



FOOD FOLK

Åpenhetsrapporten for 2025

Food Folk Norge



Innholdsfortegnelse

Sammendrag	4
Introduksjon	4
Forpliktelse til menneskerettigheter og sosial bærekraft	4
Vår tilnærming til menneskerettighetsaktsomhet	5
Vår egen arbeidsstyrke	6
Vår verdikjede	6
Brev fra vår administrerende direktør	8
Uttalelse fra Food Folk Group Impact Director	9
Generell beskrivelse av Food Folk Norge	10
Å forankre menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold	11
Vårt engasjement	11
Våre retningslinjer	13
Styring	14
Dobbel materialitetsvurdering	14
Vår tilnærming til menneskerettighetsaktsomhet	15
Metodikk	15
Risikobasert tilnærming, avgrensning og prioritering	15

Plan-Do-Check-Act Management System-modellen	16
Intern overvåking	16
Vår egen arbeidsstyrke	18
Restaurantrevisjoner	18
Intern bevissthet og opplæring	19
Mekanismer for ansattklager	19
Medarbeiderengasjement	20
Inkludering og mangfold	20
Vår verdikjede	22
Ansvarlig innkjøp	22
Leverandørstyringsystem	22
McDonald's Supply Chain Human Rights Program	23
Leverandørklagemekanisme	25
Vareleverandører	25
Andre leverandører	26
Lokal interessentinvolvering i menneskerettigheter	27
Konklusjon	28
Ordlister over enheter	29

Sammendrag

Introduksjon

Den norske åpenhetsloven er ment å fremme selskapenes respekt for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, samt sikre offentlig tilgang til informasjon om disse spørsmålene. Den krever at store bedrifter, både de som er basert i Norge og utenlandske virksomheter som tilbyr varer og tjenester i Norge, gjennomfører due diligence-vurderinger av menneskerettigheter i tråd med OECDs retningslinjer for multinasjonale foretak. Dette innebærer å identifisere, vurdere, forebygge, redegjøre for og følge opp hvordan organisasjonen håndterer faktiske og potensielle negative menneskerettighetsrisikoer og konsekvenser på tvers av selskapets drift, forsyningskjede og forretningsforbindelser.

Følgende rapport omhandler forretningsdrift og verdikjedeaktiviteter i Food Folk Group i Norge (heretter kalt Food Folk Norge). Food Folk Group har en utviklingslisens fra McDonald's Group og har ansvar for drift og utvikling av McDonald's-merket i Norge, enten direkte gjennom restauranter eid og drevet av Food Folk Norge, eller indirekte via restauranter eid og drevet av franchisetakere fra Food Folk Norge. Food Folk Norge er uavhengig av McDonald's Corporation og dets datterselskaper, og har drevet McDonald's-merket i Norge siden 2017. I tillegg til Norge har Food Folk Group også ansvar for drift og utvikling av McDonald's-merket i Danmark, Finland og Sverige, selv om disse operasjonene ligger utenfor denne rapportens rammer.

Forpliktelse til menneskerettigheter og sosial bærekraft

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

I tråd med avtalene med McDonald's Corporation har Food Folk Norge kontinuerlig styrket styringsstrukturene og implementert flere retningslinjer, prosedyrer og systemer for å ivareta menneskerettigheter og fremme trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser. Vi setter klare forventninger og retningslinjer for ansvarlig forretningsatferd for hele vår verdikjede, inkludert ansatte, leverandører og andre virksomheter vi samarbeider med.

I 2025, Food Folk Group:

- Fortsatte arbeidet med å forberede rapportering under EUs direktiv om bærekraftsrapportering (CSRD) i et skiftende regulatorisk landskap.
- Styrket personalanalyseudbordet ved å inkludere flere persondata for å forbedre beredskapet for regulatorisk rapportering og overvåking.
- Gjennomførte en menneskerettighetsgjennomgang av konsernets matleveringstjenester – de som transporterer menyen vår til kundene våre (omtalt som leveringsleverandører gjennom hele rapporten).

Veiledet av vår tro på å drive virksomhet ansvarlig, forstår Food Folk Norge at det å gjennomgå organisasjonen vår for menneskerettighetsrisiko er en kontinuerlig prosess. Vi vil fortsette å oppdatere og tilpasse våre retningslinjer og prosesser etter behov.

Vår tilnærming til menneskerettighetsaksomhet

Den norske åpenhetsloven krever at alle organisasjoner som omfattes av loven utfører aksomhet av menneskerettigheter og arbeidsforhold i hele selskapets drift og forsyningskjede. Food Folk Norge har en helhetlig tilnærming til disse spørsmålene, og sørger for at de innlemmes i selskapets verdier, driftspraksis og prosedyrer gjennom hele verdikjeden, og dekker både drift og forsyningskjede. Vi prioriterer mulige konsekvenser for menneskerettighetene basert på alvorlighetsgrad og sannsynlighet for at det skjer, og tar en risikobasert tilnærming.



Vår egen arbeidsstyrke

Food Folk Norge er forpliktet til 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 obligatorisk opplæring i McDonald's Corporation om å skape trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser og forebygging av vold på arbeidsplassen. Som arbeidsgiver i Norge er Food Folk Norge underlagt Ligestillings- og diskrimineringsloven, som inkluderer plikt til å publisere en offentlig tilgjengelig likestillingsrapport.

Food Folk Norge forsterker sitt engasjement for å skape respektfulle og trygge arbeidsplasser ved å delta i Food Folk Groups opplæringsprogram for ansatte og interne bevisstgjøringsaktiviteter, samt følge Food Folk Groups etiske retningslinjer. Food Folk Group har systemer på plass for ansatte og andre interessenter til å ta opp menneskerettighetsspørsmål og rapportere eventuelle potensielle eller faktiske brudd på disse rettighetene eller andre klager.

Food Folk Norge er fortsatt forpliktet til å styrke mangfoldet blant sine franchisetakere, spesielt ettersom vi fortsetter å utvide vårt franchisenettverk. I 2025 var 15 % av Food Folk Norges franchisetakere kvinner.

Vår verdikjede

Food Folk Norge jobber for å integrere rettferdige og etiske arbeidsstandarder gjennom hele forsyningskjeden. Food Folk Group samarbeider 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 deres franchisetakere, må følge McDonald's Corporations leverandørkodeks og flere andre standarder, ansvarlighetsprogrammer og regelmessige revisjoner. Food Folk Norge har en omfattende onboarding-prosess for alle nye mat- og emballasjелеverandører, som utgjør mesteparten av forsyningskjeden. Manglende etterlevelse spores, og passende oppfølgingstiltak iverksettes for å redusere negative konsekvenser.

