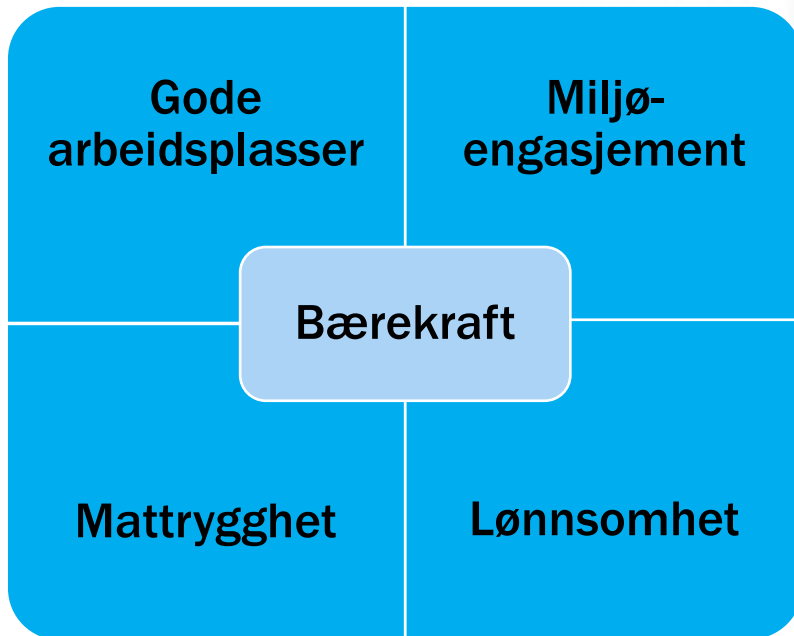


Strategi for bærekraft



MYHRVOLD-GRUPPEN
FOOD EQUIPMENT SINCE 1909

Oppdatert pr. januar 2024

Bærekraft i fokus

- Bærekraft står høyt på agendaen i Myhrvold-Gruppen.
- Vi ønsker å ta vår del av ansvaret for samfunnets og næringslivets bærekraftsutfordringer.
- Målet er at våre handlinger skal sette positive fotavtrykk i og rundt våre virksomheter.



Bakgrunn

- Morselskapet i Myhrvold-Gruppen, T. Myhrvold AS ble etablert i 1909.
- For snart 30 år siden startet et ekspansjonsprogram som har vist seg å være vellykket.
- Til grunn for denne betydelige utviklingen ble «Grunnverdier og Holdninger» nedfelt som en rettesnor for alle våre virksomheter.
- Dette er «evigvarende» suksessfaktorer som skal etterleves av alle som er involvert i virksomheten.
- Etter hvert som «Bærekraft» har vokst frem som et viktig begrep i næringsliv og samfunn har våre «Grunnverdier og Holdninger» blitt implementert som en naturlig del av vår strategi for bærekraft.
- For at «Bærekraft» og «Samfunnsansvar» skal være noe mer enn fine formuleringer søker vi å være praktiske i vår tilnærming til dette gjennom aktiv interndialog og jordnære målsettinger.

Vår visjon



Kundeinnsikt og faglig styrke
skal sikre at Myhrvold-Gruppen er en
attraktiv og gjensidig lønnsom
samarbeidspartner

