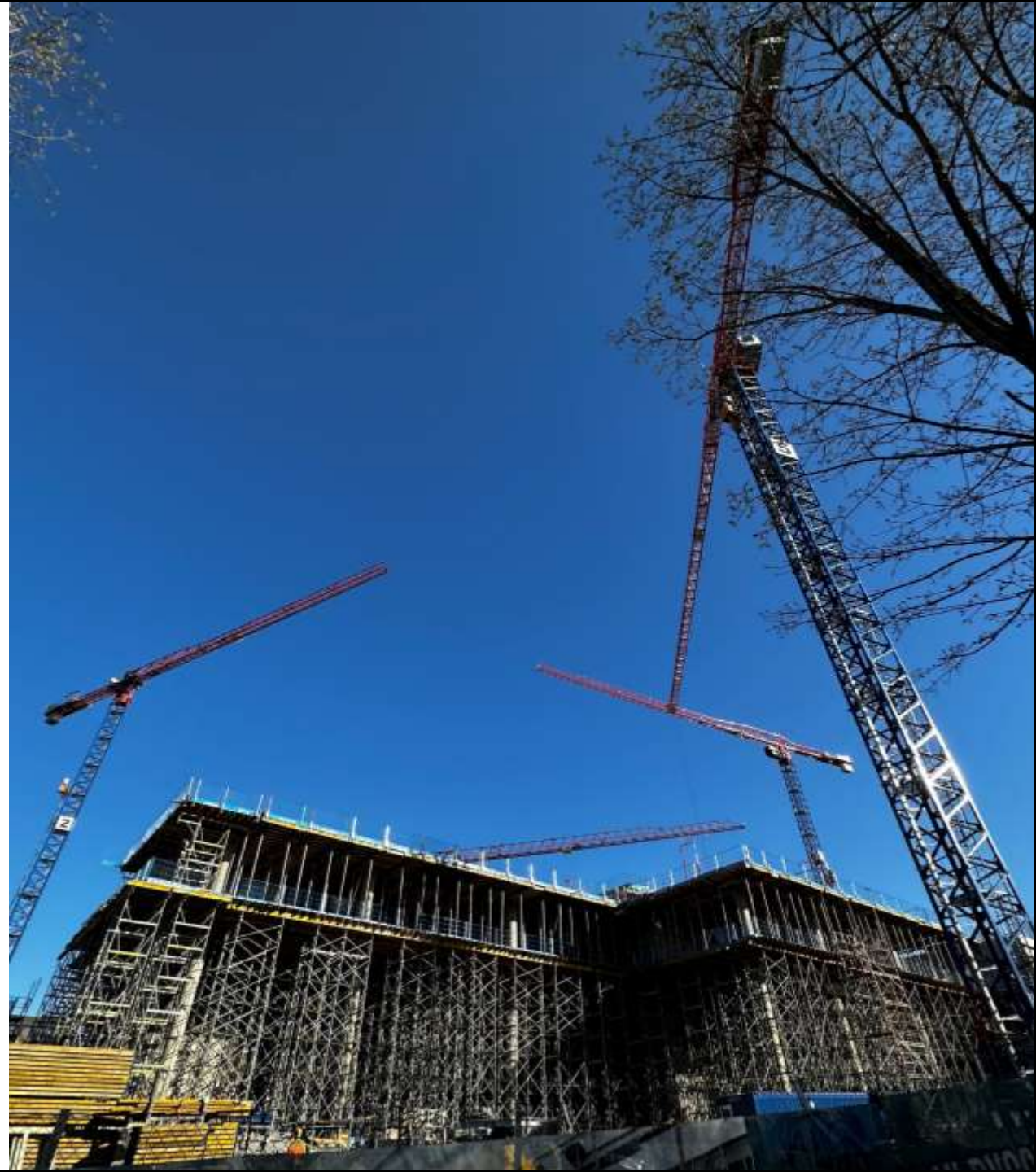


# UNIVERSITETET I OSLO

## Forum anskaffelsesrådgivere

Torsdag 7. september 2023

Stort møterom, Georg Sverdrups hus



# Forum for anskaffelsesrådgivere - agenda

- 0900 Velkommen
  - Innkjøpsanalyse og -måling.
  - KPIer for innkjøp og anskaffelser ved UiO.
  - Klimarapportering
- 0945 Pause
- 1000 Anskaffelsesprosessen Bevertning
- 1045 Pause
- 1100 Anskaffelsesprosessen Bevertning (fortsettelse)
- 1200 Avslutning
- Ny anskaffelsesrådgiver
  - Anne Indahl
- [Strategi Livsvitenskap 2025-2030](#)

# Aktuelt anskaffelser UiO

- Beverting\*/Catering
- IT avtaler PC/Mac
- Reisebyrå - kredittkort
- Laboratorieavtaler implementering
- Rekrutteringstjenester
  
- DUGNAD KGV/KAS – TS informasjon
  - Egne saker
  - 20.9.2023 kl 1200-1500, Frank Zappa, SA
  
- Ny avtale: ANSK-22-0349 Etanol, udenaturert
  - Avtalen gjelder pakningsstørrelser ≤ 50 liter
  - Avtalestart: 3. juli
  - Leverandør: KiiltoClean AS
  - Bestillingsmåte: katalog kommer, inntil videre fritekst
  - Sjekk avtaleside for priser/produkter og viktig informasjon om bevilling/avgiftsfritak
  
- ANSK-21-0209 Laboratorierekvisita
  - Det vil avholdes informasjonsmøter i slutten av september:
  - Laboratorierekvisitaavtalen (ANSK-21-0209) i et miljøperspektiv - leverandørpresentasjoner
  - Lenke til mer informasjon og påmelding: <https://nettskjema.no/a/351268>

# Reisebyrå - Kredittkort

- UiO kjørte anbud for reisebyråtjenester før sommer, men mottok ingen tilbud
- Revidert avtale med Berg-Hansen skal signeres for 1+1 år
- Kredittkort med firmaansvar innføres og skal brukes kun til reise
  - Hovedendringen: ansvaret for overholdelse av kredittkortbetingelser sitter hos UiO og belaster ikke ikke den ansattes private kredittramme
  - Den ansatte må fortsatt betale for sin reise og følge rutinen for refusjon
- Fakturaprofiler og taxi-kort avvikles
- Mer informasjon rundt implementering og oppstart kommer snart

# Nye avtaler - EA

- Porteføljeforvaltning og levering av elektrisk kraft
- I-lab, taket over I-lab og nytt glassblåserverksted
- Printere til Grafisk Senter (høykvalitet og høyvolum)
- Nye sykkelparkeringsløsninger



# Innkjøpsanalyse og måling

## Innkjøpsanalyse og -måling

1. UiOs målbilde og KPIer
2. Årlige innkjøpsanalyser
3. Rapporter i Tablau
4. Utvikling av rapportering



Prinsipper og etiske retningslinjer for arbeid med anskaffelser ved UiO, 2021–2024



- En strategi for å sikre integritet og ansvarlighet i anskaffelser ved Universitetet i Oslo -

UTVIKLING

Analyse

Mål

Strategi

KPI

RAPPORTERING - OPPFØLGING

# Innkjøpsanalyser og måling

## Bærekraft

- Ihht. strategien skal vi utvikle rapportering på følgende KPIer:
  - «Andel bestillinger og utviklingen over tid med prioriterte miljøprodukter»
  - «Andel prosjekter/ inngåtte rammeavtaler med gjenbruk.»
  - «Andel videresalg og andel utfaset utstyr i hht beste praksis»
  - «Andel konkurranser med krav til vedlikehold og reservedeler.»
  - «Antall leverandører som er miljøsertifisert»
  - «Andel miljøvennlige kjemikalier»
  - «Andel miljøfremmende sertifiseringsordninger.»
  - «Andel anskaffelser hvor utslippsmål er stilt»
  - «Andel gjennomførte dialoger med ledere vedr miljø»
  - «Antall konkurranser med miljøkrav»
- Ikke alle rapporteres på i dag.
- Samfunnsansvarsgruppa har foreslått å kutte antall KPIer, basert på en vurdering av effekt og målbarhet.



## Prinsipper og etiske retningslinjer for arbeid med anskaffelser ved UiO, 2021–2024



– En strategi for å sikre integritet og ansvarlighet i anskaffelser ved Universitetet i Oslo –

# Forum for anskaffelsesrådgivere

## Klimarapportering

- [Klima, miljø og bærekraft ved UiO](#)
  - [Tiltaksplan for klima- og miljøarbeid](#)
  - Revideres høst 2023
- Klimarapportering 2021- 2022
  - EA - [miljørådgiver Lise Kolberg](#)
  - Styresak 6.9.23
    - [I-sak 24-2023 Klimagassregnskap 2021-2022](#)





# Innkjøpsanalyse og måling

## DFØ Benchmark

Målsetningen til dette prosjektet er å sammenligne virksomheter med den hensikt å identifisere et effektiviseringspotensial innenfor ulike dimensjoner.

**Resultatmål**

1. Realisere gevinster for deltakende virksomheter
2. Etablere et system for flerårig benchmarking (sammenligning) og gevinsthåndtering som kan utvides til større deler av offentlig sektor

**Effekt mål**

1. Bedre utnyttelse av ressurser innenfor det offentlige
2. Bidra til læring og kontinuerlig forbedring for deltakende virksomheter og DFØ
3. Store offentlige innkjøpere blir en motor for å spre kunnskap og utvikle kompetanse til resten av innkjøpsnorge

Arkfane	Beskrivelse
A. Indeks	Denne siden
B. Mål for benchmarking	Kort beskrivelse av formålet med benchmarkingen
C. Veiledning med eksempel	Forklaring av hva som skal fylles ut i spørreskjemaet med eksempler på svar
D. Ordliste og definisjoner	Definisjon av begreper brukt i fane 1 - 5
E. Bakgrunnsinformasjon	Bakgrunnsinformasjon om virksomheten
1. Kostnadsbesparelser	Alle spørsmål tilhørende dimensjon
2. Prosesseffektivisering	Alle spørsmål tilhørende dimensjon
3. Samfunnsansvar	Alle spørsmål tilhørende dimensjon
4. Leverandørutvikling og innovasjon	Alle spørsmål tilhørende dimensjon
5. Styring av anskaffelsesfunksjonen	Alle spørsmål tilhørende dimensjon