Food Folk Group fortsetter å engasjere seg med ulike typer interessentgrupper for å ta opp lokale spørsmål knyttet til menneskerettigheter. I 2025 gjennomførte Food Folk Group en gjennomgang av menneskerettighets- og arbeidslivsrisikoer knyttet til leveringsleverandører, inkludert i Norge, ved bruk av skrivebordsbasert analyse, leverandørinnspill og tilbakemeldinger fra interessenter for å identifisere og prioritere de

mest fremtredende problemene. Arbeidet fremhevet at selv om risikoer rammer arbeidstakere generelt, kan selvstendig næringsdrivende og selvstendige arbeidere bli utsatt for økt eksponering der beskyttelse under lokal arbeidsrett ikke gjelder. Etter gjennomgangen styrket konsernet kontraktskravene for alle sine leverandører i de nordiske markedene (Danmark, Finland, Norge og Sverige) og vil fortsette interessentengasjement og fremdriftsovervåking i 2026. Gruppen igangsatte også en egen due diligence-gjennomgang av byggenæringen i 2026, med start i Food Folk Norge.



Brev fra vår administrerende direktør

Hos Food Folk Norge er vi forpliktet til å respektere menneskerettigheter og sikre anstendige arbeidsforhold i hele vår drift og verdikjede. Siden den norske åpenhetsloven trådte i kraft i 2022, har den bidratt til å veilede og styrke vårt arbeid på dette området; ikke bare for å oppfylle de juridiske kravene, men også det bredere ansvaret loven representerer: å opprettholde og fremme menneskerettigheter i alt vi gjør. Jeg er glad for å presentere Food Folk Norges fjerde rapport om våre menneskerettighetsprosesser, handlinger og resultater innen due diligence for menneskerettigheter.

Vårt fokus er fortsatt på å skape arbeidsplasser hvor våre ansatte føler seg trygge, respekterte og styrket, med lik tilgang til de mulighetene vi tilbyr. I år fortsatte vi å investere i initiativer som støtter tilgjengelighet og inkludering av arbeidsliv i Norge, og bidrar til å sikre at restaurantene våre er innbydende arbeidsplasser og fellesskap, og at muligheter er tilgjengelige for folk som ofte er underrepresentert i arbeidsmarkedet.

Vår dialog i fjor med Likestillings- og diskrimineringsombudet bekreftet vårt fokus på å fremme viktigheten av trygge og respektfulle arbeidsplasser for alle våre ansatte. Dette inkluderte å gi et formelt skriftlig svar som del av en dialog med andre selskaper om likestilling og antidiskrimineringspraksis, og bekreftet vårt engasjement for åpenhet og ansvarlighet på dette området.

Samtidig erkjenner vi at verden rundt oss er i utvikling, formet av geopolitiske endringer, regulatoriske endringer og markedsdynamikk. Dette er alle konstante påminnelser om at vi må fortsette å gjennomgå vårt arbeid med menneskerettigheter og arbeidsforhold. Vi er fortsatt forpliktet til kontinuerlig å forbedre vår tilnærming for å holde oss i tråd med lovkrav, interessenters forventninger og beste praksis.

Ann Helen Våge
Administrerende direktør
Food Folk Norge

Uttalelse fra Food Folk Group Impact Director

Hos Food Folk Group er respekt for menneskerettigheter ikke bare en politikk – det er en grunnleggende del av hvordan vi driver virksomhet. I alt vi gjør, har vi som mål å sikre at folk blir behandlet med verdighet og rettferdighet, enten det er våre egne ansatte eller personer vi er knyttet til gjennom vår bredere verdikjede.

Som en del av det globale McDonald's-systemet er vårt arbeid styrt av McDonald's Corporations menneskerettighetspolitikk og i tråd med internasjonalt anerkjente standarder, inkludert FNs retningslinjer for næringsliv og menneskerettigheter og Den internasjonale arbeidsorganisasjonens (ILO) erklæring om grunnleggende prinsipper og rettigheter på arbeidsplassen. Disse rammeverkene former hvordan vi designer systemene våre, våre daglige praksiser, samt opplæring og standarder på tvers av alle fire markedene våre.

Vi er forpliktet til kontinuerlig å styrke hvordan vi beskytter menneskerettighetene. I 2025 fortsatte vi å forberede oss på fremtidig bærekraftsrapportering ved å forbedre våre datainnsamlingssystemer og adressere mangler identifisert i en intern gjennomgang. Vi gjennomførte også en menneskerettighetsgjennomgang av matleveringssegmentet og skisserte ytterligere forventninger og krav knyttet til menneskerettigheter og arbeidsforhold for våre leveringsleverandører.

Dette året brakte også et viktig skifte i hvordan vi styrer påvirkning og menneskerettigheter i hele vår forsyningskjede. Vi oppdaterte vår styringsmodell slik at ansvaret for vår impact-strategi ligger nærmere menneskene og beslutningene som former den. Parallelt tilpasset vi våre krav til forsyningskjeden med McDonald's Corporations oppdaterte Supplier Code of Conduct og Supply Chain Human Rights Program (tidligere Supplier Workplace Accountability Program), og vi implementerte Sedex Members Ethical Trade Audit 4-Pillar (SMETA 4P) revisjonsprotokollen.

McDonald's har alltid vært et merke forankret i mennesker. Hos Food Folk Group vil vi fortsette å gjøre vårt aller beste for å leve opp til våre verdier og for å beskytte og fremme rettighetene til alle som jobber i, med og rundt våre systemer.

Linda Nordgren
Impactdirektør
Food Folk Group

Generell beskrivelse av Food Folk Norge

Food Folk Norge forvalter McDonald's-merket i det norske markedet¹ med 95 restauranter i 2025, hvorav 16 eies helt av Food Folk Group og 79 drives av franchisetakere (2024: 85, 14 og 71). Sammen hadde restaurantene en samlet nettoomsättning på 4 040 millioner NOK i 2025 (2024: 3 619 millioner), mens franchiseinnetagernes restaurantsalg utgjorde 3 186 millioner NOK (2024: 2 889 millioner). Food Folk Norges virksomhet dekker lokal forretningsstrategi, innkjøp, franchising, markedsføring, personalutvikling og restaurantledelse. Noen av Food Folk Norges virksomheter følger McDonald's Corporations krav og prosedyrer, mens andre administreres lokalt.

McDonald's visjon, som Food Folk Norge deler, fokuserer på fem kjerneverdier: Serve, Inkludering, Integritet, Fellesskap og Familie. Disse verdiene utgjør ryggraden i merket og støtter dets oppdrag om å gjøre deilige feel-good-øyeblikk enkle for alle.