Gode arbeidsplasser



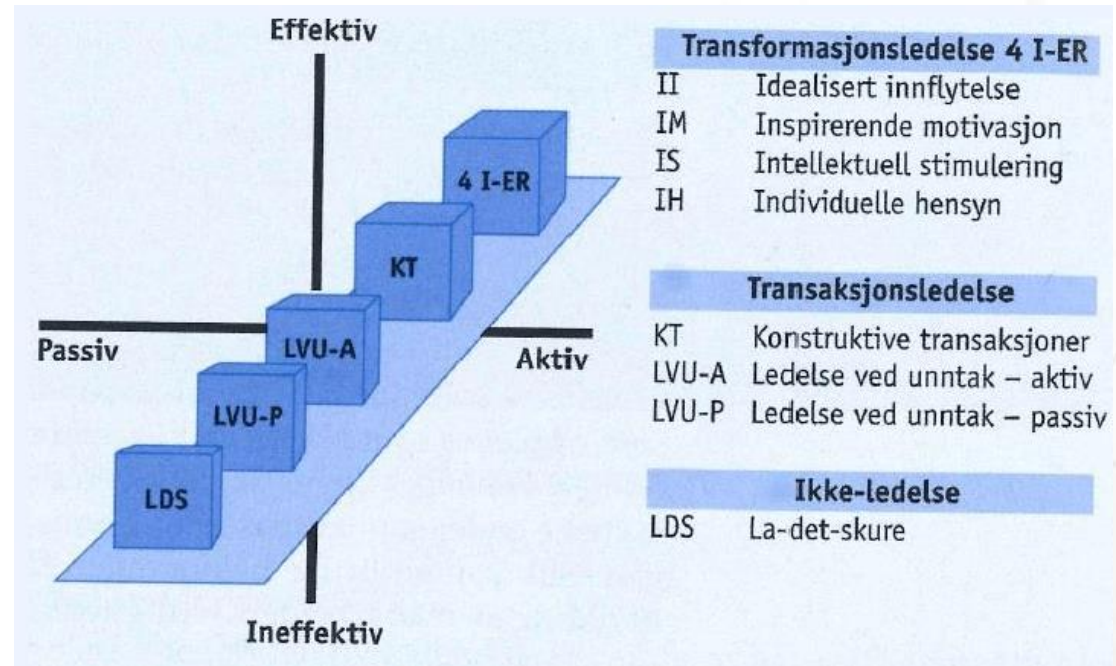
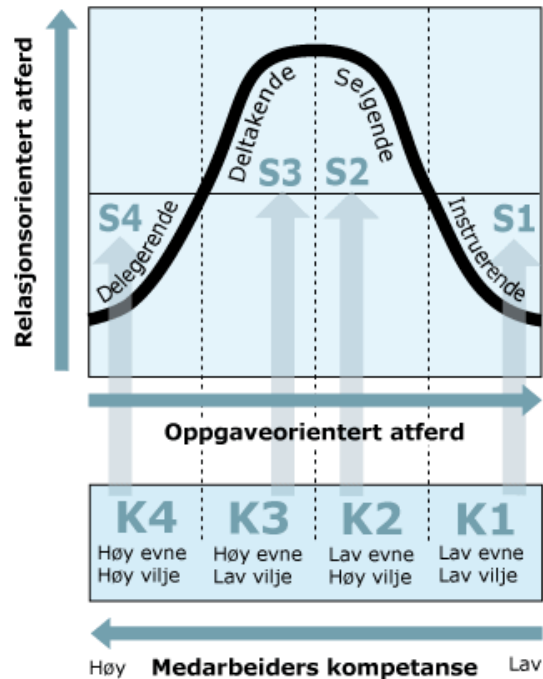
- Våre Grunnverdier og Holdninger er basis
 - Vi verdsetter høy forretningsmoral, ærlighet og pålitelighet.
 - Dette skal prege vår adferd i alle ledd. Vi er opptatt av å bygge tillit både internt og eksternt.
 - Vi tror på markedsrettet virksomhet, der kundens behov alltid er i sentrum – kundeservice.
 - Kundeinnsikt fordrer kompetanse og dette skal kombineres med en holdning hvor det å møte kundens behov på en tilfredsstillende måte er vår motivasjon og drivkraft.
 - Selskapet skal til enhver tid drive lønnsom virksomhet.
 - Dette skal sitte i alles ryggrad som en viktig forutsetning for langsiktig tenkning for å trygge arbeidsplassen. Vi skal også være bevisste på at våre samarbeidspartnere opplever at vi tilfører verdi (kunde/leverandører).

Gode arbeidsplasser



- Våre Grunnverdier og Holdninger er basis
 - Gode resultater skal komme både selskapet og de ansatte til gode.
 - Som en motivasjonsfaktor er det lagt inn en avtale om overskuddsdeling når selskapet går med overskudd. 10 % av overskudd > 5 mill deles likt på alle ansatte.
 - Vi tror at delegering av ansvar skaper resultater, gir menneskelig utvikling og god lagånd.
 - Vi praktiserer både «Situasjonsbestemt ledelse» og «Transformasjonsledelse/ Transaksjonsledelse» hvor styring av ansatte i en begynnerfase går over delegering og autonomi ved mestring. Virksomheten er visjonsbasert hvor ansatte tar del i denne gjennom eierskap og engasjement.
 - Vi skal ha det hyggelig sammen, også utenfor arbeidsplassen.
 - Vi er bevisste på å ha sosiale sammenkomster i vårt «årshjul», hvor både selskapet og ansatte kan ta initiativ til ulike arrangement.

Modeller for ledelse



Teori for Situasjonsbestemt ledelse og Transformasjonsledelse

Miljø-engasjement



- Vi er Miljøfyrtårn-sertifiserte og dette bygger på følgende kriterier
 - Systemkriterier
 - Krav til miljøpolicy og gjennomføring av risikovurderinger som omfatter indre og ytre miljø. Videre skal det foreligge HMS-målsettinger, med tilhørende oversikt over relevante lover og forskrifter, samt rutiner for grunnleggende opplæring i HMS. Miljøfyrtårnrutiner og HMS-systemet skal vurderes årlig
 - Arbeidsmiljø
 - Krav til årlig gjennomføring av vernerunde, årlige medarbeidersamtaler og tilfredshetsundersøkelse for medarbeidere minst hvert tredje år. Aktuelle tiltak i Miljøfyrtårns idébank for arbeidsmiljø skal vurderes jevnlig.
 - Innkjøp
 - Krav til relevante miljøkriterier for alle vesentlige innkjøp av tjenester og produkter. Det skal føres oversikt over de vesentlige tredjeparts miljøsertifiserte leverandører til virksomheten. I tillegg skal de mest sentrale leverandørene påvirkes med tanke på miljøsertifisering i den grad de ikke er sertifisert.

