i hele leverandørkjeden. Food Folk Group jobber med et mangfoldig, globalt nettverk av leverandører og andre virksomheter for å fortsette å øke kunnskapen om menneskerettighetsspørsmål og identifisere muligheter der selskapet kan drive fremgang i hele bransjen. Leverandører til McDonald's Corporation og alle som opererer under McDonald's-merket, inkludert Food Folk Group, Food Folk Norge og dets franchisetakere, må følge McDonald's Corporations globale etiske retningslinjer for leverandører og flere andre standarder, ansvarlighetsprogrammer og regelmessige revisjoner. Food Folk Norge har en omfattende on-boarding-prosess for alle nye mat- og emballasjелеverandører, som utgjør det meste av forsyningskjeden. Manglende overholdelse spores, og egnede oppfølgingstiltak iverksettes for å dempe negative konsekvenser.

I 2024 initierte Food Folk Group en gjennomgang av leveringspartnere og engasjerte seg med ulike typer interessentgrupper for å ta opp lokale spørsmål knyttet til menneskerettigheter.

Brev fra vår administrerende direktør

Siden den norske åpenhetsloven trådte i kraft i juli 2022, har Food Folk Norge jobbet jevnt og trutt for å sikre at vi ikke bare oppfyller lovens juridiske krav, men også det bredere ansvaret den representerer – å respektere og fremme menneskerettighetene i alt vi gjør.

Loven, som bygger på internasjonale standarder som FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer, oppfordrer selskaper som vårt til årlig å vurdere og rapportere om hvordan vi ivaretar menneskerettigheter og arbeidsforhold, både i vår egen virksomhet og i hele vår verdikjede. Jeg har gleden av å presentere Food Folk Norges tredje rapport om våre aktiviteter og resultater på dette området.

I Food Folk Norge tar vi vårt ansvar for å respektere menneskerettighetene på alvor. Vi er forpliktet til å skape trygge arbeidsplasser der alle som jobber med eller for oss føler seg støttet, styrket og har lik tilgang til alle våre muligheter og fordeler. For å støtte dette har vi implementert sterke retningslinjer og prosesser internt og i hele forsyningskjeden vår – som i stor grad består av norske leverandører.

Vi er også klar over at verden rundt oss er i endring. Geopolitiske endringer, utviklende markedsdynamikk og nye reguleringer betyr at vi må fortsette å gjennomgå arbeidet vårt på dette området. Derfor er vi fortsatt forpliktet til å foredle og forbedre praksisen vår på kontinuerlig basis – for å holde oss på linje med forventninger, juridiske krav og beste praksis.

Ann Helen Våge

Administrerende direktør

Folk Folk Norge

Uttalelse fra Food Folk Group CSIO

Hos Food Folk er respekt for menneskerettigheter en hjørnestein i vår virksomhet. Gjennom vår forretningsvirksomhet søker vi å sikre respekt for menneskerettighetene både for ansatte og for mennesker som vi er direkte og indirekte involvert med.

Som en del av det globale McDonald's-systemet er vår tilnærming styrt av McDonald's Corporations menneskerettighetspolitikk og i tråd med FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og Den internasjonale arbeidsorganisasjonens (ILO) erklæring om grunnleggende prinsipper og rettigheter på arbeidsplassen. Disse retningslinjene former våre systemer, standarder, praksiser og opplæring og standarder for ansatte. Vi forankrer aktivt disse menneskerettighetsprinsippene på tvers av våre fire markeder.

For dette formål søker vi hele tiden å utvikle og forbedre vår tilnærming til å ivareta menneskerettighetene. I 2024, i tillegg til å fortsette å forberede oss på det kommende EU-direktivet om bærekraftsrapportering (CSRD), lanserte vi vårt Franchisetakermangfoldprosjekt for å støtte vår ambisjon om å øke mangfoldet i franchisetakerbasen vår. I år var det også fortsatt fokus på å styrke våre interne prosedyrer for aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter. Gjennom Project Everyone la vi grunnlaget for bedre sporing av inkluderingsmålinger på tvers av arbeidsstyrken vår. Vi prioriterte også å gjennomføre en omfattende gjennomgang av menneskerettighetsbeskyttelse for våre leveringspartnere, som en voksende del av vår virksomhet.

Etter hvert som forretningsmiljøet fortsetter å endre seg med globale geopolitiske endringer og vår egen virksomhet fortsetter å utvikle seg, vil vi fortsette å gjennomgå våre menneskerettighetssystemer og retningslinjer. Vi vil fortsatt fokusere på å revurdere de potensielle menneskerettighetsrisikoene ved våre forretningsaktiviteter og forbedre beskyttelsen for potensielle menneskerettighetsrisikoer.

McDonald's har alltid vært et merke forankret i mennesker. Og vi vil fortsette å gjøre vårt aller beste for å opprettholde våre verdier og rettighetene til de som jobber innenfor og bidrar til systemene våre.