Food Folk System, som inkluderer både Food Folk Norges egne restauranter og restauranter drevet av franchisetagere, er en del av et globalt McDonald's-system i over 100 land.



¹ McDonald's-restauranter i Norden drives av Food Folk Group under en 20-årig utviklingslisens etablert i 2017.

Å forankre menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold

Vårt engasjement

Hos Food Folk Norge tar vi vårt ansvar for å ivareta menneskerettigheter og sikre anstendige arbeidsforhold i vår drift og forsyningskjede på alvor. Våre forretningsprosesser gjenspeiler vårt engasjement for å respektere menneskerettighetene, i samsvar med FNs verdenserklæring om menneskerettigheter. Våre retningslinjer og prosedyrer fastsetter våre forventninger til våre ansatte, franchisetakere, leverandører og andre virksomheter vi samarbeider med.

Food Folk Norge ser til McDonald's Corporations menneskerettighetspolitikk for beste praksis og implementerer frivillig retningslinjene og tilhørende retningslinjer i hele organisasjonen. Policyen understreker McDonald's Corporations forpliktelse til ansvarlig forretningspraksis og er veiledet av FNs retningslinjer for næringsliv og menneskerettigheter, Den internasjonale menneskerettighetserklæringen og prinsippene i Den internasjonale arbeidsorganisasjonens erklæring om grunnleggende prinsipper og rettigheter på arbeidsplassen.

Food Folk Norge arbeider som en del av Food Folk Group for å styrke og ytterligere forankre menneskerettighetene i hele organisasjonen. I 2025 fullførte Food Folk Group følgende overordnede strategiske tiltak til støtte for dette:

- Fortsatte forberedelsene til rapportering under EUs direktiv om bærekraftsrapportering (CSRD), til tross for at EU Omnibus-pakke forsinket konsernets tidsplan for obligatorisk rapportering. I 2025 inkluderte dette effektivisering av helse- og sikkerhetsdata ved å forbedre datarapporteringsverktøy som en del av en bredere innsats for å styrke datafundamentet, styrke datasikkerheten og støtte større harmonisering på tvers av konsernets markeder. I 2026 vil Food Folk Group gjennomgå sin dobbel materialitetsvurdering (DMA) for å reflektere dagens driftsmiljø.
- Styrket vårt personalanalysedatadashbord ved å inkludere flere persondata, noe som forbedret vår beredskap for regulatorisk rapportering og løpende overvåking. Det oppdaterte dashbordet inkluderer nøkkelindikatorer som muliggjør datadrevet sporing av fremdriften vår, og hjelper Food Folk Group med å identifisere forbedringsområder i personalpraksis om nødvendig.

I 2025 gjennomførte Food Folk Norge følgende tiltak til støtte for sitt engasjement for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold:

- Installere flere Changing Places-toaletter (CPT-er) i restaurantene våre i Norge, som hjelper personer med flere og komplekse funksjonsnedsettelser til å delta mer fullt ut i hverdagen. Toalettene løser et kritisk gap i tilgjengelighet ved å tilby utstyr som takløfter, voksenstørrelse skiftebenker og nok plass til en eller to assistenter. De første CPT-ene i Norden åpnet på McDonald's-restauranter i Norge i 2024. Per 2025 er det ni CPT-er i restaurantene våre, med planer om å utvide videre og oppmuntre andre offentlige og private aktører til å følge etter.
- Samarbeidet med Helt Med, en fremtredende norsk sivilsamfunnsorganisasjon som legger til rette for arbeidsmuligheter for personer med nevro-utviklingshemninger og ulike kognitive evner ved å matche folk til jobber basert på deres interesser og styrker. Helt Med støtter både arbeidstaker og arbeidsgiver gjennom onboarding, opplæring og regelmessige oppfølginger for å hjelpe plasseringene å lykkes på lang sikt. Per 2025 samarbeider 11 Food Folk Norge-restauranter med Helt Med. Dette samarbeidet gjenspeiler Food Folk Norges bredere engasjement for menneskerettigheter på arbeidsplassen ved å tilby skreddersydde arbeidsmuligheter og fremme retten til arbeid og ikke-diskriminering for grupper som er underrepresentert i arbeidsmarkedet.



Våre retningslinjer

Food Folk Norges forpliktelse til å respektere menneskerettigheter er forankret i våre prosesser, retningslinjer og etiske retningslinjer, som strekker seg over hele virksomheten og hele verdikjeden.

Følgende viktige retningslinjer og prosedyrer styrer vårt arbeid:

Food Folk Groups retningslinjer som gjelder for Food Folk Norge:

- Food Folk Gruppens etiske kodeks.
- Food Folks ansvarlige og etisk rekrutteringspolitikk.
- Food Folk Speak-Up-politikk.

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

- McDonald's menneskerettighetspolitikk.
- Global erklæring om prinsipper mot diskriminering, trakassering og gjengjeldelse.
- Global Statement of Principles for forebygging av vold på arbeidsplassen.
- McDonald's ansvarlige og etiske rekrutteringsprinsipper.
- Globale merkevarestandarder.
- People Brand Standards.
- McDonald's leverandørkodeks.
- McDonald's Supply Chain Human Rights Program (SCHR).
- McDonald's leverandørarbeidsplassstandarder og veiledningsdokument (SWSGD).
- McDonald's prosedyrer for vurdering og onboarding av nye leverandører.
- McDonalds engasjement for skoger og naturlige økosystemer.
- McDonald's forretningsintegritetslinje.

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

I tillegg til McDonald's Corporation og Food Folk Group-retningslinjene nevnt 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 jevnlig våre interne dokumenter, vurderer og håndterer potensielle faktorer, identifiserer forbedringsmuligheter og implementerer nødvendige oppdateringer.

Styring

Robust styring er avgjørende for å håndtere menneskerettighetsrisiko og sikre anstendige arbeidsforhold. For å sikre at respekt for menneskerettigheter er integrert i våre styringsstrukturer, samarbeider Food Folk Group med McDonald's Corporation for å implementere nøkkelindikatorer (KPI-er) for å støtte ytelsen på dette området, sammen med systemer for rapportering, dokumentasjon og løsning av problemer. Food Folk Group jobber for tiden med å implementere et sentralt knutepunkt for håndtering av miljø-, sosial- og styringsdata (ESG) for å støtte regulatorisk rapportering, ytelsesrapportering og dataanalyse, slik at vi kan levere på våre KPI-er.