Miljø-engasjement



- Vi er Miljøfyrtårn-sertifiserte og dette bygger på følgende kriterier
 - Transport
 - Krav til valg/behovsvurdering av kjøretøy med null eller lavutslipp ved anskaffelse av både personbiler og varebiler. Videre skal virksomheten utarbeide retningslinjer for reise som hindrer unødig reising og/eller fremmer miljøvennlige løsninger for tjenestereiser og varetransport.
 - Avfall
 - Krav til kildesorteringssystem beskrevet i egen instruks. Farlig avfall og EE avfall (elektrisk og elektronisk avfall) skal lagres forsvarlig og leveres til godkjent mottak iht. avfallsforskriften.
 - Estetikk
 - Krav til at eventuelle uteområder holdes ryddige og rene
 - Andre miljøaspekter
 - Krav til vurdering av andre miljøaspekter som berører virksomheten i vesentlig grad, evt. utarbeide tiltak/handlingsplan.

Mattrygghet



- Vårt fokus på kundeinnsikt og faglig styrke handler dypest sett om mattrygghet
 - Mattrygghet defineres som næringsmidler som ikke skader konsumenten når den tilberedes og/eller konsumeres i henhold til tiltenkt bruk (Nofima)
 - WHO har definert fem nøkkelp prinsipper for mattrygghet
 - 1. Hold det rent
 - 2. Hold rått og varmebehandlet adskilt
 - 3. Sørg for tilstrekkelig oppvarming
 - 4. Sikre temperaturer ved oppbevaring
 - 5. Bruk sikre råvarer og rent vann
 - Helseskade kan forårsakes av stoffer som kommer inn i kroppen ved inntak av næringsmidler og kan være av typen biologisk, kjemisk eller fysisk.
 - Eksempler er sykdomsfremkallende mikroorganismer som Salmonella, miljøgifter som PCB eller fremmedlegemer, som metallbiter fra utstyr.

Mattrygghet



- Vårt fokus på kundeinnsikt og faglig styrke handler dypest sett om mattrygghet
 - Kundeinnsikt
 - Dette handler om å forstå kunders virksomhet og hvilke behov de har. Det fordres at våre salgsrepresentanter har slik innsikt. Vi skal også kjenne til hvilke krav og rammebetingelser kunder opererer innunder.
 - Faglig styrke
 - Vår faglige styrke representerer høy kvalitet i alle produkter og tjenester som leveres. I tillegg til å forstå behovet, er vi også i stand til å dekke det. Samtidig skal vi ha kunnskap om mattrygghet og gi innspill og råd innen produksjon, herunder effektivitet, logistikk, ergonomi og HMS-sikkerhet.
 - Relevant funksjonalitet
 - I forhold til mattrygghet leverer vi kun produkter og løsninger som ivaretar WHO's nøkkelp prinsipper både når det gjelder produksjon, oppvarming, oppbevaring, kjøling og renhold/oppvask.

Lønnsomhet



- Gjensidig lønnsomhet i verdikjeden er en forutsetning for langsiktig samarbeid
 - Tilføre verdi
 - Vi tror på «fairness» i verdikjeden fra produsent til sluttkunde, hvilket betyr at det må tilføres verdi i alle ledd. Våre leverandører må erfare at vi tar ut tilfredsstillende volum og kunder må erfare at vi tilfører verdi gjennom levering av optimale løsninger til konkurransedyktige priser. Dette skal i sum sikre at vi er en attraktiv samarbeidspartner.
 - Lovpålagt krav til lønnsomhet
 - Aksjeloven stiller i prinsippet krav til at selskaper skal drive lønnsomt og dette forholder vi oss profesjonelt til (Asl. Kap. 3). Myhrvold-Gruppen har i alle år levert årsregnskap med «sorte tall».
 - Overskuddsdeling og utbytte
 - Eierskap er hos oss «2-delt» og vi tror at avkastning på det man har investert er en viktig faktor for å ha stabilt eierskap over tid. I tillegg til å gi utbytte til aksjonærene har selskapet også etablert insentivordninger og ordninger for overskuddsdeling for ansatte som gjennom dette er gitt mulighet til å oppnå «utbytte» på egen og felles innsats for selskapet.