# Dagens rapportering

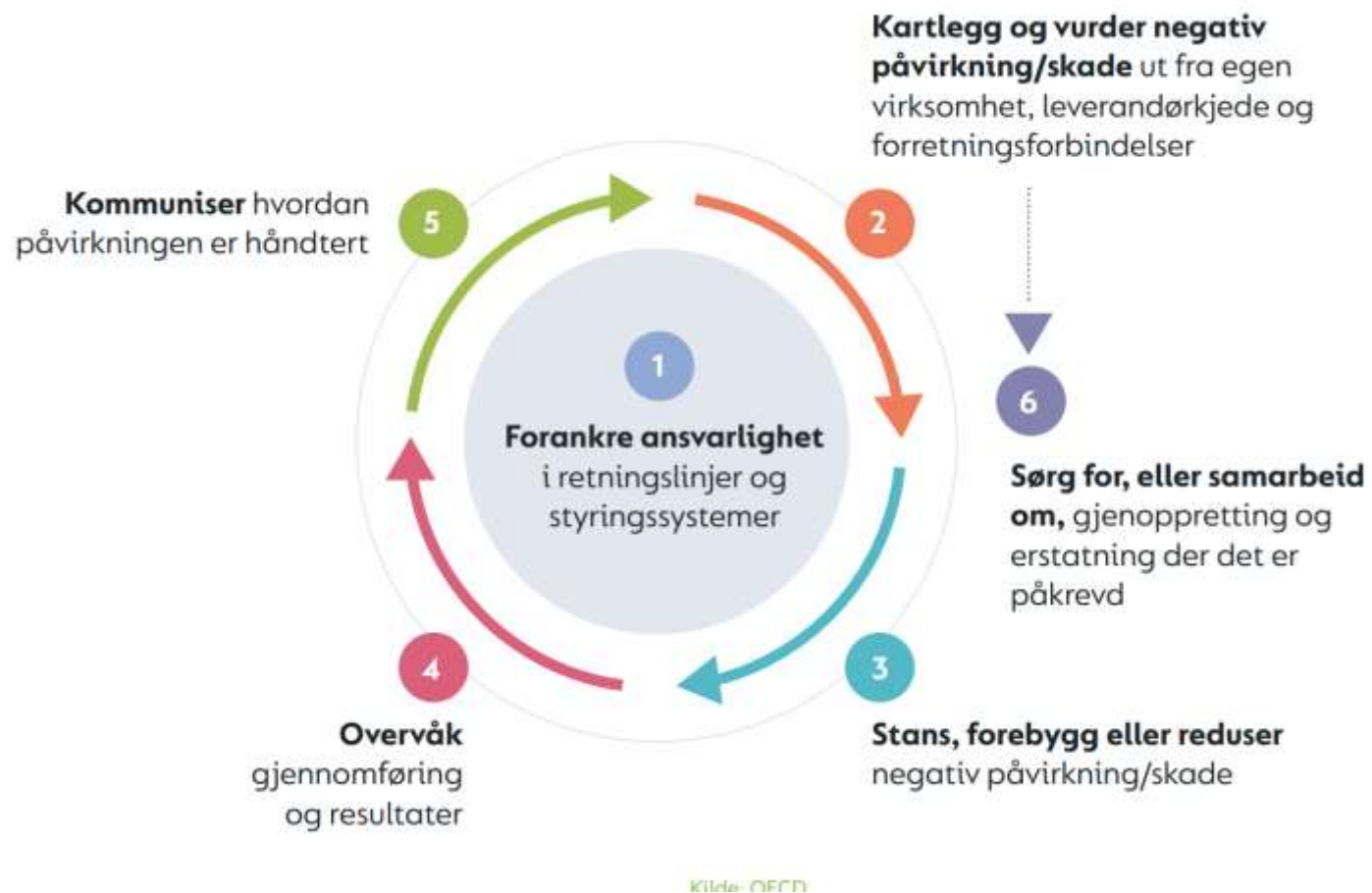
Eksterne samarbeidspartnere

- Vi rapporterer i dag måloppnåelse innen samfunnsansvar til Etisk Handel Norge og Miljømerking Norge (Svanemerket)
- Etisk Handel Norge varsler økte krav til struktur for aktsomhetsvurderinger i anskaffelser. Det kan gi utslag i rapporteringen. Dette vil vi komme tilbake til.



# UiO - oppfølging

- Factlines
- EHN (rapport)
- Miljømerking Norge
- Åpenhetsloven
- Grønt Punkt



# INNSPILL OG SPARRING

Gi oss gjerne innspill til gode bærekraftige løsninger

Tenk reduksjon av forbruk, økning av gjenbruk og ikke minst deling

Hvordan kan vi best styre og følge opp på bærekraft (dvs hva skal vi måle, rapportere på (KPI) og styre på)

# PAUSE!



UNIVERSITETET  
I OSLO



# UNIVERSITETET I OSLO

## Bærekraftig catering

Innovasjon gjennom krav, konkurranse  
og kontraktsoppfølging

Asle Orseth

Forum for anskaffelsesrådgivere

ANSK-21-0298

07.09.23





Kreativ Catering · Følg

16. august kl. 09:35 · 🌐



OM Å BLI TATT PÅ SENGA - AV NOEN SOM TØR OG KAN Å TENKE FRAMOVER!

Kreativ Catering har alltid ønsket å tenkt nytt, annerledes, tilby innovative produkter og bruke nye råvarer.

Det har blitt vårt DNA. Dette har markedet satt pris på og butikken vår går veldig godt. Men vi kniver hele tiden mot mainstream-markedet som kjører på med billig-wraps og smakløs tapas. Nettopp derfor er det så utrolig flott å bli valgt til hovedkontraktspartner for Universitetet i Oslos nye storsatsning på bærekraftig catering.

UiO har tenkt større og lengre enn vi har turt som en bedrift som må overleve fra dag til dag. Vi har (50) ansatte å ta vare på og forpliktelser til leverandører og utleiere. Vi har alltid hatt store tanker og ideer om hva catering kan være, men om vi er for tidlig ute, så vi vil ingen kjøpe. Vi fikk derfor hakeslepp da UiO gikk ut med anbud som gikk lenger i den retningen enn vi selv noensinne kunne drømt om at en kunde ville ønske seg.

Det tvang oss til å tenke gjennom alle våre systemer for å formidle det som vi mener er bærekraftige måltider som vi faktisk kan levere til en pris kjøperne vil betale.

UiO trodde på oss og nå begynner vi en felles reise vi er henrykt av å kunne bli med på. Sammen med UiO skal vi sette nye standarder for bærekraftig catering der ferske råvarer med høy andel av lokale og økologiske leverandører er målet.

# Hva er det som er så nyskapende egentlig?

Avklare behov og  
forberede  
konkurransen

Markedsdialog  
Brukerdialog  
Samarbeid med akademia

Konkurrans-  
gjennomføring

Senke terskel, holde i hånda  
100% kvalitet

Kontrakts-  
oppfølging

Insentivmodell  
Partnerskap  
Ny måte å bestille på





A photograph of a cluttered office desk. The desk is covered with stacks of papers, folders, and a lamp. In the background, there is a window with vertical blinds. The room is filled with stacks of papers, suggesting a large volume of work or a backlog. The text "FORARBEIDSFASEN" is overlaid on the image.

FORARBEIDSFASEN



### VIKTIG LÆRING #1

Forskere er flinke folk som kjenner mange andre flinke folk



### VIKTIG LÆRING #2

Når forankringen er god, er allting godt

hetlig klima- og

a- og miljøstrategien sett

beskriver konkrete oppgaver s



Behovsanalyse

Markedsanaly  
leverandørdial

Konkurra  
strategi

Krav  
konk



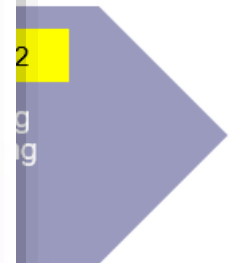
Konkurranseg  
på høring

Foto: Jarli & Jordan/UO

Info om anskaffelsesprosessen



Kompetansepanel for klima, miljø og bærekraft



GEVINSTREALISERING



asjon  
re

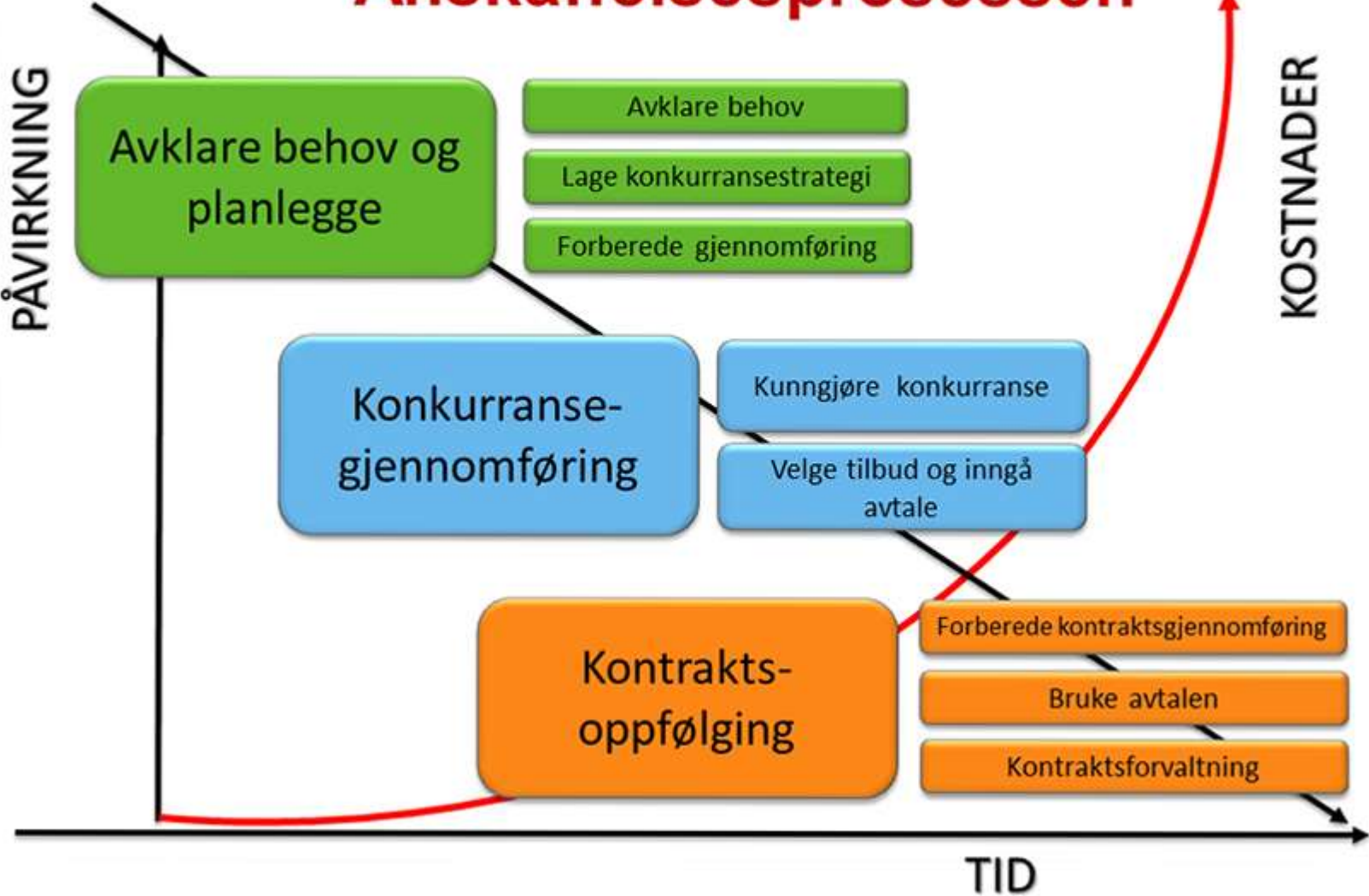
art  
vering

Dialogmøter,  
kontraktsoppfølging

A man and a woman are lying in bed, separated by a distance. The man, on the left, has a beard and is wearing a dark blue t-shirt; he is sleeping with his eyes closed and arms crossed. The woman, on the right, has long dark hair and is wearing a white t-shirt; she is looking upwards with a thoughtful or concerned expression, her arms also crossed. The bed has white pillows and a white blanket. The overall lighting is soft and slightly blue-toned.

