



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2022

for Hennig-Olsen Is AS

□

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Hennig-Olsen Is AS oppfyller våre krav til basisnivå. Les mer om basisnivå **her**.*



Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø og dyr og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål.

Denne rapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men rapporten favner bredere med klima og miljø, sirkulærøkonomi og antikorrupsjon. Våre medlemmer er forpliktet til å jobbe med aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på arbeidet. Medlemmer på basisnivå oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep ansvarlig næringsliv er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. Det er den systematiske innsatsen virksomheter gjør for å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning, samt rette opp skade for mennesker, samfunn og miljø – såkalte aktsomhetsvurderinger (due diligence). Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger og etterleve FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner.

Etisk handel Norges prinsipper for bærekraftig forretningspraksis (vår code of conduct) dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Rapporten viser åpenhet om hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger i tråd med UNGP og OECDs retningslinjer. Alle medlemsrapportene gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk handel Norges hjemmesider.

Heidi Furustøl

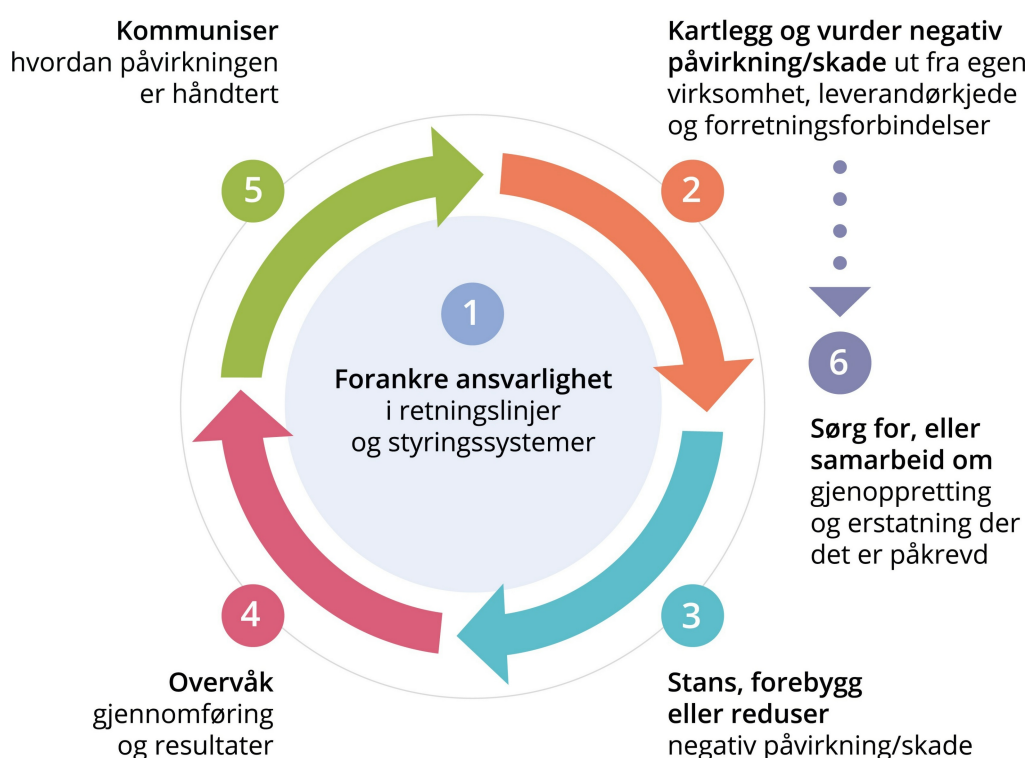
Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

Denne rapporten er bygget rundt FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Modellen har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig og bærekraftig forretningspraksis. Å være god på aktsomhetsvurderinger betyr ikke at en virksomhet ikke har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, men heller at virksomheten er åpen og ærlig om utfordringer og håndterer dette på best mulig måte i samråd med sine interessenter. Denne rapporten er delt inn i kapitler basert på denne modellen.



Forord av daglig leder

Siden 1924 har Hennig-Olsen levert Kremen av Iskrem til den Norske befolkning. I dag er vi en av Norges største produsenter av iskrem. Som produsent er vi en del av utfordringen, men det betyr også at vi er en del av løsningen. Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Derfor jobber vi hver dag for å møte fremtidens muligheter og utfordringer på best mulig måte.

Tilbake i 2021 gjorde vi en omfattende kartlegging av klimaavtrykket vårt sammen med NORSUS, Norsk Institutt for Bærekraftforskning. Målet vårt var å se hvor skoen trykker og identifisere hvor vi har størst potensiale for fremtidig reduksjon. Med denne innsikten utarbeidet vi en ny bærekraftstrategi, målsettinger og tilhørende handlingsplan som vi har arbeidet ut fra i 2022.