Laura Kemp-Pedersen

Sjef for bærekraft og påvirkning

Food Folk Group

Generell beskrivelse av Food Folk Norge

McDonald's-restauranter i Norden drives av Food Folk Group under en 20-årig utviklingslisens etablert i 2017. Food Folk Norge forvalter merkevaren McDonald's i det norske markedet med 85 restauranter, hvorav 14 er heleid av Food Folk Group og 71 drives av franchisetakere. Til sammen hadde restaurantene en samlet nettoomsætning på 3 619 millioner kroner i 2024, mens franchisetakerens restaurantsalg utgjorde 2 889 millioner kroner. Food Folk Norges virksomhet dekker lokal forretningsstrategi, innkjøp, franchising, markedsføring, personalutvikling og restaurantledelse. Noen av Food Folk Norges forretningsvirksomhet følger McDonald's Corporations krav og prosedyrer, mens andre styres lokalt.

McDonald's-visjonen, som Food Folk Norge deler, sentrerer seg om fem kjerneverdier: Serve, Inkludering, Integritet, Fellesskap og Familie. Disse verdiene danner ryggraden i merkevaren og støtter oppdraget om å gjøre deilige feel-good-øyeblikk enkelt for alle.

Food Folk System, som omfatter både Food Folk Norges egne restauranter og restauranter drevet av franchisetakere, er en del av et globalt McDonald's-system på tvers av over 100 land.

Forankring av menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold

Vår forpliktelse

I Food Folk Norge tar vi vårt ansvar for å ivareta menneskerettighetene og sikre anstendige arbeidsforhold i vår virksomhet og leverandørkjede på alvor. Våre forretningsprosesser gjenspeiler vår forpliktelse til å respektere menneskerettighetene, i tråd med FNs verdenserklæring om menneskerettigheter. Våre retningslinjer og prosedyrer angir våre forventninger til våre ansatte, franchisetakere, leverandører og andre virksomheter vi jobber med.

Food Folk Norge ser til McDonald's Corporations retningslinjer for menneskerettigheter for beste praksis og implementerer frivillig policyen og tilhørende veiledning på tvers av organisasjonen. Sist oppdatert i 2024, understreker retningslinjene McDonald's Corporations forpliktelse til ansvarlig forretningsatferd og styres av FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter, International Bill of Human Rights og prinsippene fastsatt i Den internasjonale arbeidsorganisasjonens erklæring om grunnleggende prinsipper og rettigheter på arbeidsplassen.

Food Folk Norge jobber som en del av Food Folk Group for å styrke og ytterligere forankre menneskerettigheter på tvers av organisasjonen. I 2024 fullførte Food Folk Group følgende handlinger:

- Fortsatte forberedelsene til rapportering i henhold til EUs direktiv om bærekraftsrapportering (CSRD). Food Folk Group gjennomførte en dobbel vesentlighetsvurdering i 2023 for å identifisere de viktigste (eller "vesentlige") bærekraftsrelaterte påvirkningene, risikoene og mulighetene. Resultatene av vurderingen ga verdifull innsikt for Food Folk Group, og fremhevet områder der virksomheten bør fokusere. I 2024 vurderte Food Folk Group resultatene av vurderingen og fastslo at den har retningslinjer og prosesser som tar for seg alle sine vesentlige spørsmål knyttet til menneskerettigheter. Food Folk Group vil fortsette å revidere den doble vesentlighetsvurderingen regelmessig for å sikre at den gjenspeiler det nåværende driftsmiljøet.
- Gjennomførte fase II av «Project Everyone» – en gjennomgang på Food Folk Group-nivå lansert i 2023 av konsernets retningslinjer og praksis for å sikre trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser. Målet var å skape en oversikt over gjeldende praksis for å muliggjøre samkjørt dialog på tvers av virksomheten vår om grunnleggende menneskelige spørsmål knyttet til medarbeideropplevelsen i restaurantene. I 2024 begynte Food Folk Group å utvikle et digitalt dashbord for å konsolidere og spore

ansattes opplevelse og utvalgte demografiske data – innenfor lovlige grenser. Når det er fullført, vil dashbordet gi en sanntidsoversikt over Food Folks prestasjoner når det gjelder inkludering, rettferdighet og mangfoldspraksis og støtte beslutningstaking rundt arbeidsplasspraksis.

- Startet en menneskerettighetsgjennomgang av Food Folk Groups matleveringsleverandører, som bringer menyen vår til kundene, som en del av pågående aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter på tvers av verdikjeden. Gjennomgangen tar sikte på å forstå hvordan disse leverandørene ivaretar og håndterer menneskerettigheter og arbeidsforhold i sin virksomhet og vil bli ferdigstilt i 2025.

Våre retningslinjer

Food Folk Norges forpliktelse til å respektere menneskerettighetene understøttes av våre prosesser, retningslinjer og etiske retningslinjer, som strekker seg over hele vår virksomhet og hele verdikjeden.

Følgende viktige retningslinjer og prosedyrer styrer arbeidet vårt:

Food Folk Groups retningslinjer som gjelder for Food Folk Norge:

- Food Folk Groups etiske retningslinjer.
- Food Folks Groups ansvarlige og etiske rekrutteringspolitikk.
- Food Folks Groups sier ifra-politikk.