DIALOG

# Anskaffelsesprosessen



## KOMPETANSEUTVIKLING

- Forskningsprosjekt – samarbeid mellom innkjøp og forskere
- Høring forskningsmiljø
- Workshop ekspertgruppe anskaffelser
- Workshop ekspertgruppe bærekraft/mat



## BRUKERINVOLVERING

- Tverrfaglig anskaffelsesteam
- Spørreundersøkelse
- Workshoper bestillingsprosess
- Workshoper brukerbehov
- Folkeråd



## MARKEDSDIALOG

- Dialogkonferanse i samarbeid med OsloMET
- Leverandørmøter
- Møter med andre bransjeaktører
- Offentlig høringsrunde
- Tilbudskonferanse
- Forhandlingsmøter



Bærekraftige kontraktskrav

## KOMPETANSEUTVIKLING

- Forskningsprosjekt – samarbeid mellom innkjøp og forskere
- Høring forskningsmiljø
- Workshop ekspertgruppe anskaffelser
- Workshop ekspertgruppe bærekraft/mat



## BRUKERINVOLVERING

- Tverrfaglig anskaffelsesteam
- Spørreundersøkelse
- Workshoper bestillingsprosess
- Workshoper brukerbehov
- Folkeråd



## MARKEDSDIALOG

- **Dialogkonferanse i samarbeid med OsloMET**
- Leverandørmøter
- Møter med andre bransjeaktører
- Offentlig høringsrunde
- Tilbudskonferanse
- Forhandlingsmøter



Bærekraftige kontraktskrav

# Dialogkonferanse: «Hva er bærekraftig møtemat?»

OSLOMET



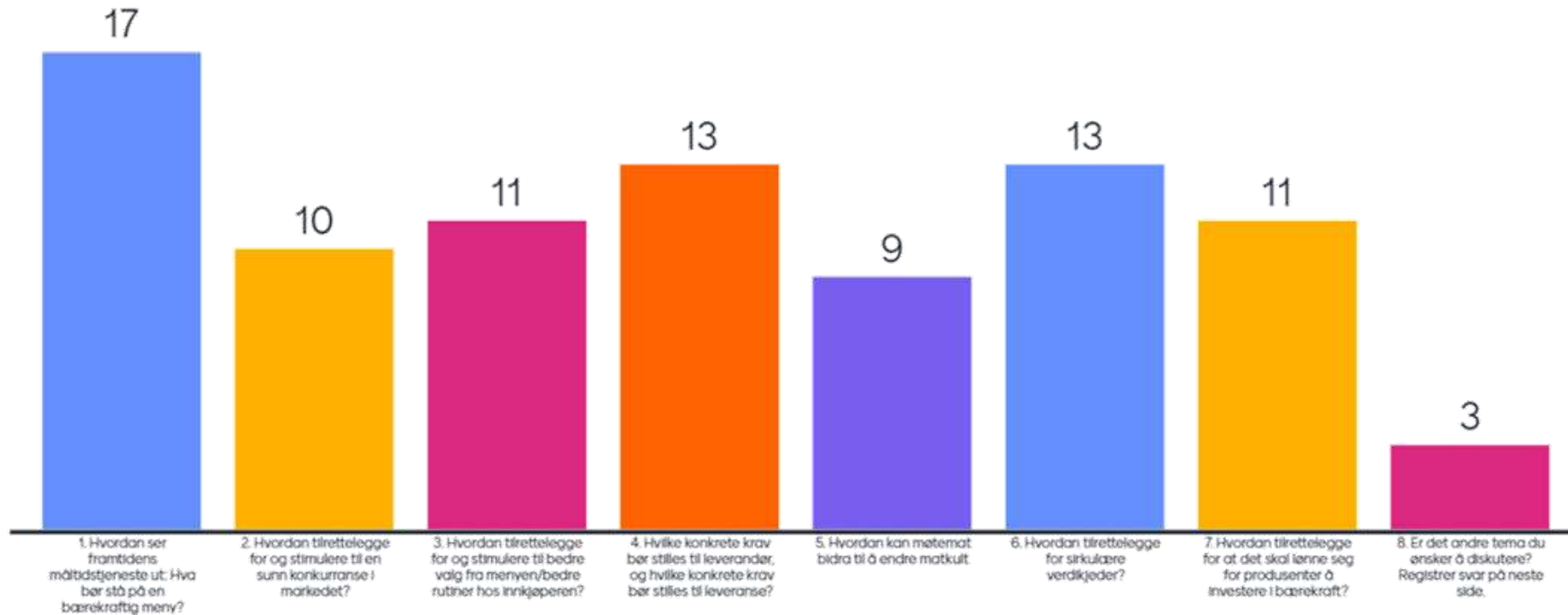
UNIVERSITETET  
I OSLO

- *Innledning (5 min)*
- *Dialog (50 min)*
  - Hva bør stå på en bærekraftig meny?
  - Hvilke krav vil fremme sunn konkurranse?
- *Lunsj (20 min)*
- *Dialog (50 min) – nye grupper*
  - Hvordan oppnår vi sirkulære verdikjeder?
  - Når og hvordan bør vi fasilitere partnerskap?
  - Hva er deres kjepphester?
- *Avslutning*
- *Én til én møter*



# Nøkkelen var gode forberedelser

- Deltakerne ble «håndplukket»
- Deltakerne bestemte agendaen
- Deltakerne stilte forberedt
- Velprøvd metodikk for dialog





# Teknikker for samtale

1. Gode bord

2. Enkle regler for samtalen



Plateful

Innovatør



Fag



Måltid



Catering



Overraskende for meg:

1. Åpenhet
2. Nytteverdien for «de andre»



**VIKTIG LÆRING #3**

Bruk målrettede invitasjoner og tenk nøye gjennom sammensettingen



Trygt og uformelt

Hva kom ut av det?

1. «Slipp kokken fri»
2. Ja til strenge krav
3. Del opp anbudet



A group of seven people are sitting in a circle on a tiled floor, engaged in a dialogue session. They are dressed in casual, comfortable clothing. The setting appears to be an indoor space with large windows in the background, letting in natural light. The text "BRUKERDIALOG" is overlaid in the center of the image in a white box with black text. In the foreground, the back of a person's head and shoulders is visible, looking towards the circle. On the floor in the center of the circle, there are several small, round objects and a wooden stick, possibly used for a game or activity.

# BRUKERDIALOG

## KOMPETANSEUTVIKLING

- Forskningsprosjekt – samarbeid mellom innkjøp og forskere
- Høring forskningsmiljø
- Workshop ekspertgruppe anskaffelser
- Workshop ekspertgruppe bærekraft/mat



## BRUKERINVOLVERING

- Tverrfaglig anskaffelsesteam
- **Spørreundersøkelse**
- Workshoper bestillingsprosess
- **Workshoper brukerbehov**
- **Folkeråd**



## MARKEDSDIALOG

- Dialogkonferanse i samarbeid med OsloMET
- Leverandørmøter
- Møter med andre bransjeaktører
- Offentlig høringsrunde
- Tilbudskonferanse
- Forhandlingsmøter



Bærekraftige kontraktskrav



ⓘ Merk at dette er en løsning som fortsatt er under utvikling. [Trykk her for å gå tilbake til gammel løsning.](#)

Status: Skjemaet er åpent for svar [Steng skjema](#)

Sist endret: 23.11.2022 14:20 av Asle Andre Orseth

Skjema-ID: 254060

## Brukerundersøkelse om overtidsmat/takeaway kopi

[Vis](#) [Bygg skjema](#) [Kodebok](#) [Innstillinger](#) [Innhent svar](#) [Se resultater](#)

[← Tilbake til se resultater](#)

## Webrapport for: Brukerundersøkelse om overtidsmat/takeaway kopi

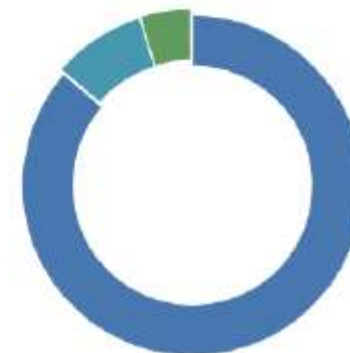
124 Leverte svar 0 Påbegynte svar 0 Invitasjoner sendt

[Tilpass rapport](#)

Har du selv spist cateringmat i forbindelse med møter, arrangementer eller overtidsarbeid, eller har du kun gjort bestilling/varemottak?

Antall svar: 124

Svar	Antall	% av svar
Gjort begge deler	107	86.3
Kun gjort bestilling/varemottak	6	4.8
Kun spist maten	11	8.9



## Bærekraft

### Hvor enig er du i påstanden "Universiteter har et særskilt ansvar for å servere mat som er i tråd med det forskning viser er bærekraftig"?

Antall svar: 124

Svar	Antall	% av svar
Vet ikke/har ingen mening	6	4.8
Helt uenig	3	2.4
Delvis uenig	7	5.6
Delvis enig	30	24.2
Helt enig	80	64.5



19. Hva har og vil være en faktor for når du er en student?

20. Jeg mener universiteter har et ansvar for å redusere forbruket av det som ikke er bærekraftig, men et stort og viktig ansvar vil være å sørge for at de som er berørt av dette også får en god opplevelse (med hensyn til kostnader og kvalitet på maten).