Dette har ført til målrettet arbeid innenfor klima & miljø, helse og mennesker. Vi har erstattet elektriske ovner ved å hente overskuddsvarme fra fryserne våre, byttet lysrør i produksjonsanlegget og oppgradert energioppfølgingssystemet vårt for å sikre enda bedre oppfølging. Til våren kommer det varmepumpe på ammoniakk og solceller på takene våre. Viktige tiltak som bidrar til å redusere utslippene på fabrikken med ti prosent.

I 2022 så vi behovet for å merke våre mest klimavennlige produkter for å gi forbruker mulighet til å ta mer klimavennlige valg i isdisken. Valget falt på Klodemerket som er utarbeidet med det svenske forskningsinstituttet RISE og legger Parisavtalens 1,5 graders mål til grunn. Merket rulles ut i 2023 etter hvert som vi går tom for emballasje på lageret – det er ikke bærekraftig å kaste emballasje.

Emballasje på avveie i natur- og bybildet er en utfordring, og vi ønsker å bidra til å redusere dette. Derfor innførte vi i 2022 pant på all vår iskrememballasje for å gi forbruker insentiv til å kaste emballasjen i avfallsdunker. Vi inngikk også et samarbeid med Too Good To Go slik at forbruker kan kjøpe overskuddsvarer fra vårt iskremutsalg på fabrikken.

Våre medarbeidere har stått på for at vi skal levere Kremen av Iskrem til kunder og forbruker i 2022, som har vært et utfordrende år med nytt produksjonsanlegg. Dette har krevd tid og ressurser for å få i gang, men med godt samarbeid er vi sikre på at vi er på riktig vei mot positive resultater i året som kommer.

Hennig-Olsen kjøper store mengder råvarer og erkjenner at flere av råvarene vi bruker er risikoråvarer som krevet tettere oppfølging fra vår side. Vi håndplukker alle råvareleverandører for å sikre førsteklasses produkter og bærekraftig produksjon. Alle leverandører signerer etiske retningslinjer for innkjøp og vi streber etter langvarige leverandørforhold. Revisjoner og sertifisering av råvarer som kakao er ytterligere tiltak for å sikre en bærekraftig leverandørkjede, for alle.

Vi har fortsatt vårt samarbeid med Leger Uten Grenser i 2022 og fortsetter med å bidra til det viktige arbeidet de gjør på tvers av landegrenser.

" Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Derfor jobber vi hver dag for å møte fremtidens muligheter og utfordringer på best mulig måte. "

Paal Hennig-Olsen
Adm. Dir.

Styrets signatur



Kristiansand
18.04.2023

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Hennig-Olsen Is AS

Adresse hovedkontor

Vesterveien 51, Hannevika, 4613 Kristiansand

Viktigste merker, produkter og tjenester

I fire generasjoner har familien Hennig-Olsen laget deilig iskrem med norske råvarer på fabrikk i Kristiansand. Vi kaller det Kremen av iskrem!

Beskrivelse av bedriftens struktur

Hennig-Olsen Is er et familieeid aksjeselskap. Øverste ledelse består av et styre og en ledergruppe. Bedriften består av følgende områder: Supply Chain, Fabrikk, Økonomi, Marked, Salg, Forretningsutvikling og fellesfunksjonene HR, HMS og IT.

Det arbeides tverrfaglig i Hennig-Olsen, hvor vi arbeider i team satt sammen av funksjoner fra ulike områder. Vi har blant annet et eget bærekraftsteam med representanter fra Marked, HR, Teknisk (fabrikk), Produktutvikling (fabrikk), Supply Chain og Ledergruppen.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 036 000 000

Antall ansatte

367

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Pia Amalie Sundt, Leder for Bærekraft

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

pia.amalie.sundt@hennig-olsen.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Innkjøpsfunksjonen er organisert under avdelingen for Supply Chain avdelingen, og består av fem personer.