McDonald's Corporations retningslinjer, retningslinjer og prosedyrer som er relevante for Food Folk Norge:

- McDonald's retningslinjer for menneskerettigheter.
- Global prinsipperklæring mot diskriminering, trakassering og gjengjeldelse.
- Global erklæring om prinsipper for forebygging av vold på arbeidsplassen.
- McDonald's ansvarlige og etiske rekrutteringsprinsipper.
- Globale merkevarestandarder.
- McDonald's etiske retningslinjer for leverandører.
- McDonald's Supplier Workplace Accountability Program (SWA).

- McDonald's Supplier Workplace Standards and Guidance Document (SWSGD).
- McDonald's prosedyrer for vurdering og onboarding av nye leverandører.
- McDonald's forpliktelse til skog og naturlige økosystemer.
- McDonald's forretningsintegritetslinje.

Besøk McDonald's nettsted for en forklaring av disse retningslinjene: [Menneskerettigheter \(mcdonalds.com\)](https://mcdonalds.com).

I tillegg til retningslinjene for McDonald's Corporation og Food Folk Group som er oppført ovenfor, har vi spesifikke lokale retningslinjer for arbeidsplasspraksis for restaurantene våre i Norge – for eksempel lokale helse- og sikkerhetsprosedyrer og forebygging av vold på arbeidsplassen. For å kontinuerlig forbedre resultatene gjennomgår vi regelmessig våre interne dokumenter, vurderer og administrerer potensielle faktorer, identifiserer muligheter for forbedring og implementerer nødvendige oppdateringer.

Styresett

Robust styring er avgjørende for å håndtere menneskerettighetsrisiko og sikre anstendige arbeidsforhold. For å sikre at respekt for menneskerettighetene er innebygd i våre styringsstrukturer, har Food Folk Group jobbet sammen med McDonald's Corporation for å implementere nøkkelytelsesindikatorer (KPIer) for å støtte ytelse på dette området, sammen med systemer for rapportering, dokumentasjon og løsning av problemer. I 2024 har Food Folk Groups fokus vært på å utvikle datasystemer og verktøy for å formalisere og styrke bærekraftige styringsstrukturer.

Food Folk Group har et dedikert bærekraftsråd som sporer fremgang mot alle ESG-mål, gjennomgår nye forskrifter og overvåker de vesentlige bærekraftspåvirkningene, risikoene og mulighetene som ble identifisert under den doble vesentlighetsvurderingen i 2023. Rådet består av relevante medlemmer av ledergruppen, inkludert administrerende direktør i Food Folk Norge.

En representant fra Food Folk Norge deltar også i Food Folk Groups Franchisetaker Bærekraftsforum. Forumet engasjerer seg direkte med franchisetakerrepresentanter fra alle de fire nordiske markedene (Danmark, Norge, Finland og Sverige) om viktige miljømessige og sosiale spørsmål.

I 2024 forberedte Food Folk Group seg på å utvide bærekraftsteamet sitt ved å rekruttere en Head of Strategy and Alignment. Rollens ansvar inkluderer å sikre overholdelse av relevante bærekraftsforskrifter, implementere Food Folk Groups ESG-strategi og sikre tilpasning av styring på tvers av de nordiske markedene.

Vår tilnærming til aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter

Åpenhetsloven pålegger alle virksomheter som omfattes av loven å gjennomføre aktsomhetsvurderinger i forhold til de aktiviteter som er direkte knyttet til selskapets egne forretningsmessige resultater. I tillegg til dette må virksomheter vurdere risiko for brudd på menneskerettighetene i driften av sine underleverandører og andre forretningsforbindelser.

Food Folk Norge har en helhetlig tilnærming for å sikre at menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold er integrert i våre konsernverdier, operasjonelle praksis og prosedyrer i hele vår verdikjede.

Metodikk

Loven pålegger selskaper å etablere systematiske prosesser for å sikre menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Dette inkluderer kartlegging og vurdering av faktiske og potensielle negative innvirkninger på grunnleggende menneskerettigheter knyttet til vår forretningsdrift, forsyningskjede og relasjoner. Loven krever at due diligence utføres regelmessig og i forhold til størrelsen, arten og konteksten til selskapet, og med tanke på sannsynligheten for alvorlige negative konsekvenser for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold.