I 2025 omstrukturerte Food Folk Group teamet som har ansvar for ESG og påvirkning – og erstattet Sustainability Council med en Impact Steering Committee som rapporterer til Senior Leadership Team. Komiteen inkluderer toppledere fra hele Food Folk Group og har ansvar for beslutningstaking om koordinerte ESG- og impact-initiativer.

Nordic Franchisee Leadership Council (NFLC) fungerer som det primære franchiseforumet innenfor gruppens styringsstruktur. Den fungerer som en nøkkelplattform for franchisetagernes engasjement, samarbeid og beslutningstaking når det er nødvendig.

Dobbel materialitetsvurdering

Food Folk Group gjennomførte en dobbel materialitetsvurdering (DMA) i 2023 for å forberede seg på fremtidig CSRD-rapportering og for å forstå sine viktigste (eller 'vesentlige') bærekraftsrelaterte konsekvenser, risikoer og muligheter (IROer). I vurderingen identifiserte vi potensielle IRO-er knyttet til arbeidsforhold og menneskerettigheter – områder som vi bekreftet blir adressert gjennom våre strategier for påvirkning og personalressurser (HR). Food Folk Group, inkludert Food Folk Norge, er forpliktet til å administrere våre IRO-er, og informasjon knyttet til vår tilnærming og handlinger finnes gjennom hele denne rapporten.

Food Folk Group vil fortsette å gå jevnlig gjennom dobbel materialitetsvurdering for å sikre at den reflekterer dagens driftsmiljø, med neste oppdatering planlagt i 2026 for å forberede fremtidige rapporteringer.

Vår tilnærming til menneskerettighetsaksomhet

Den norske åpenhetsloven krever at alle virksomheter som omfattes av loven gjennomfører due diligence-vurderinger i forhold til aktiviteter som er direkte knyttet til selskapets egen forretningsytelse. I tillegg må selskaper vurdere risikoen for brudd på menneskerettighetene i virksomheten til sine underleverandører og andre forretningsforbindelser.

Food Folk Norge tar en helhetlig tilnærming for å sikre at menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold integreres i våre bedriftsverdier, driftspraksis og prosedyrer gjennom hele vår verdikjede.

Metodikk

Loven krever at selskaper etablerer systematiske prosesser for å sikre menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Dette inkluderer kartlegging og vurdering av faktiske og potensielle negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter knyttet til våre forretningsdrifter, forsyningskjede og relasjoner. Loven krever at aktsomhet utføres regelmessig og i forhold til selskapets størrelse, art og kontekst, og at sannsynligheten for alvorlige negative konsekvenser for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold tas i betraktning.

Risikobasert tilnærming, avgrensning og prioritering

Som en del av McDonald's Corporations verdikjede 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 Group-prosessene.

McDonald's Corporation gjennomfører systematiske og grundige risikobaserte gjennomganger av potensielle og aktive leverandører for å identifisere problemer og konsekvenser som er i strid med deres retningslinjer. McDonald's Corporation samler inn og analyserer informasjon og utfører risikovurderinger basert på input, inkludert: eksterne rapporter, selvvurderingsskjemaer, revisjoner, handlingsplaner for forbedringer og interessentengasjement. Deretter identifiserer den passende forebyggings-, avbøtende og utbedringstiltak som skal iverksettes.

Food Folk Group prioriterer potensielle konsekvenser for menneskerettigheter basert på alvorlighetsgrad og sannsynlighet for at det skjer. Food Folk Norge følger disse kravene og gjennomgår jevnlig prioriteringen av negative konsekvenser, med hensyn til lokal kontekst og utviklende geopolitiske hensyn.

Plan-Do-Check-Act Management System-modellen

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 tilbyr 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:

- Utvikling av organisatoriske forpliktelser og mål for å unngå eller håndtere visse risikoer (Plan).
- Etablering av en struktur av prosedyrer og risikokontroller for å nå disse målene (Do).
- Kontinuerlig forbedring av driften ved å overvåke ytelse og resultater (Check).
- Justering av 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 drift 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 nødvendige tiltak håndteres direkte på landsnivå sammen med leverandørene. Resultatene rapporteres internt til relevante nivåer i organisasjonen. Food Folk Group gjennomfører også periodiske vurderinger for å verifisere at risikotiltak er implementert og at negative konsekvenser er forhindret eller dempet.



Vår egen arbeidsstyrke

Food Folk Norge streber etter å integrere ansvarlig forretningsatferd i vår virksomhet så fullt 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 Group Code of Conduct, som signeres av alle ansatte som jobber ved Food Folk Norges hovedkontor. Vi ber også alle ledere i våre egneide og franchiseide restauranter om å anerkjenne og signere Food Folk Group Code of Conduct.

Alle Food Folk Groups restauranter og franchisetagere er pålagt å følge interne retningslinjer, retningslinjer og prosedyrer for å beskytte menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Konsernets rekrutteringspolitikk sikrer at etiske og ansvarlige prinsipper er integrert i ansettelsespraksisen.

Restaurantrevisjoner

Food Folk Norge gjennomfører revisjoner av sine egneide og franchiseide restauranter for å sikre at hver restaurant opprettholder en respektfull arbeidskultur for de ansatte.

Restaurantrevisjoner dekker kritiske områder, inkludert juridisk etterlevelse, McDonald's Global Brand Standards, ansvarlig rekrutteringspraksis og etterlevelse av bransjens beste praksis. Food Folk Norge har tilpasset revisjonsspørsmål og retningslinjer fra McDonald's Corporation for å sikre at alle revisjonsspørsmål er i samsvar med relevant norsk lov og regelverk.

Food Folk Norge gjennomfører Putting People First Visits (PPFVs) på sine egneide og franchiseide restauranter for å vurdere samsvar med standardene for rettferdige arbeidsforhold og ansvarlige arbeidsforhold. Revisjonene, utført av interne driftskonsulenter, utgjør en sentral del av Food Folk Groups bredere due diligence-prosess. I 2025 gjennomførte Food Folk Norge 96 PPFV-revisjoner, inkludert fem oppfølgingsbesøk hvor innledende revisjoner identifiserte manglende etterlevelse. Dette markerer en forbedring fra 2024, da 96 PPFV-revisjoner ble gjennomført og 12 påkrevde oppfølgingsbesøk. I 2025 forble medarbeiderutvikling det primære fokusområdet, støttet gjennom målrettede tiltak for å styrke opplærings- og utviklingskapasiteten, særlig gjennom rollen som Crew Trainers, som vil forbli en prioritet i 2026.

I tillegg til PPFV-revisjonene gjennomfører McDonald's Corporation oppfølgingsbesøk for å gjennomgå implementeringen av McDonald's People Brand Standards. I 2025 mottok åtte restauranter i Norge disse besøkene, inkludert både egneide og franchiseide restauranter.