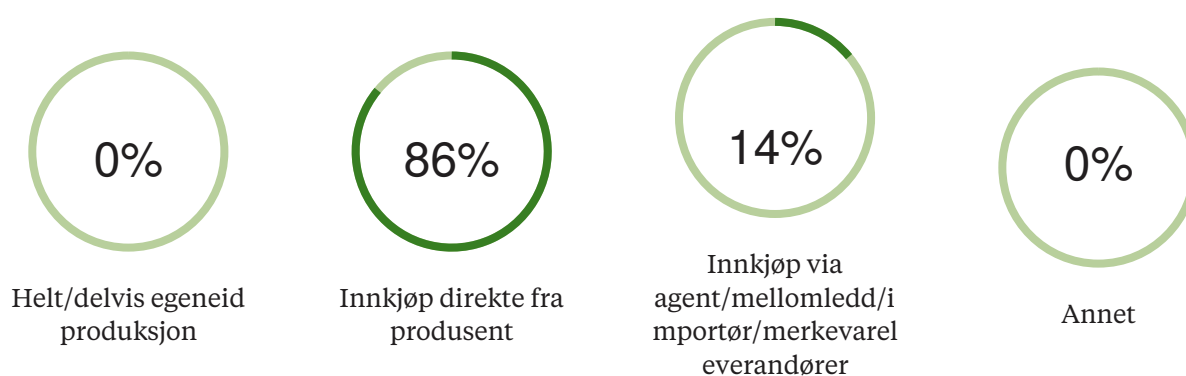
I Hennig-Olsen har vi mange leverandører av råvarer og emballasje til vår produksjon av is krem og frosne desserter. Det er disse innkjøpene som ligger til grunn for denne rapporten. Hovedvekten av våre innkjøp er fra produsenter som holder til i Norden og utover i Europa. Vi ser på langsiktige leverandørforhold som grunnleggende for å sikre kvalitet, leveranser og forutsigbarhet, men også tillit og åpenhet.

Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

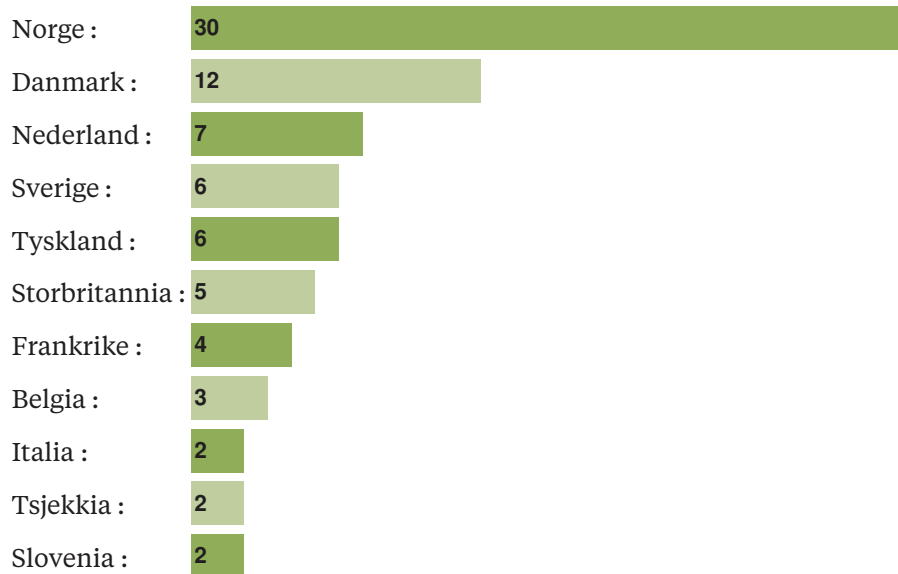
84

Kommentar til antall leverandører

Type innkjøp/ leverandørforhold



Liste over førsteleddsprodusenter per land



Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som bedriften har oversikt over, og hvor mange produsenter dette er basert på.

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Melkeråvarer	Norge
Sukker	Sør-Amerika Sentral-Amerika Vest-Europa
Vanilje	Madagaskar Karibia
Kakao	Afrika
Fett	Sørøst-Asia Vest-Europa
Pappemballasje	Norge
Plast	Sverige

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Mål: Alle nye leverandører som leverer råvare og emballasje til Hennig-Olsen Is skal signere vår Code of Conduct (CoC) (Etiske retningslinjer)

Status: Alle leverandører har signert vår CoC eller tilsvarende strenge krav.

2

Mål: Oppnå godkjent Rainforest Alliance sertifisering

Status: Alle våre egne kakaoprodukter har vært RA sertifisert i 2022, men bedriften er ikke revidert av RA. Dette målet overføres til 2023.

3

Mål: Oppfylle kravene i Åpenhetsloven, herunder gjennomføre aktsomhetsvurderinger.

Status: Vi har oppfylt kravene i Åpenhetsloven i 2022.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Utarbeide egen handlingsplan for aktsomhetsvurderinger

2

Gjennomføre revisjon ihht Rainforest Alliance-standard

A close-up photograph of a wooden boat's interior. A bright blue rope is coiled on a weathered wooden surface. A person's finger, with a red-painted nail, points upwards from the right side of the frame. The background is a soft-focus view of the water and sky.