Risikobasert tilnærming, omfang og prioritering

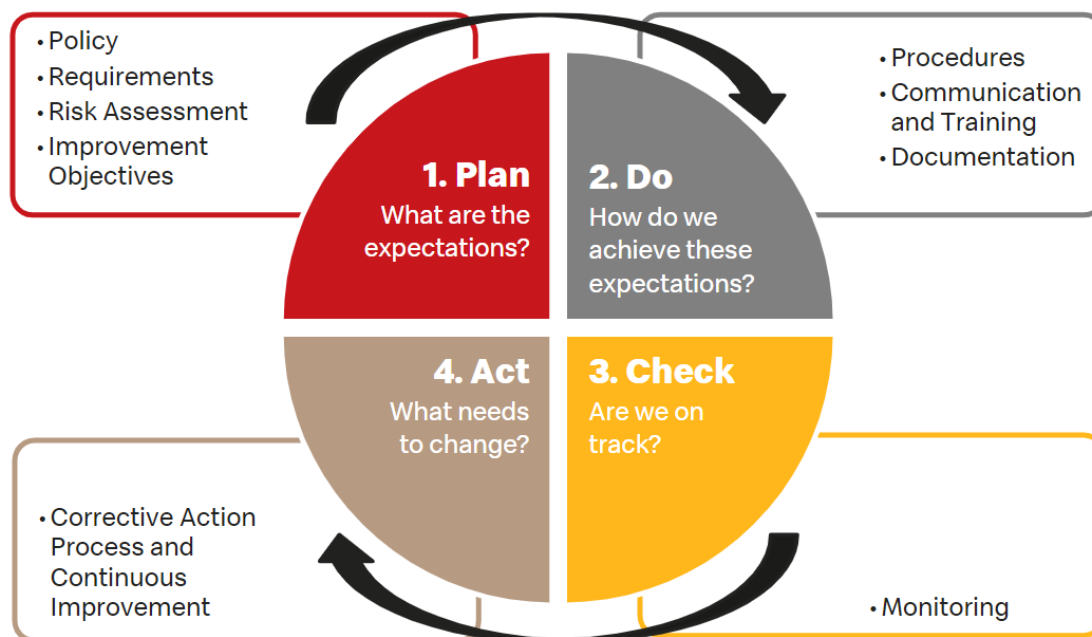
Som en del av verdikjeden for McDonald's Corporation er Food Folk Norges virksomhet og leverandører underlagt og følger due diligence-prosessene fastsatt av McDonald's Corporation. Food Folk Norges tilnærming ledes og suppleres også av Food Folk Groups prosesser.

McDonald's Corporation foretar systematiske og risikobaserte, dyptgående gjennomganger av potensielle og aktive leverandører for å identifisere problemer og konsekvenser som ikke er i samsvar med retningslinjene. McDonald's Corporation samler inn og analyserer informasjon og utfører risikovurderinger basert på innspill, inkludert: eksterne rapporter, selvevalueringsspørreskjemaer, revisjoner, handlingsplaner for forbedringer og interessentengasjement. Den identifiserer deretter passende forebyggings-, avbøtende og utbedringstiltak som skal utføres.

Food Folk Group prioriterer potensielle menneskerettighetspåvirkninger basert på alvorlighetsgrad og sannsynlighet for forekomst. Food Folk Norge følger disse kravene og gjennomgår jevnlig prioritering av negative konsekvenser, med tanke på lokal kontekst og utviklende geopolitiske hensyn.

Plan-gjør-sjekk-akt styringssystemmodell

McDonald's Corporation og Food Folk Norge bruker Plan-Do-Check-Act (PDCA) Management System Model for å forbedre interne og eksterne prosesser for leverandører. PDCA gir en enkel og effektiv tilnærming for å implementere forbedringer i forsyningskjeden.



PDCA-modellen støtter selskaper i vår verdikjede, inkludert leverandører, underleverandører og byråer, gjennom prosessen med:

- Utvikle organisatoriske forpliktelser og mål for å unngå eller håndtere visse risikoer (Plan).
- Etablere en struktur av prosedyrer og risikokontroller for å oppfylle disse målene (Do).
- Kontinuerlig forbedring av driften ved å overvåke (Check).
- Justere prosesser for å tette hull som kan tillate problemer å oppstå eller gjenta seg (Act).

Intern overvåking

Food Folk Groups interne overvåkingsprosedyrer hjelper Food Folk Norge med å forstå menneskerettighetsrisikoer i sin virksomhet og forsyningskjede på løpende basis. Food Folk Group overvåker interne forpliktelser, aktiviteter og mål knyttet til due diligence gjennom

regelmessige gjennomganger som dekker flere forretningsområder, inkludert forsyningskjeden. Overvåking utføres systematisk og eventuelle relevante tiltak som trengs håndteres på landnivå direkte med leverandørene. Resultatene rapporteres internt til de relevante nivåene i organisasjonen. Food Folk Group gjennomfører også periodiske vurderinger for å verifisere at risikoreduserende tiltak er iverksatt og negative konsekvenser er forhindret eller redusert.

Vår egen arbeidsstyrke

Food Folk Norge tilstreber å integrere ansvarlig næringsliv i vår virksomhet så godt som mulig. Vi er i tråd med Food Folk Groups forpliktelse til å skape en respektfull og trygg arbeidsplass bygget på verdighet, mangfold, inkludering og respekt for alle ansatte. Dette forsterkes av Food Folk Groups etiske retningslinjer signert av alle ansatte som jobber i Food Folk Norges hovedkontor. Vi ber også alle ledere i våre eide og franchiserestauranter om å anerkjenne og signere de etiske retningslinjene.

Alle Food Folk Groups restauranter og franchisetakere er pålagt å overholde interne retningslinjer, retningslinjer og prosedyrer for beskyttelse av menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Konsernets rekrutteringspolicy sikrer at etiske og ansvarlige prinsipper er forankret i ansettelsespraksis.

