

LOCA GRUPPEN

EVERY MEAL MATTERS



BÆRE
DYGTIGHEDS
RAPPORT

2022-2023





”Ingen kan gøre alt, men alle kan gøre noget”

FORORD

FORORD – VORES UPERFEKTE REJSE

Den udvikling og vækst, vi i de rige lande nyder godt af i dag, har haft en høj pris. Væksten har ført til store CO2-udledninger, og klimaforandringer er en realitet, som hele verden skal forholde sig til, hvis ikke vi skal ødelægge fremtiden for vores børn og kommende generationer.

”Climate change is real and human activities are the main cause” (IPPC, 2. november 2014)

Det estimeres, at fødevarebranchen står for cirka en fjerdedel af verdens CO2-udledninger, men samtidig er vi også en branche, hvor det at skabe bæredygtige forandringer ikke behøver at være så svært – tværtimod har vi med gode råvarer og godt håndværk alle muligheder for at gøre bæredygtighed til et lystfyldt og positivt tilvalg.

”Ingen kan gøre alt, men alle kan gøre noget”

LOCA Gruppen blev sat i verden i 2017 for at bidrage med det, vi altid har været bedst til: nemlig at skabe

SMAG & GLÆDE.

Med vores LOCA Manifesto fik vi i 2021 endelig nedfældet det tankesæt, der ligger bag vores motivation for sammen at stævne ud på det, vi kalder ’vores uperfekte rejse’.

Med udgangspunkt i manifestet kan vi nu præsentere vores anden bæredygtighedsrapport, som med tal og fakta fortæller os, hvor langt vi er kommet på vores rejse, mens den samtidig sætter nye mål for, hvor vi skal hen herfra.

MENNESKER ER VORES VIGTIGSTE FOKUS

Vi arbejder efter mantraet ”kan man måle det – kan man styre det”, og rapporten her er derfor også fyldt med mange spændende tal og fakta på vores bæredygtighedsgrad i et klima- og miljømæssigt perspektiv. For eksempel forbrug af lokale råvarer, CO2-udledning, økologigrad, dyrevelfærd og meget mere, som vi glæder os til at udvikle og optimere i vores køkkener og drift i årene fremover.

Vores ledestjerne på vejen mod bæredygtig gastronomi er dog i sidste ende ikke tørre tal, men kærligheden til mad – og til mennesker.

For os er bæredygtighed ikke kun defineret af vores råvareforbrug. Den sociale bæredygtighed - og dermed hvordan vores ansatte går og har det - udgør derfor den største del af LOCA Manifesto. Vi mener, at menneskers trivsel er den vigtigste faktor for, at vi kan skabe en lys og bæredygtig fremtid sammen.

I samarbejde med vores brancheorganisation Horesta, og vores kollegaer i branchen er vi derfor i gang med at definere, hvilke parametre inden for social bæredygtighed, vi kan og skal måle på i fremtiden. Målet er, at vores branche skal være attraktiv i enhver sammenligning, og at vi derved får en branchenorm, som vi kan måle os selv op imod.

Hvis vi som samlet branche skal tiltrække og fastholde de rigtige mennesker, kræver det, at vi sammen luger ud i de forældede traditioner og kulturer, der skræmmer folk væk fra vores fag.

NYSKABENDE PEOPLE & CULTURE AFDELING

I 2023 er et naturligt fokusområde derfor også fortsat menneskerne i vores egen organisation. Igennem etableringen af en nyskabende ’People & Culture’-afdeling ønsker vi at videreudvikle vores eksisterende LOCA Family-koncept, som sætter fokus på den enkelte medarbejders trivsel og udvikling i et stærkt LOCA-fælleskab med fælles mål.

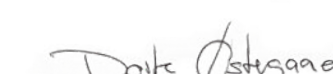
Et primært fokusområde for LOCA i 2023 og fremadrettet vil derfor også fortsat være at intensivere vores engagement i branchen som helhed og søge partnerskaber i og udenfor branchen. Partnerskaber, hvor vi sammen kan forbedre grundvilkårene for branchens aktører og sikre bedre løn, uddannelse og arbejdsvilkår for medarbejderne.

Sammen vil vi gøre vores til, at branchen som helhed, og jobbet som kok, tjener eller leder i særdeleshed, bliver attraktivt for alle med et hjerte, der banker for mad og service.

Vi ved, at vejen mod bæredygtighed er brolagt med konstante dilemmaer og kompromiser. Og vi ved derfor også, at vores rejse og vores tilgang aldrig bliver perfekt. Den uperfekte rejse slutter aldrig, men med denne rapport tager vi endnu et væsentligt skridt på vejen.

Kærlig hilsen


Merete Holst


Dorte Østergaard

Indledning 6

0. Smag & Madglæde	6
1. Maden	9
2. Menneskerne	26
3. Organisationen	34
4. Branchen	38
5. Verdensmål & Verden	42

CO2-måling & de 3 Scopes	44
Bilag	46



Vi ynder at sige, at et måltid kun er bæredygtigt, hvis det bliver spist. Men vi mener også, at en restaurant kun kan være bæredygtig, hvis den også er økonomisk bæredygtig – og ikke mindst socialt bæredygtig.

Derfor arbejder vi i LOCA Gruppen med en tredelt definition af bæredygtighed, som omfatter både en miljømæssig, en økonomisk og en social dimension.

Efter tre års livtag med en nådesløs Covid-19-epidemi, som kostede mange dygtige kolleger deres forretninger, kan vi roligt sige, at 2022 var et år præget af et særligt fokus på økonomisk bæredygtighed. Det kommer vi nærmere ind på i afsnit 3: 'Organisationen' på side 35.

I løbet af 2022 lykkedes det os at genoprette økonomien i vores forretning. Samtidig blev 2022 et år, hvor vi, efter corona-årenes 'dvale', for alvor kunne begynde at udmønte vores tankesæt om forretningsdrift i praksis. Et tankesæt, vi i 2021 nedfældede i et LOCA Manifesto i samarbejde med det anerkendte Basque Culinary Center i San Sebastián.

Fra 2021 satte vi derfor foden på speederen i forhold til miljømæssig bæredygtighed, og i dag har det bl.a. resulteret i, at alle enheder i LOCAGruppen har et økologisk spisemærke.

Vi vil mere end blot hævde, at vi er bæredygtige. Vi vil også bevise det. "Kan vi måle det, kan vi styre det", plejer vi at sige. Derfor har vi udviklet måleværktøjer på bl.a. vores råvareindkøb, som gør os i stand til nøje at følge med i vores udledninger af CO2 på tværs af vores restauranter. Det er vigtige værktøjer, for de gør os i stand til at se, hvor vi skal sætte ind for at blive endnu bedre.

Vi er en del af en branche, som stadig har meget at lære. Lige nu er én af de vigtigste ting, hvordan man tiltrækker og fastholder medarbejdere. Derfor bliver 2023 året, hvor det tredje bæredygtighedsben – den sociale bæredygtighed – får vores fulde fokus.

Vi vil gøre vores til at rydde op i vores branches forældede strukturer. Vi har nedsat en helt ny 'People & Culture'-afdeling, og vi har, i samarbejde med Horesta og dygtige branchekolleger, sat os for at definere, hvordan vi i branchen kan måle på graden af social bæredygtighed – så vi sammen kan løfte vores branche ind i en ny tid. En tid, hvor succes ikke måles på michelinstjerner – men snarere på, hvordan man behandler sit personale.

Vi glæder os til rejsen.

SMAG & MADGLÆDE

Vores store, lysende ledestjerne på rejsen mod mere bæredygtig gastronomi vil altid være kærligheden til mad.

Det er vores overbevisning og vision, at vi med velsmag og madglæde kan drive positive forandringer for den enkelte gæst eller virksomhed, men også på tværs af verdensmål og landegrænser.

SMAG & MADGLÆDE er derfor også kernen i alt, hvad vi laver. Et måltid er kun bæredygtigt, hvis det bliver spist, og vi ønsker, at det bæredygtige valg skal være lystfyldt og positivt. Det må aldrig føles som et påtvunget fravalg. Det kræver, at maden smager fantastisk. Smagen er derfor også vores pejlemærke i forhold til, om vi eksempelvis vælger en dansk eller en ikke-dansk råvare – eller en økologisk eller ikke-økologisk råvare. Smagen vinder over både lokale råvarer og økologi, hvis de ikke har den rette kvalitet.

For hvis smagen ikke sidder lige i skabet, så går det ud over vores til hver en tid vigtigste måling:

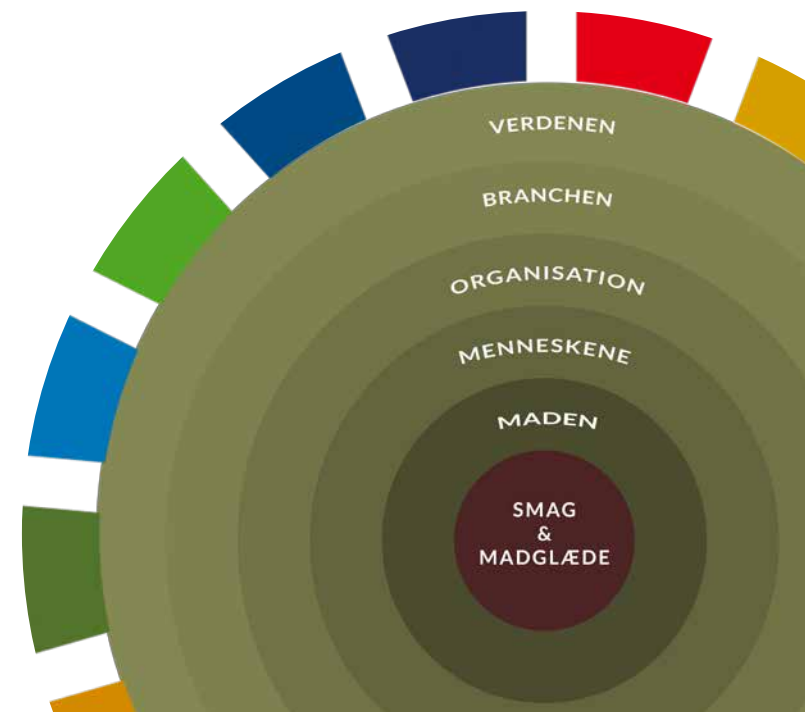
GÆSTE- OG KUNDETILFREDSHED

LOCA Gruppens målsætning er altid at være 'best in class' – uanset hvilket kulinarisk niveau, der er tale om.

Vores succes er derfor identisk med vores gæster og kunders tilfredshed, og vi gennemgår derfor nøje hver eneste tilbagemelding, vi modtager, og vi iværksætter løbende gæsteanalyser for vores restauranter og brugerundersøgelser for kunderne i vores kantiner. Vi sætter barren højt – målet for alle vores koncepter, restauranter og kantiner er, at over 80% af dem, der besøger os, skal være tilfredse eller meget tilfredse i en sådan grad, at de vil anbefale os til andre.