1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av ansvarlighet knyttet til bærekraftig forretningspraksis i virksomheten handler om å ha strategier, planer, relevante policyer* og retningslinjer for aktsomhetsvurderinger som er vedtatt av ledelsen. Disse bør omfatte hele virksomheten, samt virksomhetens leverandørkjede og forretningsforbindelser. Effektive styringssystemer for implementering er en forutsetning for å lykkes, og arbeidet med aktsomhetsvurderinger bør være en integrert del av virksomhetens forretningsdrift. Tydelige forventninger fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar innad i virksomheten for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer de står overfor og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy* for egen virksomhet

1.A.1 Lenke til offentlig tilgjengelig policy for egen virksomhet

<https://www.hennig-olsen.no/aktuelt/etiske-retningslinjer-code-of-conduct/>

1.A.2 Hva sier bedriften offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn, miljø og klima?

I Hennig-Olsen Is er vi vårt ansvar bevisst og våre forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø er forankret i hele bedriften, fra styret, til eiere og ansatte. Vi kjøper store mengder råvarer og er bevisst på at vi som virksomhet har stor påvirkningskraft. Vi erkjenner at flere av råvarene vi bruker er risikoråvarer og krever en tettere oppfølging fra vår side.

Derfor jobber vi med å påvirke våre leverandører og samarbeidspartnere til å kombinere god drift med et tydelig ansvar for mennesker, samfunn og miljø. Vi skal bidra til handel som fremmer bærekraftig utvikling og gode levekår i hele verdikjeden.

For å tydeliggjøre våre holdninger har Hennig-Olsen Is vedtatt etiske retningslinjer for innkjøp, som alle våre leverandører og samarbeidspartnere må signere og leve opp til. I tillegg er vi medlem av Etisk Handel Norge.

1.A.3 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Våre etiske retningslinjer inneholder policy for Hennig-Olsen Is som er i tråd med Etisk Handel Norges prinsipperklæring, med krav til egen virksomhet og til leverandørkjeden. Vi krever at alle leverandører signerer vår CoC, eller tilsvarende strenge krav.

Policy er tilgjengelig for alle medarbeidere og forankret i hele bedriften. For våre leverandører sørger vi for at CoC er forankret gjennom leverandørgodkjenningprosesser og leverandørrevisjoner.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i bedriften, og hvorfor?

Ansvar og gjennomføring av aktsomhetsvurderinger er fordelt og definert i prosedyrer for åpenhetsloven og aktsomhetsvurderinger. Prosedyrene eies av Supply Chain direktør.

Aktsomhetsvurderingene involverer mange områder i bedriften og ansvarsmatrisen er beskrevet i aktuell prosedyre. Ansvarlig for aktsomhetsvurderinger i leverandørkjeden ligger hos Supply Chain direktør, mens ansvaret for aktsomhetsvurderinger knyttet til bærekraft ligger hos direktør for forretningsutvikling. Funn fra aktsomhetsvurderingene blir rapportert til bærekraftsteamet og ledergruppen.

For 2022 er denne rapporten oversendt og signert av Hennig-Olsens styre.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse, arbeidsoppgaver og incentivordninger?

Både generell og målrettet opplæring for alle ansatte er styrt via vårt kvalitetssystem gjennom stillingsinstrukser og opplæringsplaner. Her er også all relevant informasjon tilgjengelig for alle ansatte. Fra 2023 blir det løpende opplæring av ansatte, herunder opplæring av bedriftens bærekraftsarbeid og fokusområder, i vårt nye personal- og ledelsessystem.

I 2022 begynte vi arbeidet med å gjennomgå alle stillingsbeskrivelser og arbeidsoppgaver i bedriften for å sørge for at vi disse er oppdatert ihht. endringer i organisasjon, lovverk og dagens arbeidssituasjon.

Informasjon om aktuelle saker og internt arbeid deles også på vårt intranett. Dersom det er relevant blir informasjon delt i sosiale medier, på våre nettsider og i interne/eksterne bedriftspresentasjoner. Vi lager også filmer hvor vi informerer om virksomheten og vårt bærekraftsarbeid.

1.B.3 Hvordan sikres det at relevante ansatte har tilstrekkelig kompetanse til å gjennomføre arbeidet med aktsomhetsvurderinger?

Alle ansatte skal ha den nødvendige kunnskapen de skal ha innenfor sitt område. For arbeidet med aktsomhetsvurderinger er det dedikert egne ressurser som følger opp og tilegner seg nødvendig kunnskap gjennom webinarer, nettverk, samarbeid og diskusjoner. Leder for bærekraft og innkjøper sørger for å involvere relevante ressurser for diskusjon og revidering av relevante prosedyrer, risikovurderinger og policyer knyttet til aktsomhetsvurderinger.

1.C. Planer og ressurser

1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø forankret i virksomhetens strategier og handlingsplaner?