Restaurantrevisjoner dekker kritiske områder, inkludert juridisk overholdelse, McDonald's Global Brand Standards, ansvarlig rekrutteringspraksis og overholdelse av bransjens beste praksis. Food Folk Norge har tilpasset retningslinjene for å sikre at alle revisjonsspørsmål er tilpasset relevante norske lover og regler.

Intern bevissthet og opplæring

Food Folk Groups forpliktelse til å styre og drive virksomheten ansvarlig og dyrke respektfulle arbeidsplasser - bygget på verdighet, mangfold, inkludering, sikkerhet og respekt - er tydelig kommunisert gjennom Food Folk Groups opplæringsprogrammer for ansatte, interne bevisstgjøringsaktiviteter og Food Folk Group Code of Conduct. De etiske retningslinjene inkluderer etisk og juridisk ansvar og veiledning, samt informasjon om hvordan vi skal håndtere risikobaserte scenarier som våre ansatte kan støte på. Det refererer også til Food Folk Group Anti Bribery and Corruption Policy (som alle ansatte er pålagt å lese og overholde) samt McDonald's Corporations retningslinjer for menneskerettigheter.

Alle ansatte i Food Folk Group er pålagt å fullføre obligatorisk opplæring på trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser i løpet av de første 30 dagene de jobber for konsernet. Fullføringsrater overvåkes gjennom et internt e-læringssystem.

De siste årene har ungdomskriminalitet (forbrytelser begått av unge mennesker) blitt et økende problem i mange av lokalsamfunnene i Norge der vi driver våre restauranter. I 2024 utvidet Food Folk Norge sikkerhetsopplæringen i forebygging av ungdomskriminalitet til skiftledere, slik at flere ansatte i lederroller fikk tilgang til denne læringen.

Mekanismer for klager fra ansatte

Food Folk Group har etablert flere rapporteringskanaler for ansatte for å ta opp menneskerettighetsspørsmål og rapportere potensielle eller faktiske menneskerettighetsbrudd eller andre klager. Alle ansatte oppfordres til å rapportere mistenkte brudd på Food Folk Groups etiske retningslinjer eller mistenkte brudd på loven i samsvar med Food Folk Groups standard rapporteringsprosedyrer.

Food Folk Groups Speak-Up-policy gir veiledning om hvordan rapporter om bekreftede eller mistenkte tilfeller av svindel og uredelighet skal håndteres og gjelder for alle Food Folk-ansatte og forretningspartnere. Folk kan rapportere bekymringer direkte til sin leder eller medlemmer av ledergruppen, HR-avdelingen, deres lokale Compliance Officer (basert i Norge) eller Group Chief Compliance Officer/General Counsel. Hvis de ønsker å rapportere en bekymring anonymt, kan de bruke Food Folk Group Integrity Line, som drives av en uavhengig part.

Konsernets personalteam følger trinnene som er angitt i norsk varslingslov for å håndtere problemstillinger som reises via Food Folk Group Integrity Line. En uavhengig part administrerer Food Folk Group Integrity Line og leverer regelmessige sammendragsrapporter til Food Folk Group. I 2024 inkluderte disse rapportene økt datagranularitet, slik at konsernet bedre kunne forstå hvilke typer problemer ansatte rapporterer.

Ansattes engasjement

Food Folk Norge oppfordrer til åpen og ærlig kommunikasjon mellom ansatte og leverandører. Vi gjennomfører en «MyVoice»-pulsundersøkelse månedlig ved hovedkvarteret vårt og halvårlig på eide og franchiserestauranter. Vi skreddersyr spørsmålene i spørreundersøkelsen for å fange opp tilbakemeldinger i sanntid fra folk om pågående endringer eller prosesser, slik at vi kan iverksette passende tiltak som kan være nødvendige for å drive forbedringer. MyVoice-spørsmål dekker temaer knyttet til arbeidsforhold og medarbeidertilfredshet, inkludert nøkkeltemaer som mangfold og inkludering eller uredelighet. Undersøkelsen integrerer relevante spørsmål fra McDonald's Corporations årlige undersøkelse av sine ansatte.

I 2024 lanserte Food Folk Group sitt Franchisee Diversity-prosjekt for å forbedre mangfoldet i franchisetakerbasen. Konsernet gjennomførte en omfattende gjennomgang av

eksisterende prosesser for å etablere en mer rettferdig og mer inkluderende tilnærming til å tiltrekke, rekruttere, onboarde og beholde en mangfoldig gruppe franchisetakere. Food Folk Group organiserte også workshops og intervjuer med viktige interessenter for å informere om en ny strategi som adresserer arbeidsplassbarrierer for kvinnelige franchisetakere og fremmer et mer inkluderende arbeidsmiljø.

Vår verdikjede

Ansvarlig innkjøp

Food Folk Norge prioriterer å jobbe med leverandører som deler deres engasjement for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Food Folk Norges retningslinjer skisserer våre forventninger og styrker tilpasningen til leverandørene om tilnærming til virksomhet, bedriftsverdier og driftsprinsipper. Samlet sett er Food Folk Norges mål å levere ansvarlige innkjøpsprogrammer som driver varige, positive resultater for mennesker, dyr, miljø og vår organisasjon.

