

Företagssamarbete i fokus: Danone

Det är måndag morgon på Café David i Malmö. På Skåne Stadsmission i Malmö dukar personalen fram frukost till ett hundratal gäster. Smör, bröd och pålägg, kaffe, juice, yoghurt och fil. Kostnadsfritt för alla som är i behov av en bra start på dagen och till reducerad kostnad för Skåne Stadsmission tack vare ett samarbete med Danone.

År 1972 höll Franck Riboud, dåvarande VD för Danone ett tal där han menade att ett företag för större framgång bör bidra till bättre förhållanden både för de anställda och för lokalsamhället de verkar i. Danone påbörjade därefter först ett internt arbete med att förbättra villkoren för sina anställda och genomförde sedan ett antal projekt i framför allt tredje världen i syfte att bekämpa fattigdom och undernäring.

På en julfest 40 år senare utlyste Danone i Sverige en utmaning bland sina anställda. De uppmuntrades att komma med inspirerande projektidéer som i samma anda skulle bidra till det svenska samhället och stämma överens med företagets värderingar att ge ”Hälsa genom mat till så många som möjligt”. Den som hade det bästa förslaget skulle få åka till Bangladesh, träffa nobelpristagaren Muhammad Yunus och lära sig mer om Danones globala arbete med Corporate Social Responsibility (CSR).

Erik Wallin som är Key Account Manager på Danone skapade ett av de mest inspirerande projekten. Hans intresse för att hjälpa människor i hemlöshet och utsatthet väcktes redan under gymnasieåren och nu tog han fram ett förslag där Danone skulle skänka yoghurt och juice till Skåne Stadsmission att servera till organisationens deltagare. Inför tävlingen gjorde Erik en noggrann förstudie. Han tänkte. Räknade. Pratade med ansvariga på Skåne Stadsmission, hörde sig för om vad de brukar servera i sina verksamheter och skapade ett vinnande koncept för alla parter; ”vi har produkter vi kan avvara, som ni kan servera. Ni kan då använda era resurser till annan verksamhet”.

– När våra produkter är nyproducerade har de högst värde genom att jag säljer dem till våra ordinarie kunder inom dagligvaruhandeln, förklarar Erik. När produkterna har 20–22 dagar säljbara dagar kvar anser handeln att de är gamla och vill ha kraftiga rabatter. Här kände jag att produkterna har ett högre värde för oss än vad handeln vill betala, så jag letade efter alternativa möjligheter. Danone kan faktiskt spara pengar på att ge bort produkter istället för att kassera dem. Varför då inte skapa samarbeten med dem som ser ett högt värde i produkter som i vilket kylskåp som helst håller i 2–3 veckor? På så sätt skapar produkterna maximalt värde genom hela sin livslängd. Jag hoppades att Skåne Stadsmission skulle anse detta när jag tog en första kontakt med dem vintern 2013. Vilket de gjorde.



Erik Wallin, Key Account Manager Danone

Projektet blev verklighet. Samarbetet mellan Skåne Stadsmission och Danone bygger numera på att företaget förpliktar sig att skicka en pall yoghurt och ProViva varje vecka till Skåne Stadsmission.

Varför blev det då Skåne Stadsmission som fick ta del av Danones samhällsengagemang?

– Företaget är starkt i Skåne, säger Erik. Vår produkt Proviva är framtagen i samarbete med Lunds Tekniska Högskola. Vi har fabrik i Tomelilla, lager i Malmö. Det är vår hemmamarknad.

Erik vann priset med sin idé. I november 2013 åkte han tillsammans med en annan pristagare till Bangladesh.

– Jag är jättestolt, säger Erik Wallin som har släppt projektet till andra kollegor som säkrar varuförsörjningen. Utdelningen av yoghurt, fil och ProViva till Skåne Stadsmission är nu en stående process i vår distribution, tillsammans med frakter till handlarna. Enda skillnaden är att det står 0 kr på fakturan till Skåne Stadsmission. Danone slipper kassera fullgoda produkter, Skåne Stadsmission serverar yoghurt, fil och juice i sina verksamheter.



John Kjellbom, UPS kontor på Sturup

Företagssamarbete i fokus: UPS

Genom framförallt volontärsatser vill UPS Sweden AB stärka Stadsmissionen samtidigt som engagemanget ger positiva effekter inom den egna organisationen. På UPS menar man att Corporate Social Responsibility (CSR) är en hållbar investering som ger vinst både för samhället och för dem själva.

UPS är ett hundraårigt amerikanskt företag som arbetar med frakt och logistik över hela världen. Företagets grundare Jim Casey ansåg tidigt att samhällsansvar och volontärarbete var en av hörnpelarna i en framgångsrik verksamhet. I Skåne har UPS Sweden valt att bland annat stödja verksamheten i Skåne Stadsmission, främst genom volontärarbete.

– Vi fick ett tips från en chaufför som levererade paket i det område där Stadsmissionen har sin verksamhet, säger John Kjellbom på UPS kontor på Sturup. Vi tog kontakt med Skåne Stadsmission och har samarbetat sedan 2012.

Sedan den första kontakten har personalen på UPS varit med om rusta upp Stadsmissionens boende för kvinnor, ordnat loppis utanför Stadsmissionens Secondhand samt målat och tapetserat både på Nattjouren och på Ungdomsboendet. De samlar också in kläder, leksaker och annat till Skåne Stadsmission genom projektet UPS Christmas Truck.

– Vi uppmuntrar vår personal att ställa upp ett par lördagar om året, säger John. Det är absolut inget tvång och de som väljer att vara med uppskattar att få hjälpa till. Samtidigt är det bra för sammanhållningen i personalen. De känner stolthet över att arbeta för UPS och stärker samtidigt sin egen kompetens.

De anställda utför volontärarbetet på sin fritid. Samtidigt ger UPS genom sin stiftelse UPS Foundation ekonomiskt stöd till organisationer de väljer att samarbeta med. Efter 50 timmars volontärarbete för en ideell organisation kan organisationen söka bidrag ur UPS Foundation.

Företaget UPS genomsyras av en tro på att volontärarbetet inte bara hjälper dem de väljer att samarbeta med, det stärker också det egna företaget. På så sätt anser de att Corporate Social Responsibility (CSR) är en hållbar investering som ger vinst både för samhället och för dem själva.