Bærekraftarbeidet er en viktig del av vårt verdigrunnlag, tenkemåte og strategi. Vi har en egen bærekraftstrategi som årlig revideres med utgangspunkt i FNs bærekraftsmål og klimaavtrykket vårt som vi kartla våren 2021. Vi har særlig fokus på fem av FNs bærekraftsmål: 3. God helse, 5. God utdanning, 8. Ligestilling mellom kjønnene, 12. Ansvarlig forbruk og produksjon og 13. Stoppe klimaendringene.

Vår bærekraftstrategi er delt inn i tre hovedområder: 1) Klima og Miljø, 2) Helse, og 3) Menneske. Disse områdene tar for seg ressursbruk i produksjon, emballasje og reduksjon av klimaavtrykk, samt arbeid for å tilby variasjon til forbruker, støtte Leger Uten Grenser og styrke den mentale og fysiske helsen til våre egne ansatte. Vi skal også være en lærende bedrift og ha et likestilt og inkluderende arbeidsliv.

Ut fra den reviderte strategien utviklet vi konkrete målsettinger og tilhørende aktiviteter i en handlingsplan for å nå disse. For oss har det vært viktig å ha både kortsiktige og langsiktige målsettinger. Vi erkjenner at vi ikke kan spå fremtiden og vil jevnlig revidere målsetningene våre for å sikre at vi er på riktig vei, men også for å ta inn ny kunnskap og erfaring.

1.C.2 Hvordan følges virksomhetens strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig opp av ledelse og styre?

Bærekraftsarbeidet presenteres og diskuteres tre ganger i året med ledergruppen og andre relevante parter i Ledelsens Gjennomgang.

I bærekraftsteamet diskuteres fremdrift på målsetningene og aktiviteter, i tillegg til at deltakerne deler relevant informasjon fra sine ansvarsområder. På møtene i bærekraftsteamet deltar direktør for forretningsutvikling som sitter i ledergruppen og sørger for at relevante saker diskuteres eller presenteres på de ukentlige ledermøtene.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i møte med forretningsforbindelser, spesielt i leverandørkjeden?

Vi kommuniserer våre etiske retningslinjer for innkjøp til alle våre leverandører i leverandørgodkjenningssprosessen, og følger dette opp hvert 3.år. Videre har vi løpende dialog med våre leverandører, hvor ansvarlighet og bærekraft er tema.

Vi har ikke et belønningssystem for god forretningsskikk - det er en forutsetning for oss. Godkjente leverandører blir belønnet med fortsatt samarbeid og langvarige kontrakter.

Våre etiske retningslinjer er tilgjengelige på www.hennig-olsen.no/baerekraft

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Alle våre leverandører av råvarer og emballasje har enten akseptert våre Code of Conduct (CoC) eller vi har akseptert deres CoC der de har tilsvarende høye krav som oss.

1.E Erfaringer og endringer

1.E.1 Hvilke erfaringer har virksomheten gjort seg om arbeidet med bærekraftig forretningspraksis i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

Dette året trådte Åpenhetsloven i kraft og det har gjort t vi har strukturert og forbedret det interne arbeidet og dokumentasjon i større grad. Vi ser at fokus på bærekraft stadig øker og med det øker også forventningene og kravene til oss som produsent. Vi ser at kunder og forbrukere i større grad etterspør informasjon om bærekraftarbeidet vårt. Vi opplever det som positivt med åpenhet og erfaringsutveksling mellom parter på tvers av verdikjeden. Dette kommer både mennesker, miljø og samfunn til gode.

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning eller skade på mennesker, samfunn og miljø, inkludert i leverandørkjeden og gjennom forretningsforbindelser. Det handler om å først danne seg et overordnet risikobilde, for så å prioritere mest vesentlige risikoområder for grundigere kartlegging og håndtering av funn. Hvordan virksomheten er involvert i eventuell negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, er sentralt for å avgjøre riktig respons og tiltak. Involvering av interessenter, spesielt påvirkede parter, er sentralt i kartleggingsarbeidet, så vel som i tiltak for å håndtere utfordringene på en god måte.



2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

Å prioritere en eller flere risikoområder på bakgrunn av alvorlighetsgrad, betyr ikke at noen risiko er viktigere enn andre, eller at virksomheter ikke gjør noen med annen risiko, men at det som har størst negativ påvirkning prioriteres først. Kartlegging og prioritering er en kontinuerlig prosess.

2.A.1 List opp virksomhetens prioriterte risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø. Merk at de prioriterte risikoene dere lister opp i tabellen under vil bli overført til trinn 3 av denne rapporten, hvor dere vil bli bedt om å besvare hvordan dere arbeider med å stanse, forebygge eller redusere den negative påvirkningen.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Kakao	Barnearbeid Helse, miljø og sikkerhet Miljø	Vest-Afrika
Plastemballasje / folie	Miljø	Norge Sverige Øst-Europa

BEGRUNNELSE FOR HVORFOR DISSE UTFORDRINGENE ER PRIORITERT SOM MEST VESENTLIGE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i denne rapporteringen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor dere har valgt å ikke prioritere disse i det videre arbeidet; c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/dere har snakket med; d) om det er identifisert områder eller tema hvor det er manglende informasjon for å danne seg et helhetlig bilde, og hvordan dere planlegger å gå frem for å få mer informasjon/håndtere dette.