21. Det skal ikke være noe som er viktig for å gjøre det beste, så det kommer til bærekraft, men å redusere forbruket av mat som ikke er bærekraftig, så det blir bedre for miljøet.

22. Bærekraft er viktig, men det er ikke alle som er interessert i bærekraft, jeg mener at man må ha mulighet til å velge det.

**Har du noen praktiske innspill til hvordan vi kan gjøre avtalene mer bærekraftige?**

1. Nei
2. Lage etabler som gir det trykkelig økonomisk bærekraft å kjøpe planlagt mat/fødsel. Hvis det er en viktig faktor når det skal bestilles mat.
3. Kjøpe mat med ansvar (med egen produsent i situasjon)
4. Hvis man har ansvar for godkjente produkter, så betyr det at man skal være sikker på at man har et ansvar for å kjøpe mat som er bærekraftig og som er god for miljøet. Så det betyr at man skal være sikker på at man har et ansvar for å kjøpe mat som er bærekraftig og som er god for miljøet.
5. Jeg opplever at det følger dette opp til noe allerede og får ikke behov for noen endring.
6. Med gode veganske alternativer er det ikke noe problem.
7. Skape flere tilbudninger på større små anleggskontor.
8. Fokus på bærekraft med kostnader mat.
9. Lage for at bærekraft har mange og flere alternativer slik at det vil være naturlig og bli som en offer eller kompensasjon, slik at bærekraft er ønskelig.

23. Hvis en skole vil bli trygg, så betyr det at skolen har et ansvar for å sørge for at bærekraft er bærekraftig med de ansatte.

24. -

25. Hele skolen i tillegg. Og skolen har alle de samme tingene som er i skolen.

26. Det vil ikke være noe som er viktig og viktig med mat, det er viktig for å lytte til engasjementet.

27. Å være trykkelig med bærekraft, så er det viktig at man skal være sikker på at man har et ansvar for å kjøpe mat som er bærekraftig og som er god for miljøet.

28. Bærekraft er bærekraftig produkt, og det er bærekraftig produkt. Jeg mener at man skal være sikker på at man har et ansvar for å kjøpe mat som er bærekraftig og som er god for miljøet.

29. Så ofte nye alternativer som vil bli skrevet i skolen, men det er for å se om man kan gjøre med det.

30. Bærekraft er bærekraftig produkt, det er viktig for å sørge for at man har et ansvar for å kjøpe mat som er bærekraftig og som er god for miljøet.

**Er det noe mer du har på hjertet?**

31. Å sørge for at bærekraft er bærekraftig.



# Workshop behovshavere

**INNLEDNING** 10:00-10:15

Samtaler, runde 1: 10:15-11:05

- Hvilke typer arrangement eller møter bestilles det mat til?
- Hva er viktigst for de som bestiller maten?
- Hva er de største fallgruvene man bør unngå?

**LUNSJ** 11:05-11:30

**MÅLTIDSKATEGORIER** 11:30-11:35

Samtaler, runde 2: 11:35-12:10

- Dekker de foreslåtte kategoriene behovet?
- Hva er det viktigste å gjøre riktig med de nye avtalene?

**OPPSUMMERING** ferdig ca 12:15

UiO

# Sustainable Food at UiO

Sign up to be one of 100 to join UiO's first **Citizens Assembly** and influence the future of food on campus.

<https://nettskjema.no/a/citizensassembly>

Sign up & info:



# Agenda folkerådet, dag 2

## AGENDA

### Presentation

WHAT WE **CARE** ABOUT IS...

OUR **IDEA** IS...

THE **OBSTACLES** AND **OPPORTUNITIES** ARE...

THE IDEA NEEDS TO **CONSIDER**...

THE **ACTIONS** THAT NEED TO BE TAKEN ARE...

MY **COMMITMENT** IS...

Summary & group photo

10min

5 min

20 min

20 min

20 min

15 min

10 min

15 min



A collage of sticky notes on a corkboard. The notes are arranged in a grid-like pattern. Overlaid on the collage are several semi-transparent colored shapes with text labels. The labels are: 'MORE DIVERSE' (top, green), 'MORE INCLUSIVE' (middle, olive), 'BAD SOLUTIONS' (left, blue), 'CONVENIENCE' (center, white), 'LESS WASTE' (bottom right, dark blue), and 'SMARTER DECISION' (bottom center, grey).

**MORE DIVERSE**

**MORE INCLUSIVE**

**BAD  
SOLUTIONS**

**CONVENIENCE**

**LESS  
WASTE**

**SMARTER  
DECISION**



# FREE THE CHEF

*What is sufficient diversity?*

**New meal concepts**  
**Predictability vs. variety**  
**Personal choice**

*What is sufficient information?*

**More informed choices**  
**Food culture**  
**Learning through food**

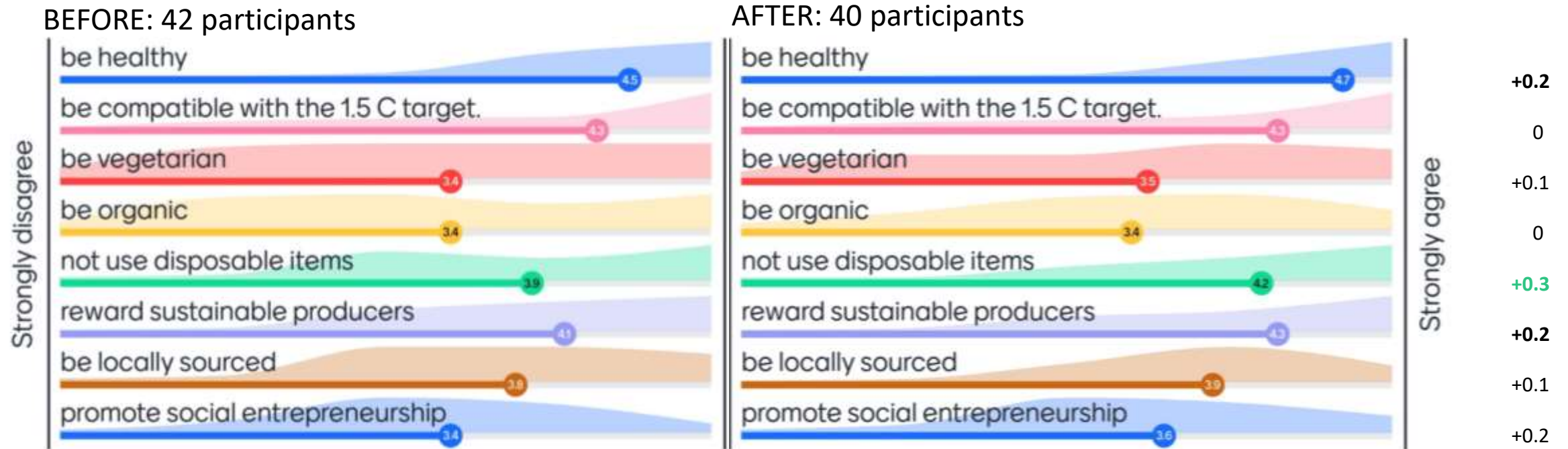
# SMART PACKAGING

*What is sufficient waste?*

**Food waste**  
**Reusable packaging**

# MINDFUL MENUS

# WHAT IS IMPORTANT FOR YOU?



40 participants



**Fargerike smaksprøver:** Kulturelt mangfoldig og smakfull mat byr på andre boller enn traust og tørt brød

Hva er den beste møtematen?

# Bærekraft på menyen

Hva er egentlig bærekraftig mat? Og smaker det egentlig godt? For å finne svaret på dette inviterte Universitetet i Oslo til folkemøte for bærekraftig møtemat.



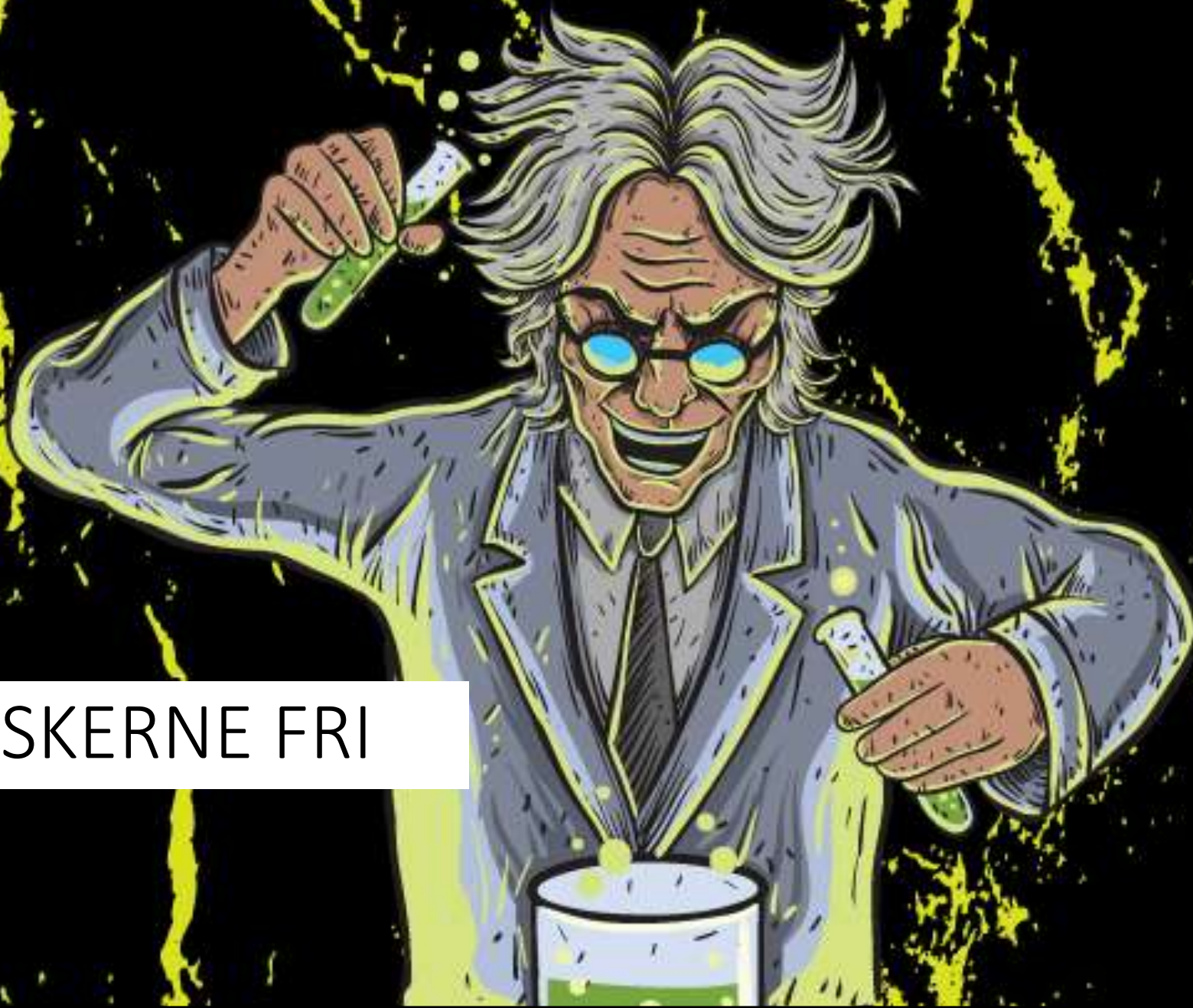
Vanja Krøvel  
JOURNALIST I UNIVERSITAS

Mohammad Ataey  
FOTOGRAF I UNIVERSITAS



# BÆREKRAFTIGE KONTRAKTSKRAV





SLIPP FORSKERNE FRI

## KOMPETANSEUTVIKLING

- Forskningsprosjekt – samarbeid mellom innkjøp og forskere
- Høring forskningsmiljø
- Workshop ekspertgruppe anskaffelser
- Workshop ekspertgruppe bærekraft/mat