Det norske Arbeidstilsynet gjennomfører også årlig annonserte besøk til både egneide og franchiseide restauranter som en del av sitt mandat for å håndheve arbeidsmiljøloven og ivareta ansattes rettigheter. I 2025 var fokuset for disse besøkene det psykososiale

arbeidsmiljøet. Etter regulatoriske endringer i den norske arbeidsmiljøloven, som trådte i kraft 1. januar 2026 for å klargjøre eksisterende krav på dette området, vil Food Folk Norge fortsette å styrke relaterte praksiser i 2026.

Intern bevissthet og opplæring

Food Folk Groups forpliktelse til å lede og drive virksomheten ansvarlig og dyrke respektfulle arbeidsplasser – bygget på verdighet, mangfold, inkludering, sikkerhet og respekt – kommuniseres tydelig gjennom Food Folk Groups opplæringsprogrammer, interne bevissthetsaktiviteter og Food Folk Group sine etiske retningslinjer. Etiske retningslinjer inkluderer etiske og juridiske forpliktelser og veiledning, samt informasjon om hvordan man kan håndtere risikobaserte situasjoner som ansatte i Food Folk Group kan møte. Den refererer også til Food Folk Group Anti-Bribery and Corruption Policy (som alle ansatte må lese og følge) samt McDonald's Corporations menneskerettighetspolicy.

I 2025 fortsatte Food Folk Group, inkludert Food Folk Norge, å prioritere utvikling av skiftledere, og anerkjente skiftledere som avgjørende for ansvarlig drift og overholdelse av interne standarder. Åpningen av flere nye restauranter de siste årene har ytterligere økt etterspørselen etter kvalifiserte skiftledere. For å støtte jevn ytelse introduserte gruppen et nytt globalt verifiseringsverktøy for skiftledere og oppdaterte sjekklisten før skift for å styrke daglige rutiner og konsekvente arbeidsrutiner. Kapasitetsbygging ble ytterligere støttet gjennom fire digitale opplæringsøkter som dekket kjerneferdigheter innen ledelse, operasjonell gjennomføring og kontinuerlig forbedring. Gruppen opprettholdt også et fokus på langsiktig kapasitet ved å styrke den interne pipelinen for fremtidige skiftledere, inkludert å styrke rollen til Crew Trainers som et viktig tidlig steg i utviklingsreisen.

Alle ansatte i Food Folk Group, samt våre franchisetagere, må gjennomføre obligatorisk opplæring om trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser i løpet av sine første 30 dager i gruppen, samt opplæring i forebygging av vold på arbeidsplassen innen de første 14 dagene. Fullføringsrater overvåkes gjennom et internt e-læringssystem. I 2025 fullførte 100 % av nye ansatte opplæring i trygge, respektfulle og inkluderende arbeidsplasser innen 30 dager, og 100 % fullførte voldsforebyggende opplæring innen 14 dager. I 2026 planlegger vi å gjennomgå opplæringsplanen for trygg, respektfull og inkluderende opplæring på arbeidsplasser og opplæring i forebygging av vold på arbeidsplassen.

Mekanismer for ansattklager

Food Folk Group har etablert flere rapporteringskanaler for ansatte for å ta opp menneskerettighetsspørsmål og rapportere potensielle eller faktiske brudd på menneskerettighetene eller andre klager. Alle ansatte oppfordres til å rapportere eventuelle mistenkte brudd på Food Folk Groups Code of Conduct eller mistenkte lovbrudd 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 bør håndteres, og gjelder for alle ansatte og forretningspartnere i Food Folk Group. Folk kan rapportere bekymringer direkte til sin leder eller medlemmer av lederteamet, HR-avdelingen, sin lokale compliance-ansvarlig (basert i Norge) eller konsernets 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.

Gruppens personalteam følger trinnene fastsatt i norsk varslingslov for å håndtere saker som reises via Food Folk Group Integrity Line. En uavhengig part administrerer Food Folk Group Integrity Line og leverer regelmessige oppsummeringsrapporter til Food Folk Group om hvilke typer problemer ansatte rapporterer.

Medarbeiderengasjement

Food Folk Norge oppmuntrer til åpen og ærlig kommunikasjon mellom ansatte og leverandører. Vi gjennomfører en 'MyVoice'-pulsundersøkelse månedlig på vårt hovedkontor og annethvert år hos egneide og franchiseide restauranter. Vi tilpasser undersøkelsesspørsmålene for å fange sanntidstilbakemeldinger fra folk om pågående endringer eller prosesser, slik at vi kan iverksette nødvendige tiltak for å drive forbedringer. MyVoice-spørsmål dekker temaer knyttet til arbeidsforhold og medarbeidertilfredshet, inkludert nøkkeltémaer som mangfold og inkludering eller dårlig oppførsel. Undersøkelsen integrerer relevante spørsmål fra McDonald's Corporations årlige undersøkelse blant sine ansatte. I 2025 var Food Folk Norges ansatt-netto promoterscore fra MyVoice-pulsundersøkelsene 7,7. Deltakelsesraten i våre undersøkelser i 2025 var i gjennomsnitt 61 %, og Food Folk Norge jobber fortsatt med å øke dette tallet.

Gjennom hele året engasjerer Food Folk Norge seg med ansatte og kunder om saker som er viktige for dem og som samsvarer med våre verdier, inkludert å arrangere kontorsamlinger for å øke bevisstheten og oppmuntre til dialog for arrangementer som den internasjonale kvinnedagen, Pride-måneden og Verdens mentale helsedag. Restaurantledere har tilgang til de samme nettbaserte materialene som kontorledere bruker og kan velge å tilby lignende aktiviteter.

Inkludering og mangfold

Inkludering og mangfold er sentrale for Food Folk Groups langsiktige forretningsresultater og suksess. Ved å samle mennesker med ulike bakgrunner, erfaringer og perspektiver, styrker vi beslutningstaking og støtter innovasjon. Å reflektere lokalsamfunnene og kundene vi betjener hjelper oss også å forstå og møte deres behov bedre, noe som gjør tilbudene våre mer relevante og styrker vår rolle som et pålitelig merke og arbeidsgiver.

I 2025 var kjønnsfordelingen i Food Folk Norge ² som følger:

- Ledere: 66,66 % kvinner / 33,33 % menn.
- Personalledere: 50 % kvinner / 50 % menn.
- Veiledere: 47 % kvinner / 53 % menn.
- Restaurantsjefer: 38,1 % kvinner / 61,9 % menn.
- Kontoransatte: 47 % kvinner / 53 % menn.