Vårt fokus i denne rapporten er på leverandører av råvarer og emballasje som inngår i produksjon av våre produkter. Som kartleggingen fra NORSUS viser er dette et svært viktig område for oss å ha søkelys på når det gjelder påvirkning av mennesker, samfunn og miljø.

Vi har et kontinuerlig arbeid med å velge råvarer og emballasje. Dette engasjerer medarbeidere fra store deler av organisasjonen, med bred kompetansebakgrunn. Dette gjør at vi tar valg som tar hensyn til mattrygghet, produktegenskaper og bærekraft.

Samtidig vet vi at vi benytter innsatsfaktorer i våre produkter som har utfordringer. Det er derfor svært viktig for oss å bruke seriøse og gode leverandører. Vi benytter også dialogen med leverandørene til innhenting av informasjon om både fremskritt og utfordringer innen deres fagfelt.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø som ble identifisert i kartleggingen i egen virksomhet, leverandørkjeden eller hos forretningsforbindelser i rapporteringsåret og hvordan disse er håndtert

Risikofaktorene i Hennig-Olsen har vært stabile over lengre tid. Vi har nylig gjort en oppdatering og gjennomgått alle risikofaktorer for Hennig-Olsen knyttet til miljø og leverandører. Vi følger nøye med og gjør tiltak som å sertifisere råvarer og følge opp leverandører. Vi har ikke identifisert nye risikofaktorer i 2022, men har endret prioritering på flere av disse ihht. ny intern risikomatrise.

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere handler om å håndtere funn fra kartleggingen på en god måte. Virksomhetens mest vesentlige negative påvirkning på mennesker, samfunn og miljø prioriteres først. Dette betyr ikke at annen risiko er uvesentlig eller at det ikke håndteres. Hvordan virksomheten er involvert, er sentralt for å treffe riktige tiltak. Faktisk negativ påvirkning/skade som virksomheten forårsaker eller bidrar til må stanses, forebygges og reduseres. Virksomheter som er direkte forbundet med negativ påvirkning må bruke sin innflytelse til å få forretningsforbindelser (f.eks. leverandører) til å stanse, forebygge og redusere dette. Dette innebærer å utvikle og iverksettes planer og rutiner for å håndtere risiko, og kan kreve endringer i egne policyer og styringssystemer. Virksomheters vellykkede håndtering av negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.



3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Legg til mål, status på fremdrift, og beskriv tiltak dere har iverksatt for å håndtere virksomhetens prioriterte negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø

Prioritert negativ påvirkning/skade	Kakao
Overordnet mål :	All kakao og alle sjokoladeprodukter som inngår i våre produkter er sertifisert.
Status :	Oppnådd
Mål i rapporteringsåret :	All kakao og alle sjokoladeprodukter som inngår i våre produkter er sertifisert.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Siden 01.01.21 har vi kjøpt kakao og sjokolade produkter med RA sertifisering. Vi kjøper også produkter fra Mondelez hvor disse er sertifisert med Cocoa Life, som er Mondelez sin egen sertifisering.

Kakao er en risikoråvare og vi ønsker å sikre at vi bidrar til handel som fremmer bærekraftig utvikling og gode levekår i hele verdikjeden. Vi har valg å kjøpe kakao og sjokolade som er Rainforest Alliance sertifisert. Rainforest Alliance arbeider for å bedre forholdene for arbeidere og deres lokalsamfunn i tillegg til bevaring av dyreliv og miljø i verdens regnskog og for å sikre biologiske systemer og bærekraftig utvikling.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Alle nye kakao og sjokoladeprodukter skal være sertifisert. Vi skal revideres ihht. Rainforest Alliance's standard av en ekstern revisor i løpet av 2023.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Plastemballasje / folie
Overordnet mål :	Levere på forpliktelsene i Plastløftet
Status :	Utført. Vi har jobbet og levert resultater på alle tre punkter i plastløftet.
Mål i rapporteringsåret :	Arbeide med konkrete prosjekter for å oppfylle kravene i plastløftet

Utførte tiltak og begrunnelse :

Ved å ta plastløftet har vi forpliktet oss til å øke bruken av resirkulert plast, unngå unødvendig bruk av plast og designe for gjenvinning. Dette målet er et kontinuerlig mål og nås ikke innen en gitt tid.