## BRUKERINVOLVERING

- Tverrfaglig anskaffelsesteam
- Spørreundersøkelse
- Workshoper bestillingsprosess
- Workshoper brukerbehov
- Folkeråd

## MARKEDSDIALOG

- Dialogkonferanse i samarbeid med OsloMET
- Leverandørmøter
- Møter med andre bransjeaktører
- Offentlig høringsrunde
- Tilbudskonferanse
- Forhandlingsmøter

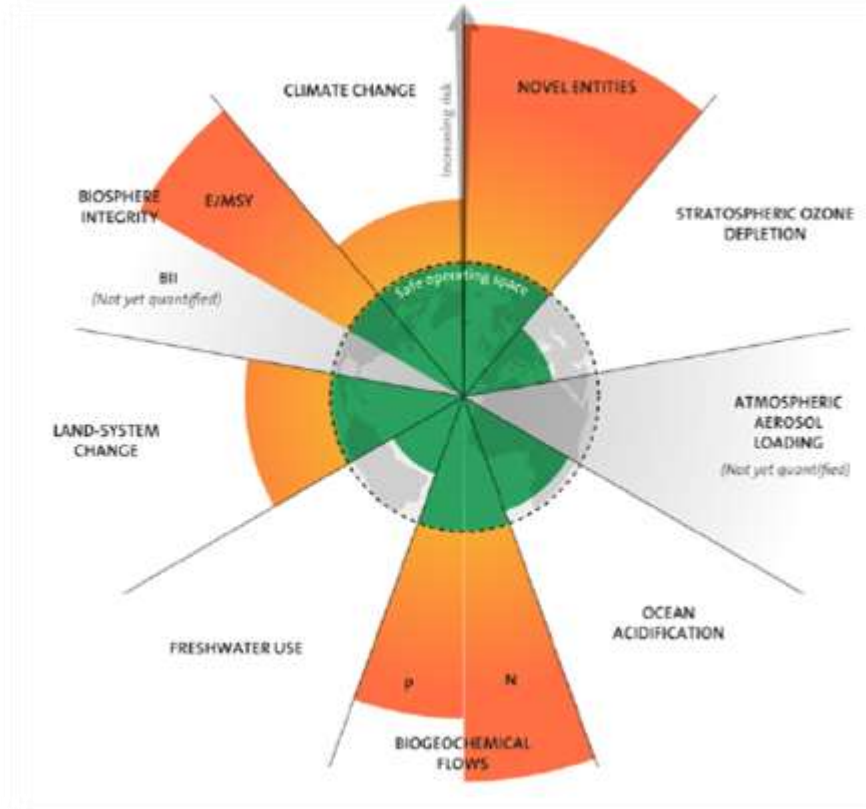
**Bærekraftige kontraktskrav**



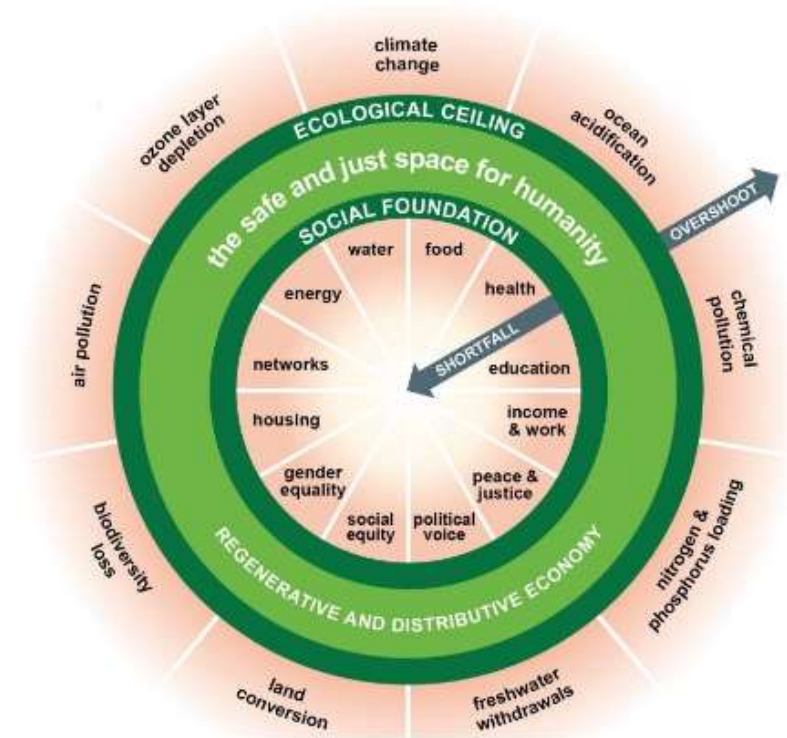


L. de Lapeyre de Bellaire, CIRAD

# Må tenke helhetlig



Planetens tålegrenser



Kilde: Raworth 2017

Smultringmodellen











## § 4. GRENSEVERDIER

Måltidene skal bidra til å nå 1.5°C målet.<sup>3</sup> Leverandør skal sikre at utslipp per servering holder seg innenfor fastlagte grenseverdier for klimagassutslipp (målt i vekt ved innkjøp):

Frokost	0,3 kg CO <sub>2</sub> e
Lunsj	0,5 kg CO <sub>2</sub> e
Middag	0,6 kg CO <sub>2</sub> e
Snacks	0,2 kg CO <sub>2</sub> e