Dette mål blev for gruppen som helhed indfriet i 2022, og vores nye mål for 2023 er derfor naturligvis at fortsætte og gøre det endnu bedre.

Vores mål er derudover også, at vores etos og vores restauranter er anderkendte af landets madanmeldere og branchefolk. Ikke mindst er det vores målsætning, at LOCA Gruppen skal stå som et fyrtårn i branchen. Et fyrtårn, der ikke bare kaster lys over branchens problemstillinger – men også aktivt forsøger at løse dem.



"Bæredygtig udvikling er en udvikling, som opfylder de nuværende generationers behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare."

Gro Harlem Brundtland, FN og Brundtland-kommissionen, 1987



MADEN



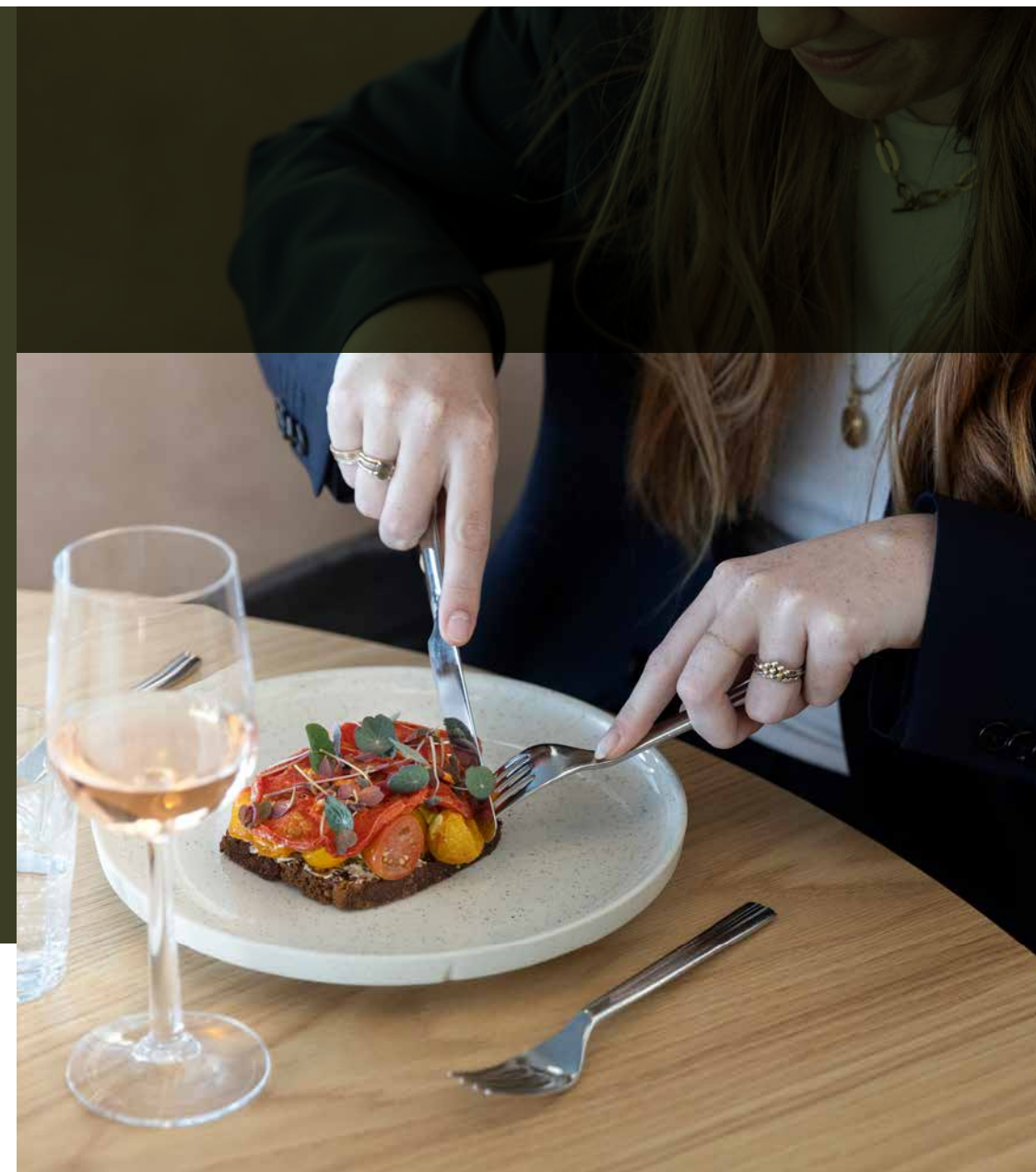
Vi vil skabe meningsfulde, velsmagende måltider gennem kompromisløs kvalitet og bevidste til- og fravalg.

Vi vælger madspild fra og tilvælger lokale råvarer, økologi, dyrevelfærd, og bæredygtige fisk og skaldyr.

Vi vælger mindre kød, mere grønt og ansvarlige leverandører, der lever op til FN's verdensmål og de værdier, vi sigter efter.

Men alt dette er ligegyldigt, hvis ikke maden smager hamrende godt. Til- og fravalg går derfor altid hånd i hånd med innovation, nysgerrighed og et solidt håndværk, for det bæredygtige måltid må og skal få englene til at synge.

LOCAS MANIFESTO



Til registrering og optimering af vores bæredygtige indkøb af fødevarer og drikkevarer har vi opbygget et regneværktøj, som kan aflæse købsadfærden i hver enkelt af vores restauranter og kantiner.

Vi gør opmærksom på, at denne rapport er udarbejdet for LOCA Gruppen som helhed, og at de angivne målinger dermed er et gennemsnit af gruppens totale indkøb til alle forretninger.

I dette afsnit om MADEN finder du et udpluk af vores målinger, resultater og indsatsområder inden for:

- Animalsk versus ikke-animalsk
- CO2-aftryk
- Økologi
- Lokale råvarer
- Dyrevelfærd
- Bæredygtig fangst og skaldyr
- Madspild

ANIMALSK – IKKE-ANIMALSK

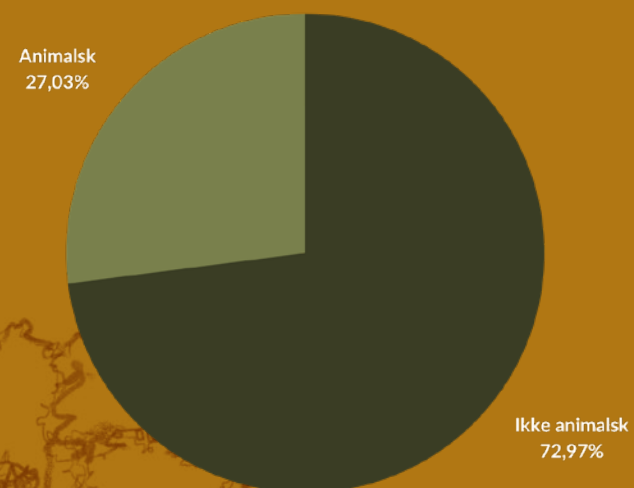
Vi registrerer, hvor mange kilo og liter af vores varekøb, der stammer fra animalske kilder og ikke-animalske kilder. Det er her vigtigt at understrege, at den animalske andel ikke er kød alene, men inkluderer vores forbrug af alle animalske produkter som fisk, æg, fløde, smør og andre mejeriprodukter.

Hvor meget hver af disse underkategorier udgør af vores totale animalske forbrug kan ses på side 13.

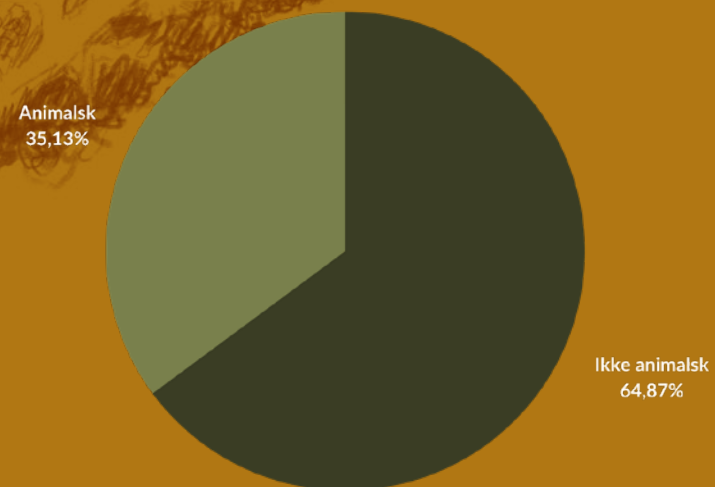
Vi finder fordelingen, både med og uden drikkevarer, tilfredsstillende i forhold til vores målsætninger for dette. Dette område vil dog blive ved at være i særligt fokus.



Plantebaseret Inkl. drikkevarer 2022



Plantebaseret Ekskl. drikkevarer 2022



Animalsk baseret smørrebrød fra almanak i Operaen.
Fillet af fisk med Skaw rejer og stenbiderrogn.



Ikke-animalsk baseret smørrebrød fra Kilden i Haven.
Svampetoast – Surdejsbrød med cremede svampe.

CO2 AFTRYK

Vi har udarbejdet en baseline for LOCA Gruppens komplette CO2-aftryk. Se bilag side 46.

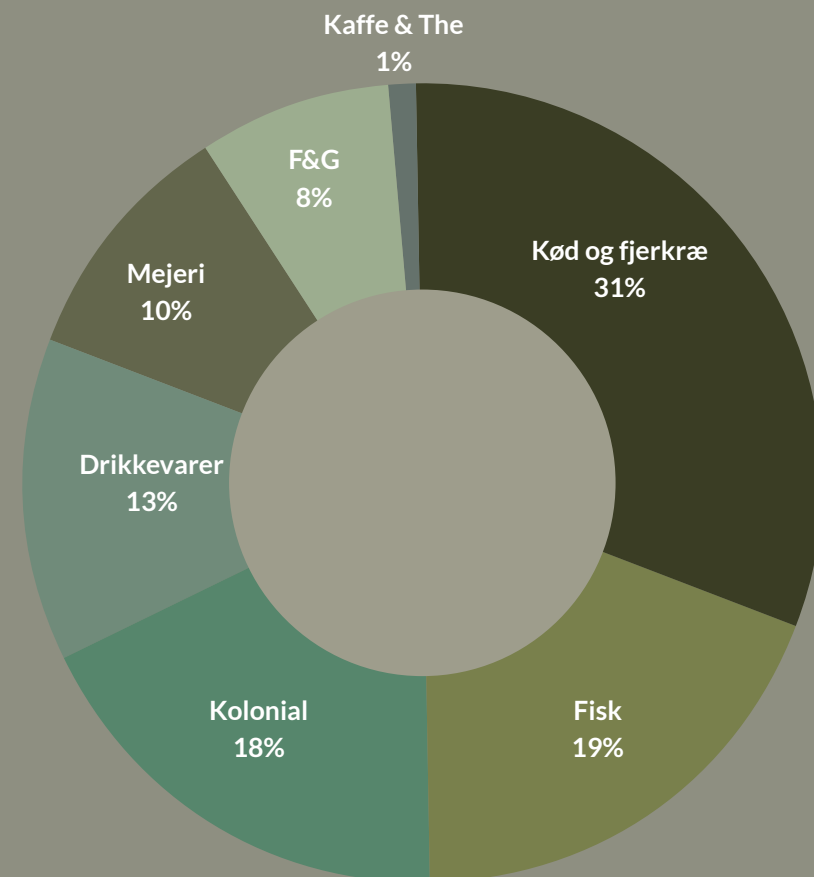
Vi opgør og registrerer alle råvarer i antal indkøbte kilo, som dererefter inddeles i 7 hovedkategorier.