Food Folk Norge har også et mangfold av nasjonaliteter i arbeidsstyrken, med omtrent 100 nasjonaliteter representert.

I 2025 bekreftet Food Folk Norge sitt engasjement for mangfold, likestilling og inkludering (DEI) ved å engasjere seg med det norske likestillings- og diskrimineringsombudet, som inviterte flere selskaper til å diskutere likestillings- og antidiskrimineringspraksis. Som en del av denne prosessen svarte selskapet også på ombudsmannens forespørsel om et formelt skriftlig svar, noe som viste sin vilje til å være åpen og ansvarlig i sine DEI-arbeid. Food Folk Norge følger fortsatt norsk lov, og på enkelte områder går det utover gjeldende regelverk. For eksempel overstiger vår bygging av tilgjengelige toaletter for Changing Places de juridiske kravene til universell design.

Food Folk Group har fortsatt fokus på å forbedre mangfoldet i sin franchisetagerbase. Kjønsdiversiteten blant franchisetagere varierer mellom gruppens markeder, men er overveiende mannlig. I 2025, etter implementeringen av Franchisee Diversity Strategy, startet gruppen prosessen med å oppdatere kommunikasjonsmateriell for å adressere barrierer og forbedringsområder identifisert i 2024. Vi forbedrer kontinuerlig rekrutteringsprosessen basert på tilbakemeldinger, og tar grep for å øke bevisstheten og promotere franchisemuligheten til et bredere talentfelt.

Food Folk Norge er fortsatt forpliktet til å styrke mangfoldet blant sine franchisetagere, spesielt ettersom vi fortsetter å utvide vårt franchisenettverk. I 2025 var 15 % av Food Folk Norges franchisetagere kvinner.

² Vi erkjenner at kjønnsidentiteter er mangfoldige og ikke begrenset til kategoriene «mann» og «kvinne». Vi utforsker hvordan vi kan utvikle våre data- og HR-systemer for bedre å reflektere dette, samtidig som vi forblir i samsvar med gjeldende lokale lover og regler. I mellomtiden vil vi fortsette å rapportere basert på den informasjonen vi har tilgjengelig for øyeblikket.

Vår verdikjede

Ansvarlig innkjøp

Food Folk Norge prioriterer samarbeid med leverandører som deler deres engasjement for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Food Folk Norges koder og retningslinjer beskriver våre forventninger og styrker samsvar med leverandører om tilnærming til forretning, bedriftsverdier og driftsprinsipper. Overordnet sett er Food Folk Norges mål å levere ansvarlige innkjøpsprogrammer som gir varige, positive resultater for mennesker, dyr, miljøet og vår organisasjon.

Food Folk Norge er en del av en stor, global forsyningskjede av mat- og emballasjелеverandører, samt leverandører innen levering, fasiliteter og bygg. Ved utgangen av 2025 hadde vi 74 leverandører innen mat, drikke og emballasje (2024: 81), bestående av 59 mat- og drikkeleverandører og 15 emballasjелеverandører (2024: 67 og 14). Alle våre mat- og emballasjелеverandører er norske og europeiske.

Leverandørstyringssystem

Sterke relasjoner med leverandører er en av hovedstyrkene i virksomheten vår. Alle leverandører må forplikte seg til å overholde standardene som er fastsatt i McDonald's Corporations leverandørkodeks, 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 Norges mat- og emballasjелеverandører og gir detaljert veiledning om hvert aspekt av etiske retningslinjer og hva leverandører forventes å overholde i sine operasjoner og forsyningskjeder for å oppfylle våre standarder.

I 2025 oppdaterte McDonald's Corporation Supplier Code of Conduct for å begrense arbeidstiden for leverandøransatte til 60 timer per uke (fra 80 timer) og heve minimumsalderen for arbeidstid til 15 (fra 14 år).

Food Folk Norge forventer også at leverandører implementerer egne styringssystemer for å sikre overholdelse av alle gjeldende lover og forskrifter, samt standarder og krav under McDonald's Corporations leverandørkodeks. Dette inkluderer å ha klare og oppdaterte retningslinjer, en utpekt seniorleder som er ansvarlig for etterlevelse av retningslinjer og prosedyrer, samt veiledning om hvordan retningslinjene skal implementeres. Alle retningslinjer og prosedyrer må kommuniseres tydelig til alle ansatte.

McDonald's Supply Chain Human Rights Program

McDonald's Corporations Supply Chain Human Rights (SCHR)-program (tidligere kjent som Supplier Workplace Accountability eller 'SWA'-programmet) spiller en sentral rolle i å fremme rettferdige og etiske arbeidsstandarder hos Food Folk Norges leverandørvirksomhet. I 2025 ble SWA-programmet omprofilert til SCHR for å reflektere fokus på kontinuerlig forbedring i overvåking, avbøting og respons på menneskerettighetstrender og forretningsprioriteringer. SCHR støtter overholdelse av standardene og forventningene som er beskrevet i McDonald's Corporations leverandørkodeks gjennom en nettbasert opplæringsplattform som dekker temaer som menneskerettigheter, arbeidsplassikkerhet og forretningsintegritet.

I 2025 gikk McDonald's Corporation over fra sin proprietære SWA-revisjon til Sedex Members Ethical Trade Audit 4-Pillar (SMETA 4P)-protokollen, som en del av denne rebrandingen. Overgangen fulgte nylige oppdateringer av SMETA 4P-protokollen, noe som gjorde at den samsvarte med McDonald's Corporations behov. I tillegg forbedrer overgangen til et bransjeledende verktøy effektiviteten ved å redusere revisjonstretthet og kostnader, ettersom leverandører ikke lenger trenger å gjennomgå og betale for dupliserte kunderevisjoner. Alle Food Folk Norge mat- og emballasjeverandører er underlagt McDonald's Corporations SCHR-program og SMETA 4P-protokollrevisjoner.

Food Folk Norge har en omfattende onboarding-prosess for alle nye mat- og emballasjeverandører, hvor vi vurderer nivået av overvåking som kreves under SCHR-programmet. Alle nye leverandører får en introduksjon til programmet og engasjementsprosessen, og må anerkjenne McDonald's Corporations leverandørkodeks og fylle ut et Sedex selvvurderingsskjema (SAQ), etterfulgt av en revisjon av SMETA 4P-protokollen på stedet.

Sedex SAQ hjelper leverandører med å vurdere sine risikoer og bedre forstå forventningene slik de er beskrevet i McDonald's Corporations leverandørkodeks. Spørreskjemaet må fylles ut årlig av alle registrerte og godkjente leverandører og dekker menneskerettigheter, forretningsintegritet, arbeidsmiljø, miljøledelse, styringssystemer og klagemekanismer. Det utfylte spørreskjemaet fungerer som et grunnlag for bærekraftspraksis og styringssystemer som Food Folk Norge kan følge leverandørens ytelse mot.