# DET PLANTEBASERTE MÅLTIDET

## PLANTER SPILLER HOVEDROLLEN

**MINST** 50% FRUKT OG GRØNNSAKER

**MINST** 5% SKAL VÆRE PROTEINRIKE PLANTER

**MAKS** 20% SKAL VÆRE MEIERIPRODUKTER

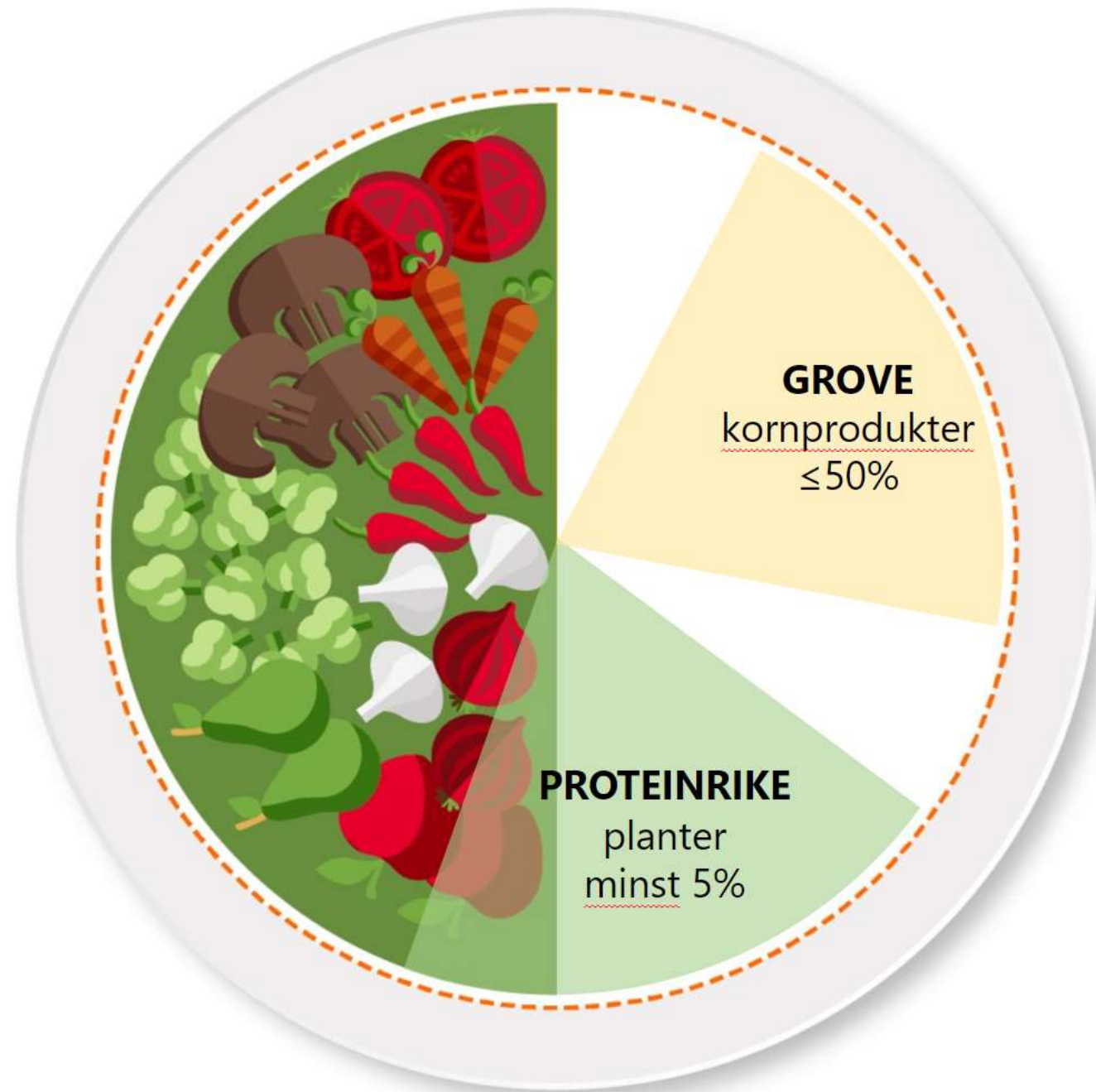
## MAT LAGET FRA BUNNEN AV

FORTRINNSVIS MED FERSKE VARER I SESONG

LITE MENGDE SALT, SUKKER OG FETT

**INGEN** ULTRAPRODUSERTE INGREDIENSER

**BÆREKRAFTIG OG HELSEFREMMEDE  
MAT SOM SMAKER GODT**



# Hvordan dokumentere alt dette?

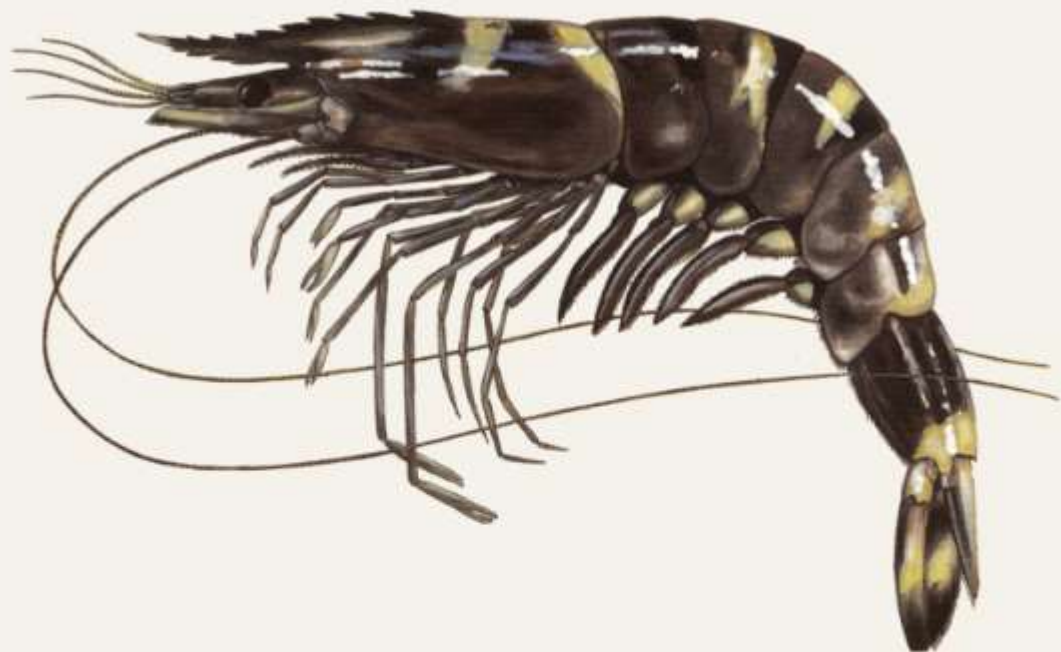


## § 2. AKTSOMHET

Leverandør skal vite hvor og hvordan råvarer og produkter som inngår i måltidet er produsert. Råvarer uten dokumenterbart opprinnelsesland kan ikke benyttes.<sup>1</sup>

*Kilde: OECDs Velleder for Aktsomhtsvurderinger for Ansvarlig Næringsliv*

Søk etter fisk og skalldyr



# TROPISK REKE/SCAMPI

*Penaeus ssp.*

Tropiske reker kalles både scampi, kongereker og tigerreker i Norge. Over halvparten av alle tropiske reker blir oppdrettet, mens resten er viltfanget.

## Spis med god samvittighet

Tropiske reker og scampi fra oppdrett i europeiske land. ASC-sertifiserte scampi fra Vietnam er også et godt valg.

## Greit valg, men ikke for mye

ASC-sertifiserte tropiske reker og scampi fra India, Indonesia og Ecuador.

## Styr unna

Tropiske reker og scampi uten ASC- og MSC-sertifisering bør du unngå å kjøpe.

## Fangstmetoder

Bunntål, trollgarn, teiner og oppdrett.

## Vår anbefaling

Oppdrett av tropisk reke er mange steder med på å utrydde mangroveskog og forurensning miljøet. Det foregår også et overfiske av ville tropiske reker og fisket knuser ofte korallrev.

Det finnes oppdrett av tropisk reke som er ASC-sertifiserte, og det finnes MSC-sertifisert fiskeri etter tropisk reke. Sertifiserte tropiske reker og scampi som er oppdrettet i Europa og i Vietnam er beste valget til middag.

## § 10. KONTINUERLIG FORBEDRING

**Leverandøren skal levere en Årsrapport.** Senest hver 1. februar skal leverandøren oppsummere resultater på sentrale styringsparametere fra det foregående kalenderår. Årsrapporten skal gi partene målrettet kunnskap som kan omsettes til handling gjennom Partnerskapsplanen.

Partene skal samarbeide om å videreutvikle Årsrapportens innhold. I lys av ny kunnskap kan oppdragsgiver endre hvilke faktorer det skal rapporteres på når dette også vil styrke bærekraft. Ved inkludering av nye bærekrafft faktorer skal oppdragsgiver vurdere i hvilken grad eksisterende faktorer kan forenkles.

Årsrapporten skal bestå av en kvantitativ del (Del I) og en kvalitativ del (Del II). Del I skal bygge på leverandørens ingredienslister og omsetning for kalenderåret og klart oppgi hvordan summene er beregnet når dette ikke er åpenbart.

### Verdiskaping:

- (1) Totalt under kontrakten: omsetning, antall serveringer, gjennomsnittsverdi
- (2) Total per måltidskategori: omsetning, antall serveringer, gjennomsnittsverdi

### Klima:

- (1) Totalt klimagassutslipp (scope 1 til 3)
- (2) Andel (%) av totalt klimagassutslipp fra engangsmaterialer
- (3) Andel (%) av totalt klimagassutslipp fra produksjon
- (4) Andel (%) av totalt klimagassutslipp fra leveranse
- (5) Andel (%) av totalt klimagassutslipp fra matsvinn hos oppdragsgiver (estimat)
- (6) Gjennomsnittlig klimagassutslipp (totalt klimagassutslipp delt på antall serveringer)
- (7) Hvilke 5 råvarer som stod for de største utslippene totalt sett (i %)

### Helse:

- (1) Gjennomsnittlig nettovekt per servering
- (2) % nettovekt frukt/grønnsaker,
- (3) % nettovekt grove kornprodukter,
- (4) % nettovekt (søt) poteter,
- (5) % nettovekt proteinrike planter,
- (6) % nettovekt meieriprodukter,
- (7) % nettovekt tilsatt sukker,
- (8) % nettovekt umettede planteoljer,
- (9) % nettovekt salt,
- (10) % nettovekt «annet»

### Sporbarhet:

- (1) Andel (%) av omsetning som gikk til råvarekostnader (og av denne hvor mye gikk til identifiserbare produsenter)
- (2) Andel (%) av omsetning som gikk til lønnskostnader for kjøkkenansatte (og av denne hvor mye gikk til lærlinger)
- (3) Andel (%) av omsetning som gikk til lønnskostnader for de som leverte maten

### Lærlinger:

- (1) Hvor mange ansatte jobbet helt eller delvis med denne kontrakten det siste året (og hvor mange av disse var lærlinger)?
- (2) Hvor mange av disse sluttet (og hvor mange av disse var lærlinger)?
- (3) Hvor ofte har lærlingene vært 80%-100% alene om å planlegge, gjennomføre og evaluere cateringproduksjon?
- (4) Hvor mange timer har lærlinger i gjennomsnitt deltatt på opplæring, kursing eller workshop om bærekraftig matproduksjon i løpet av siste året?
- (5) Hvor rekrutterer dere lærlinger fra? (Oppgis som note til tallene)

Del II skal utformes som leverandørens forslag til Partnerskapsplan. Denne skal baseres på Del I og gjennomførte aktsomhetsvurderinger i tilknytning til planetens tålegrenser og bærekraftig verdiskaping, slik disse er definert under kontraktens Formål.





# KONKURRANSEN



VIKTIG LÆRING #4

Vi er for store for mange av de små

## TOTAL

**«KOMPLETT  
CATERING AS»**  
Tilbyr begge  
hovedgrupper  
og alle  
kategorier

## SPECIALIST

**«VIP MAT  
AS»**  
Tilbyr kun en av  
hovedgruppene

## NISJE

**«SEMINAR AS»**  
Tilbyr kun enkelte  
kategorier

**«BAKERN»**  
Tilbyr kun én kategori

## 1. MØTEMAT

### 1.1 HELDAGS *Beverting (2 serveringer)*

- 1.1.1 Luksus
- 1.1.2 Standard

### 1.2 VARMRETTER *Beverting (>3 timer)*

- 1.2.1 Middag
- 1.2.3 Lunsj

### 1.3 MINGLEMAT *Beverting (<3 timer)*

- 1.3.1 Gourmet
- 1.3.2 Standard
- 1.3.3 Enkel/Frokost
- 1.3.4 Enklest

### 1.4 ANNET *Beverting (<3 timer)*

- 1.4.1 Kaker og bakverk
- 1.4.2 Overtidsmat
- 1.4.3 Eventuelle andre kategorier (leverandørens ønske)

## 2. SERVERINGSTJENESTE

### 2.1 HVITE DUKER *Representasjon*

- 2.1.1 VIP
- 2.1.2 Gourmet
- 2.1.3 Flerretters

### 2.2 MOTTAELSE *Representasjon (mottakelse)*

- 2.2.1 Formell
- 2.2.2 Konferanse



## 1. MØTEMAT

Salg av ferdig tilberedt mat med tilkjøring, uten at det ytes andre tjenester. Typisk for møter, konferanser, avslutninger, interne arrangement.