Herefter måler vi CO2-udledningen i hver af de 7 hovedkategorier og sammenligner mængden af indkøbte råvarer i kg med udledningen af CO2 for samme mængde.

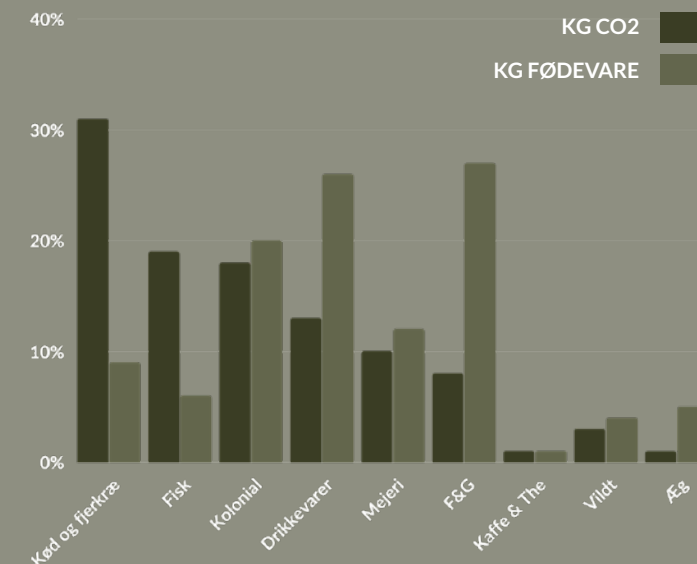
I graf nr. 2 til højre bliver det dermed tydeligt, at imens indkøbet af frugt og grønt udgør en stor del af vores totale køb i antal kg, udgør det kun en mindre del af vores CO2-udledning, mens det modsatte gør sig gældende for Kød og Fjerkræ.

I graf nr. 3 har vi inddelt Kød og Fjerkræ i yderligere 9 underkategorier, hvorved det bliver tydeligt, at specielt oksekød og kalvekød har et stort CO2-aftryk fra en relativt lille indkøbt mængde.

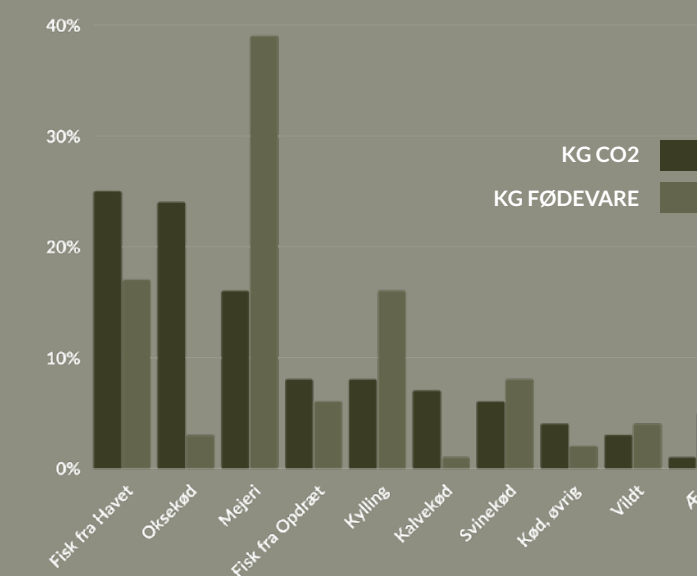
GRAF 1
Total andel af indkøbte råvarer opgjort i antal kg. CO2-udledningen pr. varegruppe.



GRAF 2
Her vises aftrykket målt pr. varegruppe, hvor vi desuden viser hvor mange kg. der er købt ind.



GRAF 3
CO2-aftryk pr. animalsk varegruppe i forhold til indkøbt mængde i kilo



ALMANAKS KLASSISKE TATARMAD
MED 100% OKSEINDERLÅR
3,09 KG. CO2 ÆKV.

ALMANAKS NYE TATARMAD
MED 60% RØDBEDE
OG 40% OKSEINDERLÅR
1,30 KG. CO2 ÆKV.

BESPARELSE PÅ 57 %

Almanak i Operaen - Smørrebrød med rørt tatar med okseinderlår og rødbeder, løgmayonnaise og syltede løg

Når vi ser på samtlige køkkener i LOCA Gruppen, så har vi i 2023 haft et gennemsnitligt aftryk på 2,29 kg CO2 pr. kilo indkøbt råvare. Tallet er beregnet på basis af Concitos store Klimadatabase og omfatter udelukkende føde- og drikkevarer, da disse repræsenterer den største del af vores CO2-aftryk.

2,29

Total Co2 pr. kg. indkøbt råvare i LOCA Gruppen 2022



Udleder af Co2

VI LÆGGER ALLE VORES ÆG I EN KURV

98,5 % økologiske
æg i hele LOCA
Gruppen



RING 1.3

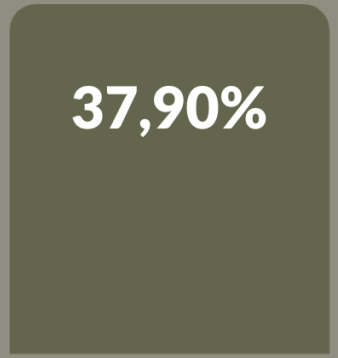
ØKOLOGI

Vores overordnede mål for 2022 var at opnå et økologisk sølvmærke for alle vores enheder, og dette mål blev indfriet. Dog med undtagelse af restaurant STUDIO, som først åbnede i december 2022.

Af Danmarks ca. 13.000 spisesteder har kun 90 restauranter et Økologisk Spisemærke, og kun 22 restauranter i København har opnået et Økologisk sølvmærke.

Vores mål for 2023 er, på trods af inflation og stigende råvarepriser, at bevare den opnåede økologiandel i vores eksisterende køkkener, samt opnå et økologisk sølvmærke i vores nytilkomne restauranter i København.

ØKOLOGIPROCENT
SAMLET I LOCA



2021

2022

Kilde 1: Danmarks Statistik for 2021 – kode 56000 Restauranter – antal 12.957
Kilde 2: Danmarkskort maj 2023 fra www.oekologisk-spisemaerke.dk – 90 restauranter i DK // 39 i København



LOKALE RÅVARER

Indtil videre definerer vi lokale råvarer som produkter, der produceres i Danmark med primært danske råvarer.

Der er en række problemstillinger med begrebet 'lokale råvarer' – for hvordan defineres 'lokalt'? Hvor langt fra køkkenet skal råvarerne eller produkterne være dyrket eller fremstillet, og hvor kommer foderstofferne

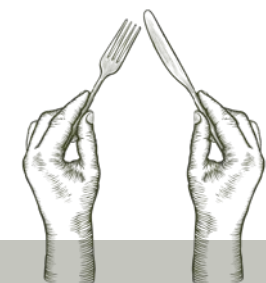
til den animalske produktion fra? Kan man eksempelvis kalde en dansk gris lokal, hvis den er fedet op på sojaskrå importeret fra Sydamerika?

Dertil kan der være udfordringer med kødudskæringer. De kan i bedste fald komme fra dyr fra danske besætninger, som er født, opdrættet og slagtet i Danmark. Men det sker

også, at dyr er født i ét land, opdrættet og slagtet i et andet og afslutningsvis forarbejdet i Danmark – er kødet så dansk?

Dette er problemstillinger, vi forholder os til, og løbende undersøger forbedringsmuligheder inden for.

En af de største udfordringer, vi møder i vores ønske og målsætning om at købe lokale råvarer, er, at der i perioder af året ikke findes danske råvarer tilgængelig.



TOTAL DANSKE RÅVARER I ALLE VAREGRUPPER I KG

2021 - 47,1%
2022 - 56,6%

Vi er ret godt tilfredse med dette niveau. Vær opmærksom på, at en del af vores drikkevarer, særligt vine, ikke kommer fra Danmark. Uden vores indkøb af vine vil det totale tal for indkøbte, danske råvarer i 2022 være 63,5%.

DANSK FRUGT OG GRØNT I KG

2021 - 54,2%
2022 - 46,4%

Der er dele af året, hvor det er svært at få grøntsager fra Danmark, men tallet er i den lave ende, og det er et område, som kræver opmærksomhed og forbedring.

KØD OG FJERKRÆ FRA DANMARK I KG

2021 - 57,95%
2022 - 85,36%

Den store fremgang skyldes især, at vi har serveret dansk vildt i vinterperioden i de fleste køkkener.

MEJERI (INKL. OSTE) I KG.

2021 - 96,56%
2022 - 95,21%

Vi er ret glade for, at det er så højt med alle mejeriprodukter, også de fleste oste kommer fra danske producenter.



DYREVELFÆRD

Vi laver indsatsområder og måler på vores adfærd i grupperne fiskeri, svinekød, kylling og kalv- / oksekød og mejeri.

Vi ønsker generelt, at minimum halvdelen af vores indkøb af kød skal komme fra bestande og besætninger, som kan beskrives som "velfærd".

Vi definerer for nuværende "Velfærd" som værende økologisk, friland og/eller mærket med Fødevarestyrelsens dyrevelfærdshjerter.

Dyrevelfærd og definitionen heraf, er et fokusområde i 2023.

FISKERI

Vi mener, at dyrevelfærd og bæredygtighed indenfor fiskeri primært handler om fangstmetoder, fangstområder og bestande. Det vil være de 3 primære områder, som vi måler på, når vi køber fisk. Vi bruger WWF's fiskeguide som et pejlemærke, men vi bruger i mindst lige så høj grad vores samarbejdspartner på området. Sammen går vi mere i dybden med vores specifikke adfærd og hvordan vi kan bevæge os i en mere bæredygtig retning. Under afsnittet Bæredygtig Fisk & Skaldyr har vi beskrevet vores adfærd angående områder og fangstmetoder.



MEJERI

Vores mål er et minimum på 70% danske mejeriprodukter, og der er pt. ikke en højere målsætning for dette, da vi ønsker at tilbyde et sortiment af spændende oste fra hele Europa, som ikke alle er økologisk certificerede.