De var i 2022 vi så effekten av endringene på folkekjære Soft-Shake. Skjeen og lokket ble byttet ut med tre og papp, og det sparer oss for 13 tonn plast i året.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi kommer til å arbeide videre med plastløftet, og samarbeide med andre aktører for å øke kunnskap og forståelse rundt plastutfordringen. Vi har et mål om å redusere kilo plast per liter iskrem solgt frem mot 2030.

Andre tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

Beskriv virksomhetens tverrgående tiltak for å stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning/ skade på mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden

3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

2022 har vært året hvor vi har gjort konkrete tiltak basert på den omfattende kartleggingen av Hennig-Olsens livsløp gjennomført i 2021 i samarbeid med NORSUS, Norsk Institutt for Bærekraftforskning. Tiltak basert på kartleggingen reduserer risikoen for at vi foretar aktiviteter som flytter problemet videre i verdikjeden vår i stedet for å løse problemet.

Vi ønsker å bidra positivt i verdikjeden vår. I samarbeid med leverandør og Dansk teknologisk institutt har vi deltatt i forskningsprosjekter som har bidratt til å redusere energiforbruket på små fryser i butikk. Vi gjorde også et pilotprosjekt hvor vi satt pant på all vår iskrememballasje sammen med Joker. Prosjektet var vellykket og blir nå en videre satsning for å bidra til å redusere forsøplingsutfordringen i natur- og bybildet.

Forbruker uttrykker at det kan være utfordrende å vite hva som er bærekraftig. Derfor vedtok vi i 2022 å klimamerke all vår iskrem som er innenfor Parisavtalens 1,5 graders mål. Klimamerket rulles ut fortløpende på all vår aktuelle iskrem. Det kan ta litt tid, for vi bruker opp eksisterende emballasje på lager først. Det er dårlig bærekraftånd å kaste dette.

Vi er sertifisert i henhold til miljøledelsessystemet ISO 14001, som vil si at vi har et eget miljøstyringssystem som gir føringer for hvordan vi jobber med det ytre miljø i vår virksomhet. Dette innebærer blant annet at alle vesentlige miljøaspekter relatert til vår virksomhet er kartlagt og risikovurdert. Vi har en egen miljøpolicy med tydelige målsettinger. Alle lovkrav, selvpålagte krav og kundekrav er samsvarsvurdert. I tillegg har vi et omfattende avvik og forbedringssystem som logger og følger opp eventuelle avvik og forbedringer.

Via leverandørgodkjenningprosessen følger vi opp våre leverandører, og stiller krav til at de stiller krav videre i verdikjeden.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

På bakgrunn av livsløpsanalysen av Hennig-Olsen ser vi hvor vi har størst klimagassutslipp i vår verdikjede.

De viktigste tiltakene vi kan gjøre for å redusere klimaavtrykket vårt er å redusere matsvinnet, optimere vannforbruket og energiforbruket. Vi så at hele 86% av utslippene våre oppstår allerede ved utvinning av råvarene vi bruker. Det betyr at noe av det viktigste vi kan gjøre er å sørge for at vi minimerer svinn i hele vår verdikjede, særlig i egen produksjon og ut til butikk. Dette viser også at godt samarbeid og tydelige etiske krav til våre leverandører er viktig.

Vi har hatt et utfordrende år med nytt fabrikkanlegg som har økt matsvinn- og vannforbruk fra produksjonen. Det viktigste vi gjorde var å arbeide for å snu dette, og gjennom konkrete prosjekter og tett samarbeid er vi sikre på at vi er på riktig vei som gir positive resultater i året som kommer. Vi har satt tydelige målsettinger for reduksjon frem mot 2030.

Energiforbruket er den største kilden til klimautslipp på selve fabrikken. Strømforbruket var 17,2 millioner kWh i 2022, en nedgang på 0,15 millioner kWh. Vi henter nå varme fra fryselagrene våre som erstatter elektriske varmeovner i utlastingsområdet. Alene reduseres utslippet vårt med 30 tonn CO₂ i året, og gi en besparelse på 0,3 millioner kWh i året når disse får full effekt. Vi har også klargjort for Solceller og ammoniakk varmepumpe som vil gi en besparelse på ytterligere 156 tonn CO₂ og 1,7 millioner kWh årlig.

Den allerede nevnte panteordninger og klimamerkingen har også positiv effekt på klimagassutslippet vårt. Første ved å få forbruker til å kaste iskrememballasjen i søppelbøtter, mens sistnevnte hjelper forbruker til å ta mer klimavennlige valg i iskremdisken.

Vi innførte også Too Good To Go i fabrikkutsalget vårt. Et initiativ som har blitt svært godt tatt i mot av forbruker og ansatte.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Vi har fokus på å ha god leverandørdialog og langvarige leverandørforhold for å skape forutsigbarhet for alle parter. Vi tilbyr leverandørene prognoser for å kunne planlegge på lang sikt.