Food Folk Norge er en del av en stor, global forsyningskjede av mat- og emballasjeleverandører, samt leveranse-, anleggs- og byggeleverandører. Ved utgangen av 2024 hadde vi 81 mat-, drikke- og emballasjeleverandører (67 mat- og drikkeleverandører og 14 emballasjeleverandører). Alle våre mat- og emballasjeleverandører er norske og europeiske.

System for leverandørstyring

Sterke relasjoner med leverandører er en av de viktigste styrkene i vår virksomhet. Alle leverandører må forplikte seg til å opprettholde standardene som er skissert i McDonald's etiske retningslinjer for leverandører, uavhengig av kulturell, sosial og økonomisk kontekst. Dette inkluderer å oppfylle McDonald's Corporations standarder for menneskerettigheter, arbeidsmiljø, forretningsintegritet og miljøledelse.

McDonald's Corporations Supplier Workplace Standards and Guidance Document (SWSGD) distribueres til alle Food Folk Norways mat- og emballasjeleverandører og gir detaljert veiledning om hvert aspekt av Code of Conduct og hva leverandører forventes å overholde i sin virksomhet og leverandørkjeder for å oppfylle våre standarder.

Food Folk Norge forventer også at leverandørene implementerer egne styringssystemer for å sikre overholdelse av alle gjeldende lover og forskrifter, og med standarder og krav i henhold til McDonald's Corporation Supplier Code of Conduct. Dette inkluderer å ha klare og oppdaterte retningslinjer, en utpekt toppleder som er ansvarlig for overholdelse av

retningslinjer og prosedyrer, og veiledning om hvordan retningslinjene skal implementeres. Alle retningslinjer og prosedyrer må kommuniseres tydelig til alle ansatte.

McDonald's ansvarlighetsprogram for leverandører på arbeidsplassen

McDonald's Corporations Supplier Workplace Accountability (SWA)-program spiller en sentral rolle i å bidra til å fremme rettferdige og etiske arbeidsplassstandarder i Food Folk Norways leverandørvirksomhet. Programmet involverer engasjement og opplæring om emner som menneskerettigheter, sikkerhet på arbeidsplassen og forretningsintegritet, og tredjepartsverifisering av arbeidsplasspraksis. McDonald's Corporation tar en risikobasert tilnærming for å bestemme hvor og når de skal utføre SWA-revisjoner på stedet. Alle Food Folk Norway mat- og emballasjелеverandører er underlagt McDonald's Corporations SWA-program.

Food Folk Norge har en omfattende onboarding-prosess for alle nye mat- og emballasjелеverandører der vi vurderer nivået av overvåking som kreves under SWA-programmet. Alle leverandører får en introduksjon til programmet og engasjementsprosessen og er pålagt å anerkjenne leverandørens etiske retningslinjer, fylle ut et selvevalueringsspørreskjema (SAQ) og fullføre en SWA-revisjon på stedet.

SAQ hjelper leverandører med å vurdere risikoene sine og bedre forstå forventningene som er skissert i McDonald's Corporation Supplier Code of Conduct. Spørreskjemaet skal fylles ut årlig av alle registrerte og godkjente leverandører og dekker menneskerettigheter, forretningsintegritet, arbeidsmiljø, miljøledelse, styringssystemer og klagemekanismer. Det utfylte spørreskjemaet tjener til å etablere en grunnlinje for bærekraftspraksis og styringssystemer som Food Folk Norway kan spore leverandørens prestasjoner mot.

Alle revisjoner på stedet utføres av en tredjepart og vurderer arbeidsforholdene basert på de etiske kriteriene som er skissert i McDonald's Corporations etiske retningslinjer for leverandører og SWSGD. Revisjonene består av en fysisk inspeksjon av leverandøren og anlegget, konfidensielle intervjuer med arbeidere og en gjennomgang av anleggsjournaler og forretningspraksis. Der problemer identifiseres, etablerer leverandøren en korrigerende og forebyggende handlingsplan (CAPA). Når en leverandør ikke består en revisjon, får leverandøren besøk av Food Folk Quality and Supplier Sustainability-teamet innen tre måneder, og en ekstra revisjon fra en tredjepart. I 2024 ble det gjennomført 27 SWA-revisjoner på Food Folk Norges mat- og emballasjелеverandører (30 % av våre totale leverandører) og CAPA-er ble implementert etter behov. Av de 27 tilsynene ble tre identifisert som kritiske og gjenstand for ny revisjon. Disse er skissert nedenfor:

RELEVANT TEMA	BESKRIVELSE AV PROBLEMET	PRODUKSJONSLAND
<i>Relevant tema fremhevet i Code of Conduct</i>	<i>Beskrivelse av kritisk avvik i henhold til Food Folk Code of Conduct</i>	
Brannsikkerhet	Nødutganger blokkert	Norge
Brannsikkerhet	Uhensiktsmessig utforming eller installasjon av nødutgangsdører	Tyskland
Brannsikkerhet	Nødutganger blokkert	Norge

Food Folk Norge forårsaker eller bidrar ikke til disse problemene, men vi er knyttet til dem gjennom våre forretningsforbindelser. For hvert kritiske problem som ble identifisert, gjennomførte Food Folk Group et oppfølgingsbesøk på stedet for å støtte leverandøren i å utvikle og implementere en CAPA, og støtte leverandøren i å sikre at tilfellene av manglende overholdelse har blitt adressert og korrigert.