2021: 86,2%
2022: 83,0%

SVINEKØD

Vi foretrækker at bruge velfærdsgris fra vores leverandør, og hvis ikke vi kan få det, skal vi helst bruge Friland eller økologi som alternativ. Velfærdsgrisen har 3 hjerter ifølge dyrevelfærdsmærket fra Fødevarestyrelsen.

Vores indkøb af velfærdsgris, økologisk gris og frilandsgris i andel af total indkøbt gris

2021: 49,4%
2022: 71,9%

I 2023 undersøger vi mulighederne for at hæve vores andel af velfærdsgris ydeligere. Her ligger den primære udfordring i de begrænsede muligheder inden for det udvalg af charcuteri, vi ønsker at tilbyde.

KYLLING

Vi foretrækker at bruge kyllinger fra danske besætninger med minimumbetegnelsen "bedre dyrevelfærd", med Fødevarestyrelsens hjerte. I 2022 var vores fokus, at mindst halvdelen af vores kyllinger skulle være velfærd.

VORES INDKØB AF ØKOLOGISK ELLER VELFÆRDSKYLLING I ANDEL AF TOTAL
2021: 54,4%
2022: 62,5%

For at kunne forbedre os laver vi et særligt indsatsområde på kyllingskrog og suppehøns til vores fonder. Her var det meste varekøb i 2022 ikke fra velfærd eller økologi. Vi vil gerne opnå minimum 75% varekøb af velfærdskyllinger.



ÆG

Vores æg skal komme fra økologiske besætninger.

ANDEL KØB AF ØKOLOGISKE ÆG:
2021: 98,4%
2022: 98,5%

KALVE & OKSEKØD

På trods af flere gæster og større råvarer indkøb i 2022 har vi totalt set brugt mindre kalve- og oksekød end i 2021.

Med oksekødets store CO2-udledning forbliver det et mål at reducere vores forbrug yderligere, men vi ønsker ikke at forbyde hverken okse eller kalv på vores menuer.

Vi foretrækker kalv og oksekød fra velfærdsbesætninger. Dette er dyr, der lever frit på mark og i skovarealer i sommermånederne, mens de om vinteren går i stalde med god plads og masser af halm.

De lever sammen som flok opvæksten igennem, og har kort transport til slagteriet.

VORES INDKØB AF ØKOLOGISK ELLER VELFÆRDSOKSE OG -KALV I ANDEL AF TOTAL
2021: 44,8%
2022: 40,6%

Det er primært udfordringer i udbuddet af charcuteri fra velfærd og økologiske besætninger, som begrænser en bedre "velfærdsgrad" - og dette er et fokusområde i 2023, hvor målet er, at minimum 50% af vores indkøbte charcuteri skal være fra velfærdsbesætninger.

BÆREDYGTIG FISK & SKALDYR

Fisk udgør en stor og betydningsfuld andel af vores råvarer. Når det gælder bæredygtighed og dyrevelfærd inden for fiskeri, er de vigtigste parametre for os:

Fangstmetoder, fangstområder og bestande.

Vi bruger WWF's fiskeguide som et pejlemærke, men bruger i mindst lige så høj grad vores samarbejdspartner på området til at gå i dybden med vores egen specifikke adfærd og mål om en mere bæredygtig retning.

FANGSTMETODER

Vi måler på fangstmetoder for at skabe bevidsthed om, hvad dette betyder for fiskene og de områder, de fanges i. Dette er dog et vanskeligt emne med mange forskellige aspekter, og vi har blandt andet ladet os rådgive af vores fiskeleverandør.

Et eksempel på områdets kompleksitet er den gamle danske snurrevodsmetode. I udgangspunktet betragtes den som en relativt bæredygtig fangstmetode, fordi den, i modsætning til fangst ved bundtrawl, bl.a. ikke ødelægger havbunden. Det kan dog på den anden side indvendes, at snurrevodsmetoden ikke er bæredygtig, fordi den bruger relativt meget brændstof i forhold til andre fangstmetoder.

Vores mål er at købe fisk, som er fanget efter principper, der kan betragtes som 'bedre', og vi vælger og fravælger fisk herefter.

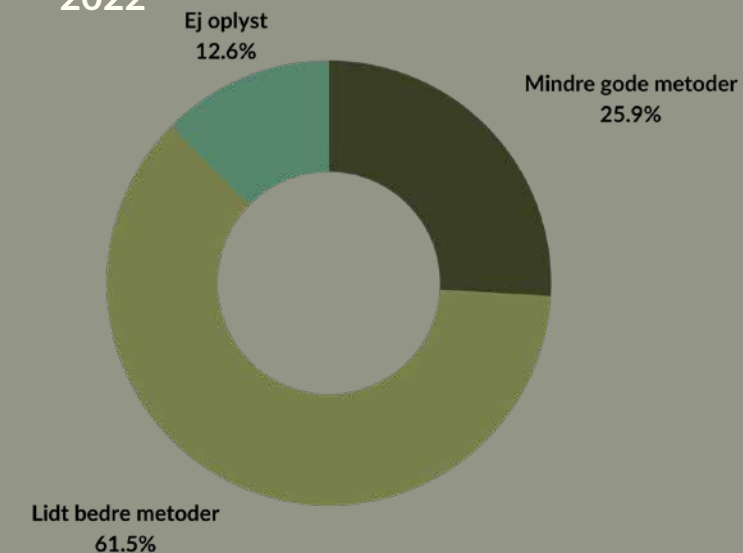
I dette konkrete eksempel har vi dog valgt at kalde snurrevodsmetoden en 'lidt bedre' fangstmetode, da vi i vores tilgang til bæredygtighed på fiskeriområdet har valgt at fokusere mest på skånsom fangst, sunde fiskebestande og evt. overfiskeri.

DATA PÅ FANGSTMETODER

Vi betragter trawl, flyshooter og bundskrab som "mindre gode" fangstmetoder. De "lidt bedre" fangstmetoder omfatter snurrevod, garn, bundgarn, tejner, opdræt, håndpluk, not og line.

Vi har i 2022 ikke forbedret vores købsadfærd i forhold til 2021, som vores målsætning var. Dette forhold skyldes primært, at vi ikke har kunnet få data på ca. 13% af vores indkøb, men selv med forbehold for disse manglende data, er det vores fornemmelse, at vi ikke har forbedret os som ønsket, og dette er derfor et fokusområde i 2023.

Fiskeri Fangstmetoder 2022



Udvikling fra 2021 til 2022:

Lidt bedre metoder:
2021: 76,5%
2022: 61,5%
 (derudover 12,55% ikke oplyst)

I forbindelse med bæredygtig fiskeri måler vi på to områder.

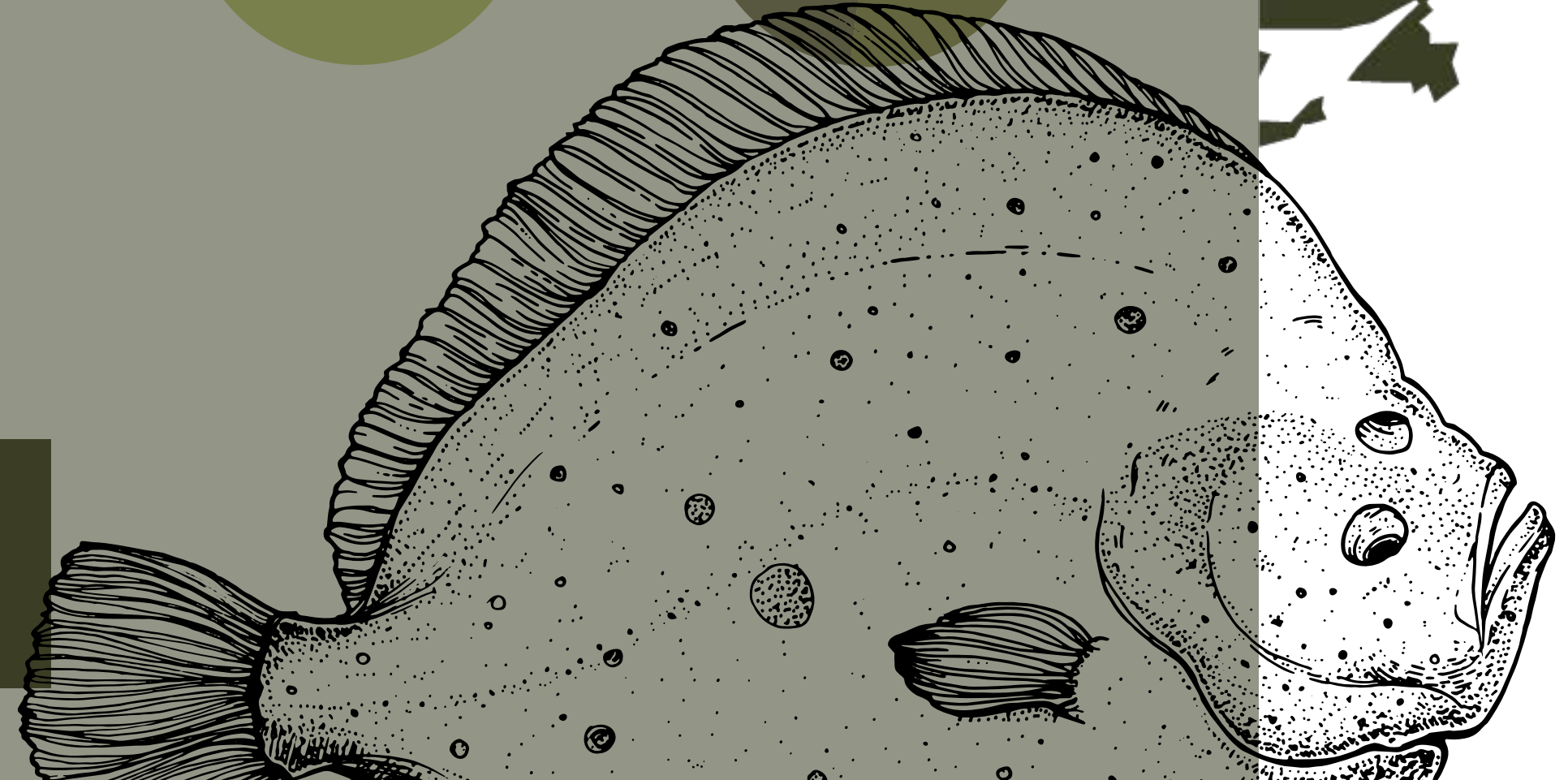
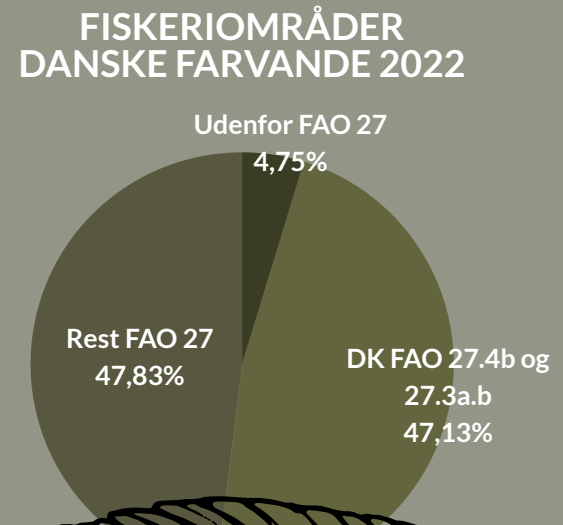
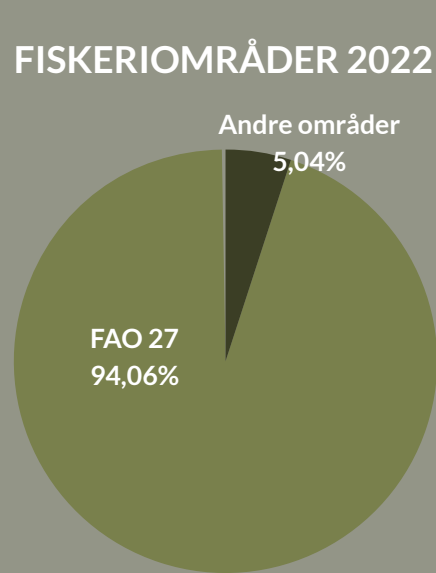
- 1. Oprindelse i forhold til fangstområder
- 2. Fangstmetoder - Hvordan er fisken blevet fanget.