**15% mva** (Næringsmidler)

**1.1 HELDAGS** *Beverning (2 serveringer)* Statens maksatts *kr. 688, ink. mva.*

1.1.1 Luksus 95% kr. 655,-

1.1.2 Standard 60% kr. 415,-

**1.2 VARMRETTER** *Beverning (≥3 timer)* Statens maksatts *kr. 471 ink. mva.*

1.2.1 Middag 50% kr. 235,-

1.2.3 Lunsj 30% kr. 140,-

**1.3 MINGLEMAT** *Beverning (<3 timer)* Statens maksatts *kr. 208 ink. mva.*

1.3.1 Gourmet 95% kr. 200,-

1.3.2 Standard 60% kr. 120,-

1.3.3 Enkel/Frokost 40% kr. 85,-

1.3.4 Enklest 30% kr. 65,-

**1.4 ANNET** *Beverning (<3 timer)* Statens maksatts *kr. 208 ink. mva.*

1.4.1 Kaker og bakverk 40% kr. 75,-

1.4.2 Overtidsmat 60% kr. 120,-

1.4.3 Eventuelle andre kategorier (leverandørens ønske) opptil 95% kr. 200,-

## 2. SERVERINGSTJENESTE

Typisk for særskilt anledning med et visst formelt- preg og eksterne gjester tilstede. **25% mva** (Serveringstjenester)

**2.1 HVITE DUKER** *Representasjon* Statens maksatts *kr. 1507, ink. mva.*

2.1.1 VIP (opp til) 95% kr. 1507,-

2.1.2 Gourmet 50% kr. 755,-

2.1.3 Flerretters 30% kr. 450,-

**2.2 MOTTAKELSE** *Representasjon (mottakelse)* Statens maksatts *Kr. 555 ink. mva.*

2.2.1 Formell 95% kr. 530,-

2.2.2 Konferanse 60% kr. 330,-

### 2.3 ANNET

2.3.1 Servering av drikke ingen regulert pris

Kategorien dekker typisk seminar og konferanser som går over en hel dag

Lengre arrangement eller arrangement som strekker seg ut over arbeidstiden

Typiske arrangement er seminarer, møter, utstillinger m.m. der det er behov for praktisk mat som kan spises med hendene. Kategoriene Enkel og Enklest er typisk arrangementer for studenter, frokostmøter og sosiale sammenkomster.

Kaker og bakverk knyttes særlig til feiringer av anledninger. Kategorien Overtidsmat dekker behovet for raske leveranser (maks 3 timer leveringstid)

Kategorien dekker lunsj, middag, bankett eller annet festmåltid der hovmester og servitører er tilstede.

Kategorien dekker mottakelse ifm. doktorkreeringer, eksterne gjester m.m. og formelle anledninger der man ønsker fingermat eller enklere servering med personell.

Kategorien dekker behovet for servering av drikkevarer (ink. alkohol) til eksterne arrangement



1. Målrettede invitasjoner til leverandører
2. Tilbudskonferanse. Hvordan levere tilbud?
3. Enkelt konkurransegrunnlag
4. Begrense krav til dokumentasjon



#### VIKTIG LÆRING #5

Terskelen for å levere tilbud kan være veldig høy



## **Forhandlingsfase, del 2:**

- Sporbarhet
- Menyutvikling
- Partnerskapsplan

## **Forhandlingsfase, del 1:**

- Utkast partnerskapsplan
- Aktsomhetsanalyser
- Ingredienslister
- Service
- Prøvesmaking

## **Tilbudsfrist:**

- Måltidskategorier
- Konseptbeskrivelse
- Sporbarhet av verdikjeden
- 5 eksempelretter





# Bærekraft i verdikjeden (15%)

## Særlig vektlagt:

- økologiandel
- beskrivelse av aktsomhetsvurderinger
- tiltak i verdikjeden
- bevist bærekraft i innsendt ingrediensliste (vegoguiden, økologisk)
- systematikk i oppfølging av verdikjede og krav ved valg av råvarer og leverandører

## Plusser:

- høy andel økologisk.
- gode aktsomhetsvurderinger og systematikk etter OECD-modell på så mange områder innen bærekraft som mulig
- særlige tiltak som omhandler bærekraft i verdikjeden (eksempelvis sanking, egenproduksjon, beviselige bærekraftige produsenter, lærlinger, emballasje m.m.)
- ingredienslistene inneholder råvarer som er sannsynliggjort som bærekraftige (økologisk, opprinnelsesland innenfor grønt lys i WWFs guide etc.)

		Bærekraft i verdikjeden
Leverandør	Vekting	15 %
Gastro	Poeng (0-10)	6,52
	Poeng (0-6)	3,8
Cultivate Food	Poeng (0-10)	6,96
	Poeng (0-6)	4,0
Elvebredden	Poeng (0-10)	6,96
	Poeng (0-6)	4,0
Godt Brød	Poeng (0-10)	10,00
	Poeng (0-6)	5,8
Kreativ Catering	Poeng (0-10)	8,26
	Poeng (0-6)	4,8
LETT	Poeng (0-10)	6,09
	Poeng (0-6)	3,5



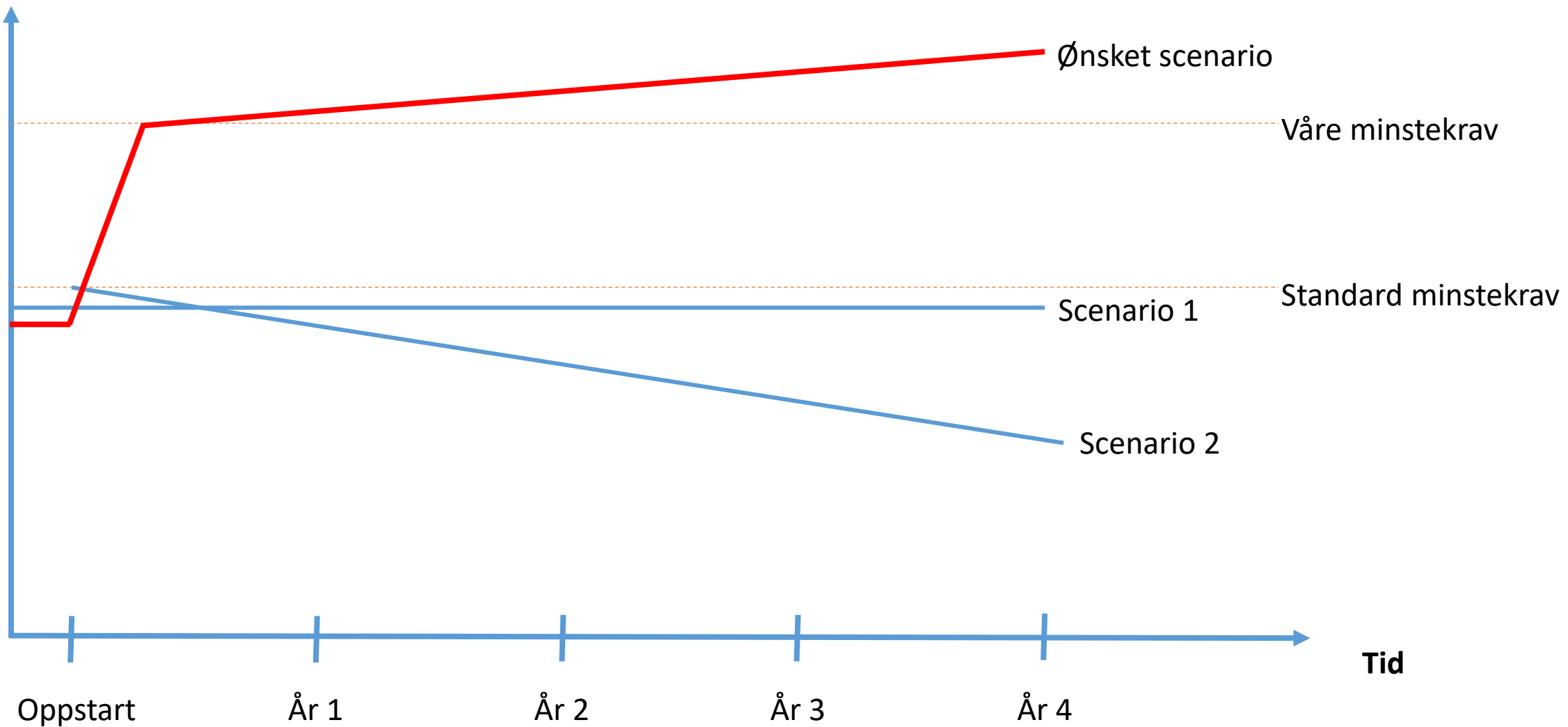
## VIKTIG LÆRING #6

Tenk gjennom hva du ser etter i en god besvarelse/tilbud på hvert kriterium



# KONTRAKTSOPPFØLGING

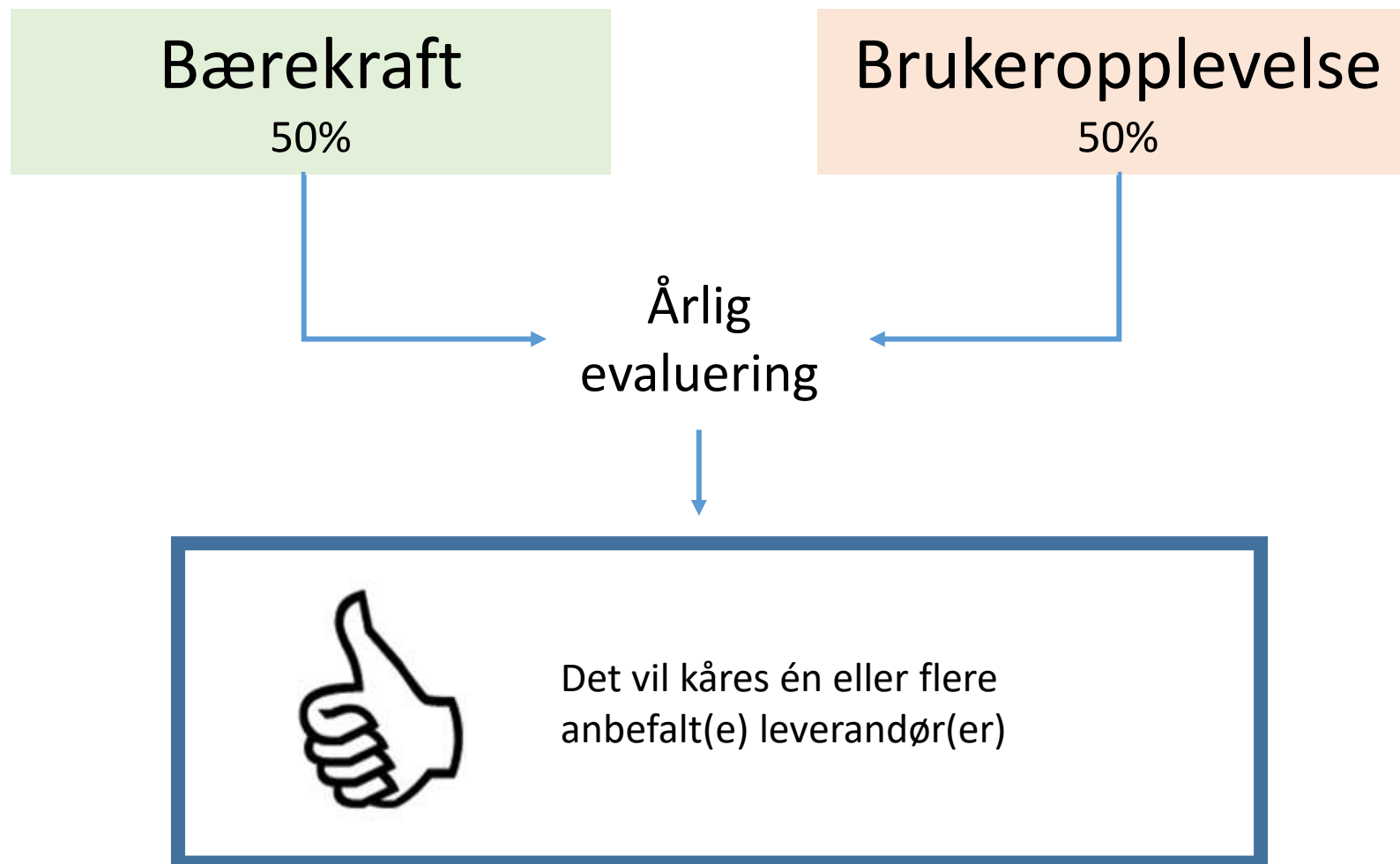
# Leverandørens prestasjoner



Tid



# Insentivmodell



# Partnerskapsplan

«§ 11 Partnerskapsplanen skal inneholde konkrete og forpliktende tiltak for å kontinuerlig løfte brukertilfredshet og bærekraft og partene skal aktivt samarbeide om å gjennomføre disse.»