Klagemekanisme for leverandører

Food Folk Norge har som mål å sikre at alle arbeidere i leverandørkjeden har tilgang til effektive klage- og klagekanaler. Som en del av sine etiske retningslinjer for leverandører krever McDonald's Corporation at leverandører etablerer kanaler og programmer for å samle inn og håndtere rapporter om klager på arbeidsplassen, inkludert anonym rapportering. McDonald's Corporation og Food Folk Group krever også at leverandører holder sine egne leverandører til de samme standardene. Når Food Folk Norge mottar en klage, behandler de klagen etter behov, som kan inkludere samarbeid med de aktuelle partene i McDonald's Corporation og/eller Food Folk Group.

Råvareleverandører

Kontinuerlig utdyping av forståelsen av menneskerettighetsrisikoen forbundet med de ulike varene som kjøpes inn er nøkkelen til å opprettholde høye etiske standarder.

I 2018 engasjerte McDonald's Corporation en ekstern leverandør for å gjennomføre en Human Rights Impact Assessment (HRIA) på gårdsnivå. Vurderingen inkluderte også en interessentkonsultasjon med sentrale ikke-statlige organisasjoner (NGOer). Dette hjalp McDonald's Corporation med å forstå hvordan bransjeeksperter ser på menneskerettighetsrisikoene knyttet til spesifikke råvarer og deres syn på hvordan de best

kan redusere disse risikoene. Den bekrefter hvilke varer, for eksempel palmeolje, kaffe og te, som er assosiert med menneskerettighetsrisikoer i forsyningskjeden, med de mest fremtredende risikoene knyttet til helse og sikkerhet på arbeidsplassen, migrantarbeidere og anstendig arbeidstid.

For høyrisikovarer eller -regioner implementerer McDonald's Corporation ytterligere mekanismer sammen med SWA-programmet for å hjelpe til med å håndtere eventuelle menneskerettighetsrisikoer. Dette inkluderer innkjøp av Food Folk Norges største mat- og emballasjevolumer gjennom internasjonalt anerkjente tredjeparts sertifiseringsordninger som krever at leverandører respekterer menneskerettigheter og lokalsamfunn og opprettholder høye miljøstandarder. McDonald's Corporation har strenge retningslinjer for bærekraftig innkjøp som spesifiserer anskaffelser via akseptable sertifiseringsordninger, inkludert Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Rainforest Alliance, Fairtrade International, Forest Stewardship Council (FSC) og Program for the Endorsement of Forest Certification (PEFC). All malt og hel bønnekaffe som brukes i Food Folk Norges eide og franchise-restauranter i Norge, kommer fra Rainforest Alliance-sertifiserte kilder.

For å lære mer om sertifiseringene som brukes for høyprioriterte varer, se McDonald's Corporations nettsted på: [Responsible Sourcing \(mcdonalds.com\)](https://www.mcdonalds.com/responsible-sourcing).

Andre leverandører

Alle leverandører, inkludert underleverandører og virksomheter som er involvert i konstruksjon, anleggsforvaltning og levering, bes om å følge forpliktelsene i McDonald's etiske retningslinjer for leverandører. I tillegg:

- Food Folk Norge har en spesifikk klausul i sine kontrakter for ledende leverandører av bygg og anlegg som sier at entreprenøren er ansvarlig for at hans og underleverandørenes og samarbeidspartneres aktiviteter er i samsvar med norske lover, forskrifter og standarder for trygge arbeidsforhold.
- Food Folk Norge tredjepartskontrakten skisserer at våre leveringspartnere må overholde lokale lover og forskrifter. Vi har et nært samarbeid med våre kurerer basert på regelmessig og åpen kommunikasjon.

Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold er integrert i Food Folk Norges miljøstyringssystem (EMS) som brukes til å spore våre egne aktiviteter og aktivitetene til våre bygg- og anleggsleverandører. Før oppstart av et byggeprosjekt gjennomfører Food Folk Norge en helse- og sikkerhetsanalyse, i henhold til norsk lov. Kun leverandører med elektronisk ID-kort og verneutstyr kan komme inn på våre byggeplasser. Dette gjør at vi kan overvåke arbeidstiden og støtte arbeidstakernes helse og sikkerhet. I byggeperioden blir nye restauranter inspisert på ad hoc-basis av Arbeidstilsynet, som foretar en grundig gjennomgang av lokalene og personalet som jobber på stedet.