Vi har valgt denne metode for at skabe så meget transparens som muligt, og for at uddanne os selv i forståelsen af at vælge fisk fanget ”skånsomt” og ”mindre skånsomt”

Dette er en løbende proces, som konstant søges optimeret og forbedret i samarbejde med vores fiskeleverandør.

Indsatsområde for 2023/2024:

Vi ønsker at nedbringe vores indkøb mht. trawl, bundskrab og flyshooter-fangst. En udfordring er tilgængeligheden i de andre fangstmetoder.



OPRINDELSE

Vi ønsker, at alt fiskeri som minimum skal komme fra fangstområde ”FAO 27”, og vi vil øge fiskeri fra nære områder til Danmark, som er underområderne 27.4b og 27.3a,b,c.

Her vises resultaterne fra 2021 og 2022, hvor vi kan konstatere, at der er sket en betydelig fremgang på begge områder:

Andel af indkøbt fisk fra FAO 27

2021: 87%
2022: 95%

Andel af indkøbt fisk fra FAO 27 underområder 3.a,b,c og 4.b

2021: 33%
2022: 47%

Indsatsområde for 2023/2024:

Vi vil øge andelen af fisk, der kommer fra underområderne 3.a,b,c og 4.b. Desuden vil vi fokusere på NaturSkånsom, et mærke, som alle køkkener skal registreres hos Fødevarestyrelsen for at kunne bruge. Det sker i 2023.

MADSPILD

I enhver husholdning er madspild ensbetydende med dårlig køkkenøkonomi. I vores professionelle køkkener monitoreres madspildet derfor også igennem vores økonomiske nøgletal med månedlige budgetopfølgninger på køkkenprocenten. Køkkenprocenten er vareindkøbets andel af omsætningen.

For nuværende registrerer vi alene vores madaffald i kilo gennem vores renovationsselskab. Mere interessant vil det derfor være at vide, hvordan mængden af madaffald fordeler sig i forhold til decideret spild og konkret affald.

Vi måler vores organiske affald og spild igennem data fra vores renovationsselskab. Det siger ikke noget om, hvor meget der er konkret madspild, mad, som kunne være blevet spist, men hvor meget affald vi totalt har produceret.

Andel af organisk affald i forhold til indkøbt vægt af fødevarer

2021: 6,6%

2022: 15,58%

"Øllerbrød" dessert fra Restaurant Studio
Daggammelt overskudsbrød med valle og malt

F.eks. kan det fylde noget i vægt at bruge vores fødevarerester til at lave fonder af. Når vi smider det ud som affald efterfølgende, vil der være en del vand i, som potentielt kan veje en del. Omvendt ved vi heller ikke i dag, hvor meget af den mad vi smider ud, der kunne være blevet spist.

Derudover har vi fundet en udfordring med data. Hos nogle af vores køkkener deler vi affaldsområderne med andre. Andre kan derfor have benyttet sig af vores containere, og derfor forventer vi, at tallet er for højt. I 2023 er vi gået i gang med at måle madspild og affald direkte i vores køkkener, hvorigennem vi vil få bedre data. Her ser vi på både spild og affald.

I 2023 er målet at finde en metode for måling af vores madaffald, så det registreres som henholdsvis spild og affald, inden det afleveres til renovation. Herefter vil vi kunne sammenligne – og minimere – spild og affald i forhold til hinanden og i forhold til den totale vægt af indkøbte fødevarer.





” Vi vil gøre op med forældede traditioner og kulturer, manglende diversitet og ulighed i hele fødekæden.

Det er mennesker, der skaber uforglemmelige oplevelser, og fællesskab og sammenhold er afgørende, hvis man vil skabe forandringer. I LOCA-familien drives vi af stærke værdier som glæde, nysgerrighed, ordentlighed og en stærk vilje efter at skabe vigtige kulturændringer indenfor: Bæredygtig gastronomi, lighed mellem kønnene og diversitet.”

LOCAS MANIFESTO 2. MENNESKENE

LOVE

is

LOVE



RING 2

MENNESKERNE

”Det er mennesker og godt håndværk, der skaber uforglemmelige oplevelser, og fællesskab og sammenhold er afgørende, hvis man vil skabe forandringer.”

Dårlige arbejdsforhold, en hård omgangstone og manglende diversitet har i mange år gennemsyret restaurationsbranchen, og det er bare nogle af grundene til, at mange forlader branchen efter kort tid. Det skal vi have lavet om på. Det er paradoksalt, at det forholder sig sådan i en branche, der grundlæggende handler om at gøre andre mennesker glade og veltilpasse. Det kan man kun til fulde, hvis man selv har det godt.

I vores branche, og til opfyldelse af vores vision, er vi fuldkommen afhængige af gode, glade og generøse mennesker – og derfor udgør mennesker også den største del af LOCA Manifesto. Mennesker er det vigtigste parameter for, at vi sammen kan skabe en lys og bæredygtig fremtid – både for vores egne forretninger og i fødevarerbranchen som helhed.

Ingen skal trynes, når de går på arbejde. Tværtimod. Der er og skal være plads til alle.



Vores ansattes arbejdsglæde og trivsel er én af de bærende søjler i LOCA Gruppen – og siden vores seneste bæredygtighedsrapport er der kommet mange flere ansatte til.

Ved indgangen til 2022 forlod vi huset The Standard for at finde nye lokationer til vores 3 restauranter, som indtil da havde haft til huse på adressen i Havnegade, København K. Dette betød, at LOCA Gruppen, udover vores kantinedrift, i 2022 kun havde restaurationsdrift på to ud af de fem restauranter, der var åbne i 2021.

I 2022 havde LOCA Gruppen derfor også kun et samlet antal ansatte svarende til 20 årsværk fordelt på 4 forretninger. Ved denne rapports udarbejdelse i 2023 er dette tal vokset til ca. 40 årsværk fordelt på ca. 80 ansatte i 7 forretninger.

Fokus i 2022 har dermed været fastholdelse og motivering af medarbejdere, som ventede på en ny lokation til deres restaurant, og dermed en ny adresse til deres arbejdsplads.

Dette mens disse forretninger sideløbende blev udviklet og opbygget med opstart henholdsvis den 4. december 2022, STUDIO i Carlsberg Byen, 14. februar 2023, Restaurant GAARDEN i Hvidovre og 1. marts 2023, Kilden i Haven, Tivoli.

Med udviklingen i antal ansatte har LOCA Gruppen fra 2023 haft stor opmærksomhed på oprettelsen af en ”People & Culture” afdeling med visionen om at blive branchens bedste og mest innovative af sin slags.

I samarbejde med brancheorganisationen Horesta og en styregruppe af deres medlemmer har vi sat os for at definere, hvordan fremtidens People & Culture afdeling skal se ud for vores branche – og dermed hvordan ikke bare LOCA Gruppen, men hele vores branche, bliver en attraktiv arbejdsplads.

ET DATADREVET LØFT AF BRANCHEN

I samarbejdet med Horesta og vores kollegaer i branchen er vi derfor også i gang med at definere, hvilke parametre indenfor Social Bæredygtighed vi kan, skal og vil måle på i fremtiden – også selvom der ikke er nogen lov, der påbyder det.

Målet er, at restaurationsbranchen, og et valg om uddannelse og karriere heri, skal være attraktiv i enhver sammenligning, og ikke mindst i sammenligningen med andre erhvervsuddannelser.

Derfor skal vi have fastsat nogle fælles parametre, som vi alle måler på – så vi derved får en branchenorm, som vi kan måle os selv op imod. Gennem målinger kan vi identificere svagheder og forbedringsmuligheder, så vi sammen kan gøre vores branche til et bedre sted for alle. Se mere under BRANCHEN på side 20.





I LOCA Gruppen er det vores vision og mål at kunne tilbyde branchens mest attraktive arbejdspladser bygget på et fundament af:

- Glæde & Udvikling
- Rummelighed & Ordentlighed
- Samhørighed & Personlighed

Vores fokus og indsatsområder de kommende år er:

- Trivsel & Work-life Balance
- Uddannelse & personlig udvikling
- Diversitet og inklusion
- Ligestilling – også for mænd og deres ret til barsel

LOCA Gruppens nyetablerede People & Culture afdeling er en videreudvikling af LOCA Family fra 2022.

LOCA Family har til formål at skabe en stærk, værdibaseret kultur med fokus på den enkelte medarbejders trivsel og udvikling i et stærkt fællesskab, hvor kursen er sat mod klart definerede fælles mål.

LOCA Family omfattede i 2022 både rekruttering og fastholdelse af medarbejdere, og fokusområderne for 2021 - 2022 var defineret som klar kommunikation, god trivsel og personlig udvikling

LOCA FAMILY

KULTUR

- Politikker & Spilleregler -
- Fælles mål -

KLAR
KOMMUNIKATION

VÆRDIBASERET
REKRUTTERING

SUCCEFULD
ON-BOARDING

LOCA
KARRIERE

LOCA
KOMPETENCE

LOCA
FÆLLESSKAB

LOCA
FORDELE



TRIVSEL

Vi gennemførte i 2021 vores første trivselsundersøgelse for hele LOCA Gruppen. Vi ønskede en analyse af både det fysiske og psykiske arbejdsmiljø, og vi inkluderede de lovpligtige APV-spørgsmål. Trivselsundersøgelsen var naturligvis anonym (Se bilag for metode og spørgeramme). Fremadrettet ønsker vi ligeledes at udarbejde en tilsvarende trivselsundersøgelse målrettet vores deltidsansatte medarbejdere.

Vi vil foretage disse trivselsundersøgelser hvert år. Både med individuelle mål per afdeling og for LOCA Gruppen samlet.