Alle SMETA 4P-revisjoner på stedet utføres av et Sedex- og McDonald's-godkjent revisjonsfirma for å vurdere arbeids-, helse- og sikkerhetsforhold, samt miljø- og forretningsetisk forhold basert på [Ethical Trading Initiatives grunnkode](#) og McDonald's Corporations leverandørkodeks. McDonald's Corporation har inngått samarbeid med Sedex for å sikre at SMETA 4P-revisjoner utført hos McDonald's-leverandører oppfyller standardene fra den tidligere SWA-revisjonen, noe som gjenspeiler de etiske kriteriene som er beskrevet i Supplier Code of Conduct og SWSGD. Revisjonene består av en fysisk inspeksjon av leverandøren og anlegget, konfidensielle intervjuer med ansatte, og en gjennomgang av

anleggets registre og forretningspraksis. Der problemer identifiseres, må leverandøren sende inn en korrigerende handlingsplan (CAP) via Sedex-plattformen.

I tillegg har McDonald's Corporation prioritert 14 vurderingsområder som kritiske, og krever at leverandører prioriterer CAP-er for disse problemene. Leverandører vurderes på hvert område, med lavere karakterer som krever oppfølgingsrevisjon og løpende overvåking.

I 2025 ble det gjennomført 34 SMETA-protokollrevisjoner (2024: 27) på Food Folk Norges mat- og emballasjeleverandører (79 % av våre totale leverandører), og CAP-er ble implementert etter behov. Av de 34 revisjonene ble 5 identifisert som kritiske og gjenstand for revisjon (2024: 3). Disse er skissert nedenfor:

RELEVANT TEMA	BESKRIVELSE AV UTGAVEN	PRODUKSJONS LAND
<i>Relevant tema fremhevet i McDonald's Corporations leverandørkodeks</i>	<i>Beskrivelse av kritisk manglende etterlevelse i henhold til McDonald's Corporations leverandørkodeks</i>	
Arbeidsforhold	Helse- og sikkerhetsopplæring er ikke detaljert og hovedsakelig fokusert på matsikkerhet	Nederland
Ansvarlig rekruttering	Feil formulering i kontrakter	Norge
Arbeidsforhold	Blokkerte nødutganger og nødinnsamlingspunkter er ikke merket	Italia
Arbeidsforhold	Brannøvelsene dekket ikke kvelds- og nattskift, og det var ingen røykvarslere i garderobene	Finland
Ansvarlig rekruttering	Manglende dokumentasjon for å verifisere arbeidsforhold for arbeidstakere ansatt hos en tredjepart	Tyskland

Food Folk Norge forårsaker eller bidrar ikke til disse problemene, men vi er knyttet til dem gjennom våre forretningsforbindelser.

I tillegg til implementeringen av McDonald's Corporations styrkede leverandørkodeks, fortsetter McDonald's Corporation å forbedre sine interne systemer for å reflektere den nye SMETA 4P-protokollen. Under denne overgangen har McDonald's Corporations styrkede krav

og implementeringen av den nye SMETA 7.0-sjekklisten for revisjoner resulterte i et høyere antall kritiske revisjoner enn tidligere rapportert.

Leverandørklagemekanisme

Food Folk Norge har som mål å sikre at alle arbeidere i forsyningskjeden har tilgang til effektive klage- og klagekanaler. Som en del av sin leverandørkodeks krever McDonald's Corporation at leverandører etablerer kanaler og programmer for å samle inn og håndtere rapporter om arbeidsplassklager, 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, håndterer de klagen etter behov, noe som kan inkludere samarbeid med relevante parter innen McDonald's Corporation og/eller Food Folk Group.

Vareleverandører

Å stadig utdype vår forståelse av menneskerettighetsrisikoene knyttet til de ulike varene som hentes inn, er nøkkelen til å opprettholde høye etiske standarder.

En landbruksbasert Human Rights Impact Assessment utført i 2018 hjalp McDonald's Corporation med å forstå hvordan bransjeksperter ser på menneskerettighetsrisikoene knyttet til spesifikke råvarer og deres syn på hvordan disse risikoene best kan reduseres. Den bekreftet hvilke råvarer, som palmeolje, kaffe og te, som er forbundet med menneskerettighetsrisikoer i forsyningskjeden, med de mest fremtredende risikoene knyttet til arbeidsmiljø, migrantarbeidere og anstendig arbeidstid. Siden 2018 har McDonald's Corporation oppdatert disse funnene for nøkkelråvarer i 2020 og 2021, og oppdatert anbefalingene gjennom interessentens involvering. Aktivt engasjement i bransjegrupper og sertifiseringsordninger holder McDonald's Corporation informert om de siste risikotrendene og tiltakene for å redusere risiko på tvers av prioriterte råvarer og geografier.

For høyrisikovarer eller regioner implementerer McDonald's Corporation ytterligere mekanismer ved siden av SCHR-programmet for å hjelpe til med å håndtere eventuelle menneskerettighetsrisikoer. Dette inkluderer å skaffe Food Folk Norges største mat- og emballasjevolumer gjennom internasjonalt anerkjente tredjepartssertifiseringsordninger som krever at leverandører respekterer menneskerettigheter og lokalsamfunn, og opprettholder høye miljøstandarder. McDonald's Corporation har strenge retningslinjer for bærekraftig innkjøp som spesifiserer innkjøp 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 og varm sjokolade som brukes i Food Folk Norges egneide og franchiseide restauranter i Norge, kommer fra Rainforest Alliance-sertifiserte kilder.

For å lære mer om sertifiseringene som brukes for høyt prioriterte råvarer, se McDonald's Corporations nettside: [Responsible Sourcing \(mcdonalds.com\)](https://www.mcdonalds.com).

Andre leverandører

Alle leverandører, inkludert underentreprenører og virksomheter involvert i bygging, fasilitetsforvaltning og levering, bes følge forpliktelsene i McDonald's Corporations leverandørkodeks.

Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold er en integrert del av Food Folk Norges miljøstyringssystem (EMS), som brukes til å spore våre egne aktiviteter og våre leverandørers anlegg og anlegg. Før et byggeprosjekt startes, utfører Food Folk Norge en helse- og sikkerhetsanalyse, slik norsk lov krever. Kun leverandører med elektroniske ID-kort og verneutstyr kan komme inn på byggeplassene våre. Dette gjør at vi kan overvåke arbeidstiden og støtte arbeidstakernes helse og sikkerhet. I byggeperioden blir nye restauranter inspisert ad hoc av Arbeidstilsynet, som gjennomfører en grundig gjennomgang av lokalene og ansatte på stedet.