I 2024 initierte Food Folk Group en due diligence-gjennomgang av sine leveringspartnere, inkludert de som brukes i Norge. De første funnene viser at leveringsbransjen har et høyt volum av selvstendig næringsdrivende og uavhengige arbeidere som risikerer å falle utenfor lokale arbeidslover på grunn av deres klassifisering. Gjennom gjennomgangen har Food Folk Group som mål å styrke sin forståelse av menneskerettighetsrisikoen forbundet med sine partnere på tvers av markeder og lokale leveringspartnere og iverksette avbøtende tiltak der det er relevant og hensiktsmessig. I 2025 planlegger Food Folk Group å engasjere leveringspartnere om deres tilnærming til ansvarlig forretningsførsel, menneskerettigheter og arbeidsforhold. Dette vil informere og støtte Food Folk Groups tilnærming til due diligence for menneskerettigheter med leveringspartnere fremover og bygger på kontinuerlig forbedring på dette området.

Food Folk Norge mottok én henvendelse etter publisering av vår første norske åpenhetslovrapport i 2023. Ved undersøkelser fant vi ingen tilfeller av manglende overholdelse av retningslinjene våre. Det ble ikke mottatt henvendelser i 2024.

Lokalt interessentengasjement for menneskerettigheter

I Food Folk Norge fortsetter vi å utvikle vår tilnærming til interessentengasjement og partnerskap med våre lokalsamfunn for å støtte vår bredere innsats for aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter. Food Folk Group Franchisetaker Sustainability Forum, som møtes flere ganger i året, gir et rom for franchisetakerrepresentanter til å dele menneskerettighetsrelaterte initiativer, lærdom og utfordringer fra lokalsamfunnene deres. Disse møtene gir verdifull innsikt som blir gitt tilbake til konsernet. Food Folk Norway samarbeider også med andre McDonald's utviklingsrettighetshavere i andre markeder for å dele kunnskap og kompetanse om temaet menneskerettigheter.

Food Folk Norge samarbeider med ulike interessentgrupper for å bidra til å løse bredere spørsmål knyttet til menneskerettigheter i det norske samfunnet. I 2024 samarbeidet Food Folk Norway med kommuner, lokalt politi og idrettslag for å gi arbeidserfaring og skape trygge møteplasser for ungdom. Gjennom samarbeidet kunne Food Folk Norway tilby jobbmuligheter på McDonald's-restaurantene i Norge til noen av ungdommene som var involvert. I tillegg fortsatte Food Folk Norge og Ronald McDonald Barnefond i 2024 samarbeidet med Stine Sofies Stiftelse, en veldedig organisasjon som jobber for å skape trygge og støttende miljøer for barn og unge som har vært utsatt for vold og overgrep.

Konklusjon

I Food Folk Norge er vi fortsatt opptatt av å ivareta menneskerettighetene og sikre anstendige arbeidsforhold gjennom hele verdikjeden vår. Som en del av Food Folk Group er vi godt posisjonert for å forsterke og ytterligere forankre menneskerettighetsprinsipper i hele organisasjonen, og demonstrere vår forpliktelse til ansvarlig forretningsatferd på alle nivåer.

Vi erkjenner at det å styrke vår tilnærming til menneskerettigheter i vår virksomhet er en kontinuerlig reise. I 2024 fortsatte vi å utvikle tilnærmingen vår, inkludert å starte den andre fasen av «Project Everyone» for å fremme trygg, respektfull og inkluderende praksis på arbeidsplassen. Food Folk Group startet også en menneskerettighetsgjennomgang av leveringsleverandørene våre og engasjerte seg med en rekke interessenter for å bidra til å forhindre menneskerettighetsrisiko i lokalsamfunnene våre. Dette er bare noen av tiltakene vi tar som en del av vår bredere forpliktelse til å opprettholde de høyeste standardene for menneskerettigheter gjennom relevante retningslinjer og praksis og langsiktige partnerskap med leverandører.

Etter hvert som det operasjonelle landskapet utvikler seg og nye risikoer dukker opp, er det viktig at Food Folk Norge opprettholder og utvider prosesser for aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter for å drive ytterligere forbedring. I 2025 vil vi jobbe med å forbedre våre data- og rapporteringsevner ytterligere og bygge enda tettere samarbeid med leverandører om menneskerettighetsspørsmål – for å sikre at vår tilnærming forblir i tråd med den nyeste forskriften og beste praksis.

Ann Helen Våge

Administrerende direktør

Food Folk Norge

21.06.25

Ordliste over enheter

- **Food Folk Group Holdings AS** omtales som «Food Folk Group» og «konsernet» i denne rapporten. Den dekker Food Folks virksomhet i Sverige, Danmark, Norge og Finland.
- **Food Folk Norge AS (inkludert datterselskaper)** – Food Folks virksomhet i Norge – uavhengig av McDonald's Corporation og dets datterselskaper – omtales i denne rapporten som «Food Folk Norway».
- **Norsk matfolkesystem** omtales i denne rapporten som «Matfolkesystemet». Den dekker Food Folk Norges virksomhet, inkludert egne restauranter og franchiserestauranter.
- **McDonald's Corporation** brukes hele veien for å referere til det uavhengige tredjepartsselskapet som Food Folk Group har lisens fra.
- **McDonald's Group** brukes til å referere til McDonald's Corporation og dets datterselskaper.