**3%** av leverandørens omsetning under kontrakten skal allokere finansiering av utpekte innovasjonsprosjekter i tråd med prosjektets behov.

## Noen utvalgte fellesprosjekter:

1. Eliminere engangsemballasje
2. Videreutvikle behovsinnmeldingen
3. Måle brukertilfredshet



# Noen utvalgte prosjekter leverandørene selv forplikter seg til

- Gjennomgå alle retter – kutte ledd i verdikjeden, øke økologiandelen
- Nye ingredienser – eksempel: hjemmelaget wraps
- Åpne eget bakeri. Fersk og økologisk mat
- Nasjonalt oppslagsverk for råvarer og klimadatabaser
- Samarbeid med NAV om arbeidstrening og ansettelse
- Øke norskandelen på råvarer
- Øke andel «ukurante råvarer»
- Medlemskap i Etisk Handel Norge
- Svanemerket cateringtjeneste

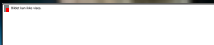


## VIKTIG LÆRING #7

Utviklende kontraktskrav fungerer!  
(det ser sånn ut i hvert fall)



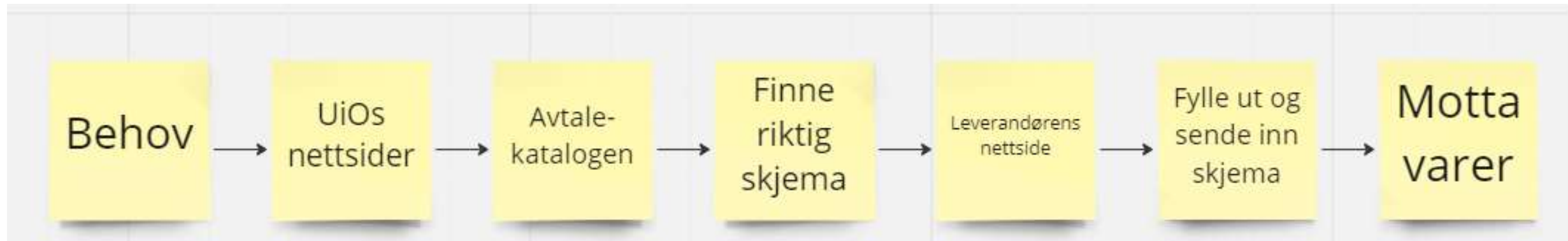
NY MÅTE Å BESTILLE PÅ



## Å bestille varer og tjenester på UiO...



- Ca. 100 ulike bestillingsskjemaer
- I snitt: 21 minutter og 45 sekunder å gjennomføre en matbestilling
- Usikkerhet blant behovshavere mtp om leveringen går gjennom og maten vil bli levert





Kristian Gundersen

11 t · 🌐



Kristinn Hegna

Det s  
på ur  
opp  
overl  
orga  
prosj  
laget  
besti  
hver  
gang  
vider  
riktig  
supe  
med  
enhv  
Prob

Oppgavene er overført til forskere og undervisere, og er overbyråkratisert i tillegg. Her forleden brukte jeg flere dager på å organisere møterom, bestille mat og kaffe til et internasjonalt prosjektmøte, når jeg heller skulle planlagt INNHOLDET i møtet, og laget forelesninger! Møtematbestillingen alene krevde 7 separate bestillinger, via UiOs økonomiavdeling, 7 ganger måtte jeg fortelle at hver enkelt av dem var godkjent av instituttets administrasjonssjef, 7 ganger måtte jeg godkjenne og kontrollere økonomiavdelingens videresending av min bestilling, 15 mailer måtte jeg sende for å få

mange folk må gjøre oppgaver som ikke er deres kjerneoppgaver, man trenger flere folk, og alle trenger ikke å ha mastergrad eller helseutdanning.





SLIPP KOKKEN FRI

# Økt bærekraft ved å overlate mer til leverandørene

Før

Behovshaver velger leverandør og spesifiserer bestilling fra deres meny



Behovshaver velger

Prototype

Behovshaver velger ferdigpakke, innkjøper velger leverandør og bestiller fra deres meny



Innkjøper velger

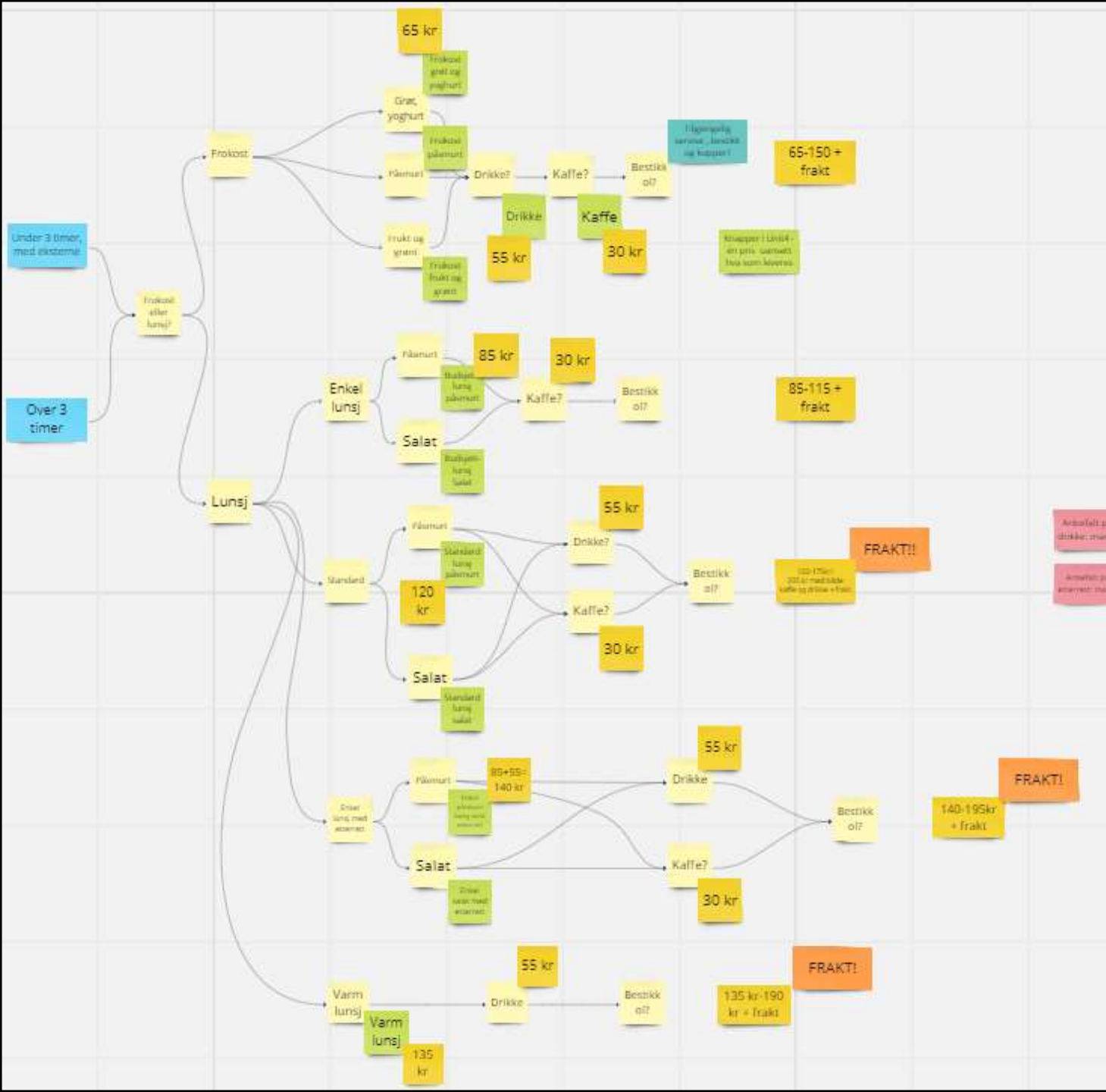
Fremover

Behovshaver velger ferdigpakke, innkjøper velger leverandør basert på fordelingsnøkkel, leverandør velger fra meny



Leverandør velger





## Skal det serveres frokost eller lunsj?

- Frokost
- Lunsj

## Hva slags mat ønsker du?

- Enkel lunsj
- Enkel lunsj med etterrett
- Standard lunsj
- Varm lunsj

## Ønsker du

- Påsmurt lunsj standard
- Salat standard

HAR DET NOEN EFFEKT PÅ MILJØET DA?

# ÅRLIG EFFEKT CO<sub>2</sub>-REDUKSJON= 87%

2162  
BILER\*



\* SSB og OFV snitt-tall

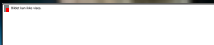
2666  
FLYTURER\*



\* SAS utslippskalkulator



TAKK FOR OPPMERKSOMHETEN



# INNSPILL OG SPARRING!



**Gi oss gjerne innspill til gode bærekraftige løsninger**



**Tenk reduksjon av forbruk, økning av gjenbruk og ikke minst deling**



**Hvordan kan vi best styre og følge opp på bærekraft (dvs hva skal vi måle, rapportere på (KPI) og styre på)**