Det lave antal medarbejdere ansat i LOCA Gruppen i 2022 betød dog, at vi ikke kunne lave en anonym trivselsrapport – for det viste sig i praksis at være alt for nemt at regne ud, hvem der stod bag afgivne svar. Vi ser derfor frem til atter at gennemføre en ny trivselsundersøgelse i 2023 med sammenligning til den gennemførte trivselsrapport i 2021.

Vores trivselsundersøgelse er udarbejdet, så vi kan måle på mange forskellige parametre, og blandt flere definerede mål for 2023 kan nævnes en tangering af følgende resultater fra 2021:

Over 80% af alle LOCA-medarbejdere skal trives, trives meget eller trives rigtig meget i deres job og på deres arbejdsplads.

Under 10% af alle LOCA-medarbejdere skal føle sig kritiske i forhold til deres egen trivsel i deres job og på deres arbejdsplads.

Over 90% af alle LOCA-medarbejdere skal føle, at det giver mening og værdi, eller meget mening og værdi, for dem, at de, som en del af LOCA Gruppen arbejder for Bæredygtig Gastromi som beskrevet i LOCA Manifesto.

I vores trivselsrapport af 2021 var der ingen, der havde følt sig mobbet eller chikaneret, men igennem samme trivselsundersøgelse i 2022 blev vi gjort opmærksom på, at der i løbet af året havde været ét tilfælde, hvor en medarbejder følte sig mobbet, og ét andet tilfælde af krænkende adfærd i forhold til religiøst tilhørsforhold.

Der er i LOCA Gruppen absolut **NUL-TOLERANCE** i forhold til mobning og anden krænkende adfærd, og vi ønsker derfor også at sætte ind øjeblikkeligt, når og hvis dette finder sted.

Det er derfor et klart defineret mål for LOCA Gruppen at indføre en effektiv '**whistleblower**'-ordning i 2023

KLAR KOMMUNIKATION

Vi har i overgangen fra 20 ansatte i 2022 til 80 medarbejdere i 2023 oplevet et behov for nye og mere effektive kommunikationskanaler.

Et stort fokusområde i 2023 er derfor udarbejdelsen af en LOCA personale-app, som gør al intern information og kommunikation nem tilgængelig, hurtig og effektiv på både dansk og engelsk.

LOCA KARRIERE

I 2022 deltog LOCA-medarbejdere på følgende uddannelses- og karriereforløb:

- En tjener færdiggjorde Dansk Sommelier Uddannelse med udmærkelse.
- En restaurantchef færdiggjorde sin Diplomuddannelse.
- En restaurantchef er tilmeldt Dansk Sommelier Uddannelse.
- Opstart af en tjenerelev og to kokkelever.

I 2023 vil der, foruden individuelle uddannelsesforløb, være fokus på generel efteruddannelse af LOCA Gruppens ledere.

LOCA KOMPETENCE

LOCA KOMPETENCE har til formål løbende at udvikle, optimere og dele viden og kompetencer på tværs af fagområder. Dette kan være igennem interne og eksterne workshops, Master Classes, kurser, temature og inspirationsrejser.

Dette inkluderer blandt andet følgende kompetencegivende arrangementer planlagt 2022-2023

- Introkurser – internt kursus for alle nyansatte.
- Deltagelse i relevante Master Classes og kurser over året, eksempelvis:
 - o ”Kursus for surdejsentusiaster hos Nordsjælland Fællesmølleri
 - o ”Vild med Sild ” afholdt af Landbrug & Fødevarer
- Deltagelse i relevante kursusforløb inden for bæredygtighed.
- Afholdelse af ’Field trips’ – dagsture med relevant indhold for kokke og tjenere.
- Afholdelse af årlig tematur i Danmark med overnatning for ledere og souschefer.
- Afholdelse af årlig inspirationstur til udlandet for ledergruppe og nøglemedarbejdere.

LOCA FÆLLESSKAB & FORDELE

LOCA FÆLLESSKAB har til formål at gøre LOCA til mere end bare en arbejdsplads, og vil derfor arrangere aktiviteter og hyggestunder for alle kollegaer på tværs af alder og interesser.

I 2022 var målet at få indhentet udskudte fester og sammenkomster fra årene med Covid-19, og der blev afholdt sommerfest, juleafslutning, DHL-stafet og andre arrangementer, hvor også familie og venner kunne deltage.

Disse arrangementer fortsætter og udvikles yderligere i 2023.

Fra 2022 blev LOCAs medarbejdere tilbudt en attraktiv personalerabat, der gør det muligt at invitere venner eller familie med ud at prøve en af gruppens restauranter til særdeles fordelagtige priser.

LOCA Gruppen har desuden valgt at sponsorere et barn i verdens fattigste lande for hvert årsværk gruppen beskæftiger i Danmark, og alle fastansatte i LOCA gruppen tilbydes derfor at blive den personlige kontakt og støtte til et udsat barn, hvis uddannelse eller forbedrede vilkår LOCA Gruppen sponsorerer.

DIVERSITET - INKLUSION - LIGESTILLING

I alle LOCA's forretninger skal diversiteten hyldes, og inklusion og ligestilling skal ikke bare være en selvfølgelighed, det er og skal altid være en værdsat dyd.

Branchen mangler faglærte og ufaglærte hænder som aldrig før. Alt for mange har allerede fravalgt branchen, og alt for mange gør det, inden de er 40 år. Samtidig tilvælger alt for få at starte på en uddannelse som enten kok eller tjener, og af den allerede alt for lille pulje er kun ca. en fjerdedel kvinder.

Et fortsat fokusområde for LOCA i 2023 vil derfor være at intensivere vores engagement i branchen som helhed og søge taletid og indflydelse, hvorigennem vi kan forbedre grundvilkårene for branchens aktører. Derigennem skal vi fremme mangfoldighed og gøre branchen og jobbet som kok, tjener eller leder attraktiv for alle køn, alle aldre, alle nationaliteter – og seksualiteter.

Se også vores beskrivelse af dette i denne rapports afsnit ”4. Branchen” på side 20.



ORGANISATIONEN



”Vi vil skabe rammerne for en økonomisk bæredygtig forretning, der kan overleve ved egen kraft på et kompetitivt marked og blive ved med at gøre en positiv forskel generationer frem. Vejen hertil er brolagt med ordentlighed og bygger på professionelt drevne forretninger og inddragelse af en kulturbærende ejerkreds blandt ledende medarbejdere.

Medejere som igennem deres ledelse, engagement og begejstring er med til at sikre klar kommunikation, klare mål og gode arbejdsforhold. Hertil vil vi til enhver tid søge en ansvarlig produktion med et minimalt forbrug af energi, kemi og plastik - og maksimalt forbrug af vedvarende energikilder.”

LOCAS MANIFESTO 3. ORGANISATIONEN



’En bæredygtig forretning starter hos os selv’.

Ovenstående ordlyd i LOCA's manifesto punkt 3 er årsag til, at vi pr. 1. januar 2022 valgte ikke at forlænge lejemålet af bygningen The Standard, hvor vores tre restauranter, STUDIO, Almanak og Mission Green indtil da var beliggende i.

Beslutningen om fraflytning gav året 2022 en meget uventet drejning i forhold til de forventninger, vi havde, da vi et år tidligere udarbejdede vores første bæredygtighedsrapport. Med et økonomisk tab på samlet set DKK 10.000.000 fra Covid-19 nedlukningerne i 2020 og 2021, og med kun 2 ud af 5 restauranter åbne ved indgangen til 2022, blev årets største indsatsområde i 2022 at skabe et nyt fundament for en økonomisk bæredygtig forretning for LOCA Gruppen som helhed.

Dette lykkedes med udvidelse af vores forretningsområder inden for kantinedrift og konsulenttydelser året igennem, genåbningen af Restaurant STUDIO i Carlsberg Byen ved årets udgang og med kontraktindgåelse af lejemål og forpagtning til åbning af yderligere 3 restauranter i Q1 2023.

Med et genetableret fundament for en økonomisk bæredygtig forretning har det været muligt for LOCA Gruppen ikke kun at skabe et nyt forretningsgrundlag, men også at tilbagebetale den gæld, som blev optaget på The Standard under Covid-19 i 2020 og 2021.



Dette selskab, HS44 ApS, blev gjort inaktivt ved restauranternes flytning fra The Standard ved udgangen af 2021, men med lån fra LOCA Gruppens moderselskab har det været muligt efterfølgende at tilbagebetale alle corona-lån til staten og genetablere egenkapitalen i selskabet.

For at muliggøre dette, og dermed også undgå selskabets konkurs, har LOCA valgt at eftergive gæld til selskabet på DKK 5 millioner. LOCAs moderselskab, LOCA Management ApS, har i 2022 således også valgt at præsentere sit første underskudsgivende regnskab siden grundlæggelsen i 2017. Med tabet på DKK 5.000.00 i eftergivet gæld til HS44 ApS blev årsresultatet før skat for LOCA Management i 2022 således et underskud på DKK 2.334.000

Denne økonomiske disponering er taget med udgangspunkt i LOCA Gruppens værdisæt om professionalisme og ordentlighed – uanset hvor fristende alternativet måtte være – og ikke mindst med en tro på en lys og også økonomisk bæredygtig fremtid for LOCA Gruppen som helhed.



De store fokusområder i 2023 vil være fortsat stabilisering og etablering af nye forretninger og forretningsområder. Og ikke mindst udvikling af LOCA Gruppens overordnede ledelse og Governance i en ny struktur tilpasset en virksomhed i rivende udvikling med over 80 ansatte i 2023 mod ca. 20 medarbejdere i 2022.

- Et Advisory Board sammensat af forskellige, men markante personligheder og kompetencer fra andre brancher
- En visionær People & Culture afdeling – se afsnittet om Mennesker side 28
- Kulturskabende styregrupper blandt ledende medarbejdere på tværs af LOCA Gruppen

LINNET OG BEKLÆDNING

Vi arbejder sammen med det svanemærkede vaskeri, De Forenede Dampvaskerier, og benytter deres 'UPCY'-linje til medarbejderbeklædning.

Dette er tøj fremstillet af tekstiler, som tidligere har været anvendt til andre formål hos DFD's kunder. For yderligere informationer om 'UPCY' se venligst DFD's hjemmeside.

KEMISKE PRODUKTER

Det er vores målsætning udelukkende at bruge svanemærkede produkter i forbindelse med rengøring og lignende opgaver. Langt de fleste produkter, vi bruger, er svanemærkede, men vi har problemer med at finde dette i forhold til bl.a. rensetabletter til ovne og kemikalier til svære opgaver. Her findes der enten ikke nogen svanemærkede alternativer, eller alternativet er, at vi bruger for meget af det svanemærkede produkt, uden at slutresultatet bliver helt rent alligevel.

I 2023 har vi søsat et nyt projekt for at finde ud af, hvad der skal til for at skifte så meget som muligt til svanemærkede rengøringsprodukter.