Food Folk Norge har en spesifikk klausul i sine kontrakter for leverandører av blykonstruksjon som sier at entreprenøren er ansvarlig for å sikre at dens aktiviteter og underleverandørers og partners aktiviteter overholder norske lover, regler og standarder for trygge arbeidsforhold.

I 2025 startet Food Folk Group en menneskerettighetsgjennomgang av byggenæringen, med start i Food Folk Norge. Funnene vil informere og støtte Food Folk Groups tilnærming til menneskerettighetsdue diligence med disse leverandørene fremover, med utgangspunkt i kontinuerlig forbedring på dette området.

Vi har et nært samarbeid med våre leveringsleverandører basert på regelmessig og åpen kommunikasjon. I 2025 gjennomførte Food Folk Group en menneskerettighetsgjennomgang av matleveringssegmentet og dets leverandører, inkludert de som var kontraktet i Norge. Gjennomgangen besto av flere trinn, inkludert:

- En skrivebordsgjennomgang av relevante artikler, rapporter, markedstrender og lovgivning.
- En undersøkelse sendt til alle leveringsleverandører i Norge for å samle informasjon om forebygging og avbøting av menneskerettighetshendelser.
- Ekstern interessentinvolvering i Sverige og Norge for å bekrefte identifiserte risikoer og gi overordnet tilbakemelding.
- En vurdering av alvorlighetsgraden og sannsynligheten for de mest fremtredende problemene knyttet til dette segmentet.

Funnene viste at selv om alle arbeidstakere står overfor lignende risikoer knyttet til menneskerettigheter og arbeidsforhold, er disse risikoene økte for selvstendig næringsdrivende og selvstendige arbeidere, som kan falle utenfor lokale arbeidslover.

Som svar på disse funnene oppdaterte Food Folk Group i 2025 kontraktmessige krav for alle sine leveringsleverandører for å adressere de mest fremtredende risikoene og problemene som ble identifisert – relevant for alle Food Folk Norges leveringsleverandører. Food Folk Norges tredjepartskontrakt beskriver at våre leveringsleverandører må følge lokale lover og forskrifter, og setter forventninger til helse og sikkerhet, ikke-diskriminering og lik behandling, tilgang til klagemekanismer og kontinuerlig forbedring i tråd med internasjonale standarder. I 2026 vil Food Folk Group fortsette å samarbeide med lokale aktører i de nordiske markedene og følge med på fremdriften gjennom løpende dialog.

Food Folk Norge mottok ingen henvendelser etter publiseringen av vår rapport om Åpenhetsloven i 2024 (én i 2023).

Lokal interessentinvolvering i menneskerettigheter

Hos Food Folk Norge fortsetter vi å utvikle vår tilnærming til interessentengasjement og partnerskap med lokalsamfunnene våre for å støtte våre bredere menneskerettighetsundersøkelser. Vi samarbeider også med andre McDonald's Corporations utviklingslisensnehavere i andre markeder for å dele kunnskap og ekspertise om menneskerettigheter.

Food Folk Norge og dets franchisetagere samarbeider med ulike interessentgrupper for å bidra til å ta opp bredere menneskerettighetsspørsmål i det norske samfunnet. I 2025 fortsatte Food Folk Norge og dets franchisetagere å samarbeide med og støtte kommuner, sivilsamfunnsorganisasjoner og idrettsklubber for å bidra til å løse relevante lokale utfordringer, ofte rettet mot ungdom og de som møter større utfordringer med å få like muligheter. Food Folk Norge og Ronald McDonald Barnefond fortsatte sitt samarbeid 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. I 2025 ansatte Ronald McDonald Barnefond en leder for å gjennomgå og fornye driftsstrategien.

Les mer om Food Folk Norges lokale engasjement og støtte i Impactrapport ([McDonalds.no](https://www.mcdonalds.no)).

Konklusjon

Hos Food Folk Norge er vi fortsatt forpliktet til å ivareta menneskerettigheter og sikre anstendige arbeidsforhold gjennom hele vår verdikjede. Som en del av Food Folk Group er vi godt posisjonert til å styrke og ytterligere forankre menneskerettighetsprinsipper i hele organisasjonen, og viser vårt engasjement for ansvarlig forretningspraksis på alle nivåer.

Vi erkjenner at dette er en pågående reise. I 2025 fortsatte vi å forbedre tilnærmingen vår, i samarbeid med Food Folk Group for å etablere den nye Impact Steering Committee og implementere McDonald's Corporations oppdaterte leverandørkodeks og SCHR-program. Food Folk Group gjennomførte også en menneskerettighetsgjennomgang av våre leveringsleverandører og igangsatte en gjennomgang av byggenæringen, hvor de engasjerte en rekke interessenter for å bidra til å forhindre menneskerettighetsrisikoer i våre lokalsamfunn. Dette er bare noen av tiltakene vi iverksetter som en del av vårt bredere engasjement for å opprettholde de høyeste menneskerettighetsstandardene gjennom relevante retningslinjer, praksiser og langsiktige partnerskap med våre leverandører.

Etter hvert som det operative landskapet utvikler seg og nye risikoer oppstår, må vi opprettholde og utvide Food Folk Norges menneskerettighetsdue diligence-prosesser for å drive videre forbedringer. I 2026 vil vi ytterligere forbedre våre data- og rapporteringsmuligheter ved å oppdatere vår DMA og fortsette fremtidige rapporteringsforberedelser, og bygge enda tettere samarbeid med leverandører om menneskerettighetsspørsmål – slik at vår tilnærming er i tråd med den nyeste reguleringen og beste praksis.

Ann Helen Våge
Administrerende direktør
Food Folk Norge

22.06.26

Ordliste over enheter

- **Food Folk Group Holdings AS** omtales i denne rapporten som 'Food Folk Group' og 'the Group'. Den dekker Food Folks virksomhet i Danmark, Finland, Norge og Sverige.
- **Food Folk Norge AS (inkludert datterselskaper)** – Food Folks virksomhet i Norge – uavhengig av McDonald's Corporation og dets datterselskaper – omtales som Food Folk Norge i denne rapporten.
- **Food Folk Norge** brukes for å dekke Food Folk Norges virksomhet, inkludert egne restauranter og franchiserestauranter.
- **McDonald's Corporation** brukes gjennomgående for å referere til det uavhengige tredjepartsselskapet som Food Folk Group har lisens fra.
- **McDonald's Group** brukes om McDonald's Corporation og dets datterselskaper.