PLAST

Vi minimerer vores forbrug af plast, og vores køb er primært forbundet med opbevaring af madvarer. Fx plastfolie og plastbøtter, som forlænger levetiden på mad. Her har vi ikke fundet alternativer, som holder maden lige så godt, lige så længe og til en lige så overskuelig pris som plastbeholdere. Dette er dog et område, som udvikler sig hele tiden, og vi holder nøje øje med nye alternativer.



BRANCHEN



”Vi vil søge partnerskaber i branchen, og sammen være med til at skabe en sund og bæredygtig branchekultur. Dårlig ledelse skaber dårlige arbejdsklimaer og ustabile medarbejdere. Gennem fair løn og anstændige arbejdsforhold skal det være muligt at opretholde en work-life balance og gøre det attraktivt at blive i branchen igennem flere af livets faser.”



LOCAS MANIFESTO 4. BRANCHEN



Økonomisk bæredygtighed er svært i restaurationsbranchen, og med tilbagebetalingerne af Covid-19-lån opleves der i 2023 rekordmange konkurser blandt restauranter.

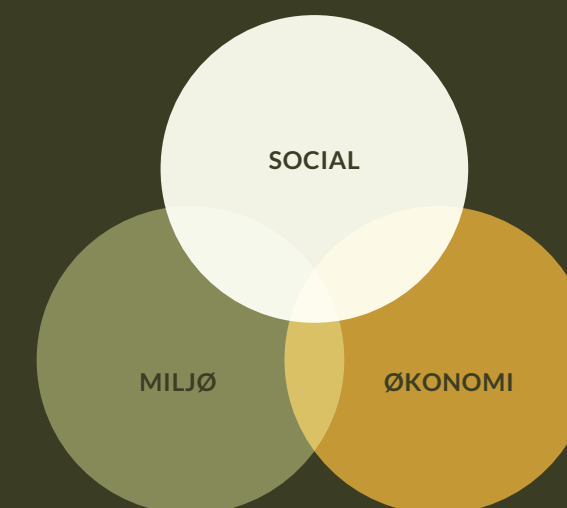
Når det gælder udbud og efterspørgsel, er der i Danmark som helhed for mange restauranter til for få gæster. Som konsekvens heraf er markedsprisen i udgangspunktet lav – og for mange restauranter for lav i forhold til at drive en økonomisk sund forretning.

Mange restauratører vil gerne sætte barren højt i forhold til bæredygtighed i et miljømæssigt og socialt perspektiv, men det kan være et udfordrende og økonomisk risikabelt projekt, når profitmarginen er så lav, som det er tilfældet. Under de givne markedsbetingelser har de fleste aktører ikke økonomisk mulighed for at pålægge sig selv øgede udgifter til eksempelvis bedre og mere bæredygtige råvarevalg – eller til bedre løn og arbejdsvilkår for deres medarbejdere. Marginen er ganske enkelt for lav.

Løn udgør allerede en meget stor del af en restauratørs udgifter – og for mange den største andel af kostprisen på en restaurationsregning. Hæves lønudgiften uden tilsvarende prisstigning, forsvinder profitmarginen, og lægges den ekstra lønomkostning oveni restaurationsregningen, pålægges lønudgiften yderligere 25% moms, inden salgsprisen er sat – og dermed forsvinder konkurrenceevnen.

Konsekvensen er for lav løn, for mange timer og for dårlige arbejdsforhold. Ikke mindst i sammenligningen med andre faggrupper med samme uddannelseslængde bag sig, og branchen mangler da både faglærte og ufaglærte hænder som aldrig før.

Alt for mange har allerede fravalgt branchen, og alt for mange gør det, inden de er 40 år. Samtidig tilvælger alt for få at starte på en uddannelse som enten kok eller tjener, og af den allerede alt for lille pulje er kun ca. en fjerdedel kvinder.



HORESTA

BRANCHEN - MENNESKERNE

Uddannelse, vidensdeling og bedre arbejdsforhold

Et primært fokusområde for LOCA i 2023 og de kommende år vil derfor være at intensivere vores engagement i branchen som helhed og søge taletid og politisk indflydelse, hvorigennem vi kan forsøge at forbedre grundvilkårene for branchens aktører.

Et hjertebarn for os er fornyelse af de eksisterende faguuddannelser og bedre muligheder for efteruddannelse, da vi mener, dette kunne øge branchens effektivitet og profitabilitet generelt.

Vi vil i tråd med vores verdensmål opsøge ”Partnerskaber for handling” blandt de af vores danske og internationale kollegaer og aktører i restaurationsbranchen, som vi deler værdisæt og mål med. Sammen vil vi gøre vores til, at branchen i almindelighed, og jobbet som kok, tjener eller leder i særdeleshed, bliver attraktivt for alle, der har et hjerte, der banker for mad og service.

Det skal på alle måder være attraktivt at søge ind i branchen – og derefter skal det være fysisk og praktisk muligt, at man kan blive der igennem flere af livets faser – og dermed også som både forælder og som senior efter de 60 år.

I 2023 har vi i samarbejde med vores brancheorganisation, Horesta, og en styregruppe af deres medlemmer, sat os for at definere, hvilke parametre indenfor Social Bæredygtighed vi kan, skal og vil måle på i fremtiden – også selvom der ikke er nogen lov, der påbyder det.

Målet er, at kantine- og restaurationsbranchen skal være professionel, og med tal og fakta være attraktiv i enhver sammenligning, og ikke mindst i sammenligningen med andre håndværksfag.

Derfor skal vi internt i LOCA kunne måle os selv på parametre, der er tilpasset vores værdier, og ikke mindst vores vision om at være branchens bedste arbejdsplads, men vi skal, i samarbejde med vores kollegaer i branchen, også have fastsat nogle parametre, som vi *alle* måler på.

Herved vil vi få en branchenorm, som vi kan måle os selv op imod internt i vores branche, men lige så vigtigt vil vi kunne måle vores branche op mod andre erhverv i Danmark.

Disse målbare punkter er for nuværende defineret som:

- Medarbejdertilfredshed
- Efteruddannelse
- Mobning – Krænkende handlinger – Seksuel Chikane
- Medarbejderomsætningshastighed
- Sygefravær
- Arbejdsulykker

- Kønsdiversitet generelt
- Kønsdiversitet for bestyrelsen
- Kønsdiversitet for direktionen
- Kønsdiversitet for øvrige ledelseslag



For LOCA Gruppen kræver en korrekt og fyldestgørende måling af ovenstående punkter, at vi implementerer et HRM-system, som kan integreres med vores nuværende vagtplaneringssystem. Herved har vi praktisk mulighed for både at indhente og bearbejde den nødvendige data.

For kvalitetssikring af de endelige målinger og vores konklusioner derpå, er det menneskelige perspektiv dog også her den største faktor for succes. I forlængelse af systemimplementeringen kræver den endelige effektivering derfor også en oplæring, af vores ledere i både forståelsen og udførelsen af data-disciplin.

Implementering af de nødvendige systemer for dataindsamling og behandling, samt ledernes oplæring heri forventes igangsat ultimo 2023.

For at skabe et bredere partnerskab i branchen på tværs af landegrænser har vi udvidet vores internationale samarbejde og netværk yderligere. Dette igennem vidensdeling med både Basque Culinary Center og Regional Basque Government i San Sebastian, Spanien.

BRANCHEN - MADEN

Vi vil gøre bæredygtig gastronomi til en bæredygtig forretning

Næst efter løn udgør råvarer for de fleste restauranter den størstedel af kostprisen på gæstens regning. Men som nævnt er det for mange vanskeligt at sende merudgiften for bedre og mere bæredygtige råvarer videre til gæsten, når man samtidig ønsker at være en konkurrencedygtig virksomhed.

LOCA Gruppen søger derfor partnerskaber, der kan italesætte værdien af bæredygtige valg såsom økologi, dyrevelfærd, lokale råvarer og bæredygtige fisk og skaldyr. Vi ønsker, at der er andre vilkår og bedre indtjeningsmuligheder for de restauratører, der træffer ordentlige valg for både miljø og medarbejdere.

Vi søger derfor politisk tilslutning til et nyt bæredygtighedsmærke, der kan kommunikere baggrunden for en merpris for bæredygtige produkter – og vi søger differentieret moms, så en øget produktionspris med baggrund i bæredygtige valg også økonomisk kan være et attraktiv alternativ til mindre bæredygtige eller ikke-bæredygtige fødevarer.

Vi var i 2021 i dialog med daværende Fødevareministeriet og fødevareminister Rasmus Prehn, hvilket medførte, at ministeren kom og talte om fremtidens bæredygtige fødevarebranche ved LOCA Gruppens første 'Talk & Taste'-arrangement i 2022.

'Talk & Taste' er vores tilbagevendende arrangementsrække, hvor vi inviterer branchen og dens interessenter ind til en 'smag' og en snak om tidens aktuelle emner, og vi glæder os til et nyt år med nye emner og nye og gamle deltagere.

VERDENSMÅL & VERDEN



”Vi vil skabe vækst ikke blot i vores del af verden, men også i 3. verdenslande.

Størstedelen af de menneskeskabte problemer på verdensplan som fx klima og ulighed kan spores tilbage til os i den privilegerede del af verden.

Vi tager vores del af ansvaret for at bidrage positivt til den større helhed gennem vores leverandør- og råvarevalg samt målrettede tiltag, der har til formål at udligne uligheder for udsatte grupper.”

LOCAS MANIFESTO 5. VERDENEN

SPONSOR FOR MINDRE ULIGHED OG MERE LIGESTILLING MELLE KØNNENE I VERDENS FATTIGSTE LANDE

I 2021 indgik vi et samarbejde med PlanBørnefonden for at hjælpe dem i deres arbejde for mindre ulighed og mere ligestilling mellem kønnene i de dele af verden, hvor uligheden er allerstørst. LOCA Gruppen har valgt at sponsorere et pigebarn i verdens fattigste lande for hvert årsværk, vi beskæftiger i Danmark.

Det har resulteret i, at LOCA Gruppen i 2023 sponsorerer 40 piger verden over, og igennem vores medarbejdere får pigerne et menneskeligt ansigt sat på sponsoratet. Som eksempelvis Tobias Linell, som i videoen i følgende link fortæller om sit sponsorbarn på Filippinerne: www.shorturl.at/gyzK3.

Ved indgangen til 2024 forventer vi at blive sponsorer for yderligere 10 børn – og dermed i alt 50 børn verden over.

MEDUNDERSKRIVER AF PLANET COPENHAGEN

I 2022 deltog LOCA Gruppen i en række workshops faciliteret af Wonderful Copenhagen. Deltagerne var hovedstadens førende turistaktører indenfor hoteller, restauranter, venues, transportører, PCOér, DMCér, oplevelsesindustrien m.fl. og målet var at sætte høje mål for bæredygtighed på branchens vegne.

Resultat blev et fælles manifest, hvor alle med deres underskrift forpligter sig til at arbejde aktivt mod 5 fælles mål – heriblandt, at vi med København vil skabe verdens mest bæredygtige turistdestination til gavn for hovedstaden og til inspiration for verden. Se mere om Planet Copenhagen og manifestet her:

<https://www.wonderfulcopenhagen.dk/manifest>

MEDLEMSKAB AF GLOBAL COMPACT

Loca Gruppen er i 2022 blevet medlem af FN's Global Compact Network Denmark.

Netværket er verdens største frivillige initiativ for ansvarlige virksomheder og et netværk, som sætter en fælles ramme for kommunikation, fremskridt og engagement inden for ansvarlig virksomhedsledelse.

Med vores tilslutning har vi dermed også forpligtet os til, at vi vil arbejde målrettet med Global Compacts 10 principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø, antikorruption og verdensmål.

Én gang årligt laver vi en COP-rapport, som beskriver indsatsområder for fremtiden og hvad vi tidligere har opnået.



CO2-MÅLING & DE 3 SCOPES

MINDRE CO2 – EN BASELINE, KONKLUSIONER OG INDSATSOMRÅDER

Årligt beregner vi vores komplette klimaaftryk baseret på principperne bag GHG-protokollen, med fokus på 3 scopes. Minimering af ressourceforbrug og vores Co2 aftryk er en høj prioritet for Loca Gruppen, det måler vi pr. indkøbt kr.. Vi har brugt 2021 som en baseline og i 2022 har vi igen målt Co2 aftryk for alle køkkener.

På nuværende tidspunkt ønsker vi ikke at udligne vores Co2 aftryk ved at købe os til en evt. Co2 neutralitet andre steder, f.eks. ved at købe træer eller jord, men det er et område vi overvejer grundigt. Først og fremmest anerkender vi at vi forbruger ressourcer og sætter ind der hvor det giver mest mening.

For at beregne et aftryk for 2022 har vi fokus på 3 scopes. Scope 1 handler om direkte udledninger, eksempelvis fra firmabiler. Scope 2 om de indirekte udledninger, eksempelvis ved at købe energi. Scope 3 om øvrige indirekte udledninger, som typisk kommer fra varekøb og køb af ydelser, transport og håndtering af affald.

KONKLUSIONER

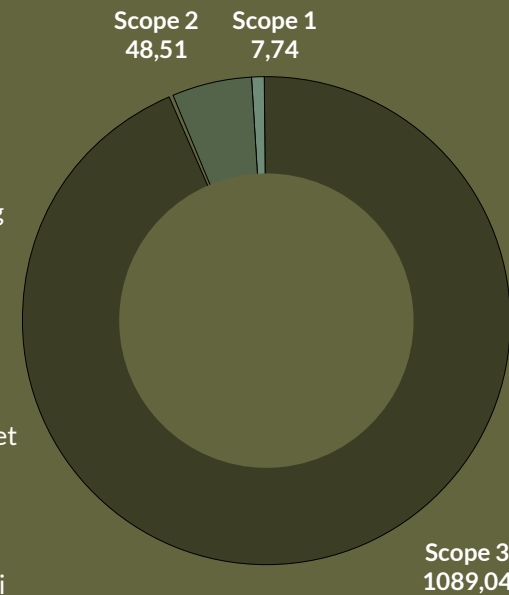
Total Co2 aftryk i tons Co2 kg. ækvivalenter: 1145,29. Vores aktivitetsniveau er steget i 2022, med et større indkøb af varer og ydelser.

Dog er Co2 pr. indkøbt kr. faldet med 10%, så pr. indkøbt kr. har vi alligevel formået at have et lavere aftryk over vores aktiviteter. Den samlede aktivitet er dog steget fra 759,23 i 2021 til 1145,29 ton Co2 kg. ækvivalenter.

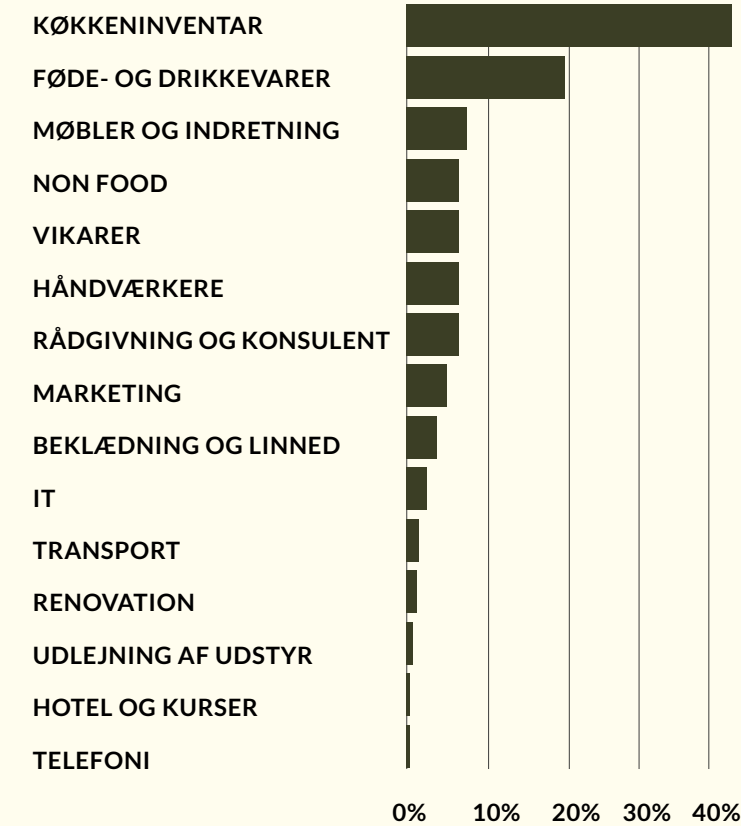
Da scope 3 er det største område, så vi fokuserer primært på dette område:

Køkkeninventar + Møbler og indretning + Håndværkere: Vi har bygget et nyt køkken, restaurant Studio, som stod klar i december 2022. Det er den primære årsag til at Co2 aftryk på køkkenudstyr er den største gruppe. Vi har beregnet aftrykket for al vores varekøb af nye og genbrugte møbler og køkkenudstyr, derudover er der en del håndværkertimer som er med til at øge aftrykket.

TOTAL CO2 AFTRYK I TONS CO2 KG. ÆKVIVALENTER:



PROCENTVIS FORDELING AF SCOPE 3



INDSATSOMRÅDER FOR 2023

Vores indsatsområder vil primært være i forhold til indkøb af drikkevarer og fødevarer. Men analysen viser også et relativt stort CO2-forbrug ved køb af køkkeninventar og nonfood, som bl.a. indeholder køb af elektriske køkkenapparater og elementer af stål og aluminium, forbrugsvarer til køkkenet og kemiske produkter såsom sæbe og andre rengøringsmidler. Disse områder vil der derfor også være fokus på i 2023.

I 2023 laver vi yderligere analyser og 'dykker dybt' i tallene. Til det har vi bl.a. udviklet et værktøj til at beregne CO2-aftryk på alle indkøbte varer, som vi vil følge op på kvartalsvis, sammen med vores økologiprocent. Vi vil hermed kunne se CO2-aftryk per køkken og per indkøbte varegruppe, helt ned på niveauet for den enkelte vare.

BILAG IFM. BEREGNINGER AF CO2-AFTRYK FOR 2021

PERIODEN FOR DATAINDSAMLING

Perioden for vores datamålinger er 01.01.2022 til og med 31.12.2022.

METODE TIL BASELINE-BEREGNING

- Vi har beregnet udledningen ved at basere vores beregning på GHG-protokollen med en opdeling i 3 scopes. Dertil har vi samlet vores fakturaer fra økonomisystemet for måleperioden 01.01.2022 til og med 31.12.2022 på de varer, services og ydelser, vi har købt. På de fleste ydelser, såsom el, gas, fjernvarme, køb af fødevarer og drikkevarer, har vi kunnet beregne udledningen baseret på kilder som Concito og informationer fra HOFOR og Energistyrelsen. På andre ydelser, såsom transport, affald og IT, har vi brugt generelle kilder i en form for 'spend-based method', altså har vi omregnet kroner forbrugt på indkøb til et CO2-aftryk.
- Vi har ikke kunnet lave en antagelse på adfærd hos vores gæster mht. hvilken transportform, de har brugt til at besøge os. Dette element mangler derfor i vores beregninger.
- Vi har brugt Klimakompasset fra Erhvervsstyrelsen til at lave de overordnede beregninger til vores baseline, og vi har udviklet et værktøj, sådan at vi på dele af det største scope – scope 3 – kan beregne aftrykket hvert kvartal for at kunne følge op på det. Føde- og drikkevarer er den største gruppe, og her beregner vi aftrykket med udgangspunkt i Concitos Klimadatabase.
- På andre områder vil vi fortsat bruge en 'spend-based method' med forskellige kilder som basis.

METODE TIL CO2-BEREGNING AF RETTER

Vi baserer CO2-aftryk på råvarerne i Concitos Klimadatabase. Der, hvor vi ikke kan finde en råvare, tager vi en sammenlignelig vare eller varegruppens gennemsnitlige CO2-aftryk. Ved denne metode medtager vi ikke udledninger, der stammer fra energi forbrugt ved kogning, bagning, tørring osv.

KILDER

- HOFOR
- Energistyrelsen
- Den Store Klimadatabase fra Concito
- Klimakompasset fra Erhvervsstyrelsen
- Leverandører
- DCA – Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug
- Greenhouse Gas Protocol

BILAG IFM. LOCA GRUPPEN TRIVSELSUNDERSØGELSE

TRIVSEL

LOCA Gruppens trivselsundersøgelse er baseret på 44 spørgsmål/udsagn, og der svares fra en skala fra til 5, hvor 1 er dårligst. Undersøgelsen er ligeledes inddelt i følgende kategorier, hvor der efter hvert område er mulighed for at skrive kommentarer.

- Køn, alder, hvilken afdelingsleder, hvor længe ansat etc.
- Generel trivsel på arbejdspladsen, forholdet til kolleger, travlhed, faglighed, stolt over hvad man laver, hjælp fra kolleger
- Personalemad, sociale arrangementer, pauser
- Mobning, chikane
- Ledelsen: er der klar kommunikation, klarhed om virksomhedens værdier etc., hjælp og støtte fra ledelsen, fair løn
- Spørgsmål vedr. det fysiske arbejdsmiljø
- Medarbejdere: Ved hvad der forventes af mig, mulighed for at lære, stolt over de resultater vi skaber, passende udfordringer
- Giver arbejdet med bæredygtig gastronomi værdi og mening

Resultatet af undersøgelsen blev gennemgået af ledelsen på personalemøder pr. afdeling.

LOCA GRUPPEN

EVERY MEAL MATTERS

LOCA KANTINER

LOCA RESTAURANTER

KILDEN
i haven

RADIO

*mission
Green*

almanak
i operaen

STUDIO

RESTAURANT
GAARDEN