Det har vært utfordrende tider i råvare og emballasjemarkedet med lange ledetider. Derfor har gode prognoser blitt enda viktigere enn tidligere. I 2022 har vi arbeidet mye med å forbedre kvaliteten på prognosene våre. Vi har tatt i bruk et nytt system, Relex, for å hjelpe oss med dette arbeidet.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Som en del av vår bærekraftstrategi ønsker vi å bidra til at forbruker har valgmuligheter. Det betyr at vi skal tilby sunnere produkter med ekte frukt og bær, og lavere sukker- og fett-innhold. Vi klimamerker produktene våre som leverer innenfor Parisavtalens 1,5 gradersmål og sertifiserer innsatsfaktorer som har høyere risiko. Ispinner og sjokolade er to eksempler som sertifiseres hos oss, gjennom FSC og Rainforest Alliance.

Med nytt oppgradert produksjonsanlegg har vi brukt mye av året på å optimalisere dette. Det gjenstår arbeid, men gjennom året har vi klart å forbedre effektiviteten på flere produksjonslinjer og ser gode resultater på svinn, særlig knyttet til produkter som er utfordrende å produsere.

Alle som leverer produkter til Hennig-Olsen Is må være godkjent ihht. Våre leverandørkrav.

3.B.5 Støtte aktivt opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, eller der lovverket ikke tillater dette, støtte aktivt opp om andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon

Det står tydelig i våre etiske retningslinjer at vi støtter opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, samt andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Denne eller tilsvarende strenge etiske retningslinjer signeres av alle våre leverandører. Disse følges opp hvert tredje år.

3.B.6 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring internt og av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Vi ønsker å være en kunde som utfordrer og stiller krav til våre leverandører. Vi samarbeider med våre leverandører for å finne gunstige løsninger på for eksempel emballasje og råvarer. Et annet konkret eksempel er samarbeidet med leverandør og Dansk Teknologisk Institutt for energieffektivisering av små fryser. Dette skaper en vann-vinn-situasjoner for alle parter ved at ressurser optimaliseres og kunnskap deles.

3.B.7 Bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser i egen virksomhet og leverandørkjeden

I våre etiske retningslinjer presiseres det at alle former for bestikkelser, er uakseptabelt, slik som bruken av alternative kanaler for å sikre illegitime private eller arbeidsrelaterte fordeler til kunder, agenter, kontraktører, leverandører eller deres tilsatte samt offentlige tjenestemenn/-kvinner.

Vi har interne prosedyrer for varsling av kritikkverdige forhold hvor alle ansatte oppfordres til å ta opp kritikkverdige forhold slik at det kan iverksettes tiltak.

3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om å måle effekten av systematikken og eget arbeid i hvert trinn i aktsomhetsvurderingene, og viser hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. Virksomheten må ha systematikk og rutiner på plass for å kunne fange opp og kritisk vurdere egne konklusjoner, prioriteringer og tiltak som er gjort som en del av aktsomhetsvurderinger. Eksempelvis: Er kartlegging og prioritering av mest negativ påvirkning gjort på en faglig god og troverdig måte, og som reflekterer de faktiske forholdene? Virker tiltakene for å stanse, forebygge og/eller redusere virksomhetens negative påvirkning/skade etter hensikten? Er skade gjenopprettet der det er relevant? Dette kan gjelde tiltak virksomheten gjør selv og som utføres av eller i samarbeid med andre. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.



4.A Overvåkning og evaluering

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

I Hennig-Olsen har vi mange dyktige kollegaer som følger opp tiltak og måler effekten av disse. Dette avhenger av hvilken utfordring det dreier seg om. Vi har egne team som følger opp områder som energi, emballasje og kjemikalier.

Vi arbeider tverrfaglig og har et eget bærekraftsteam bestående av ansatte fra ulike avdelinger og med ulike ansvarsområder. Disse medlemmene er sentrale i oppfølging av tiltak, risikovurderinger og kommunikasjon ut i bedriften. Det er dette teamet som er ansvarlig for å følge opp bærekraftstrategien, handlingsplan og KPI-ene knyttet til disse. Tre ganger i året gjennomgås dette med ledergruppen under oppfølging av miljøstyringssystemet 14001.

Vi har en egen dedikerte innkjøpere for både råvarer og emballasje. Disse har ansvar for å følge opp råvare og emballasje kontinuerlig.

Oppfølging av avvik og tilhørende tiltak er sentralt tema i både eksterne og interne revisjoner.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer

Vi har et omfattende avvikssystem for å håndtere og identifisere muligheter og risiko. I tillegg har vi revisjoner på flere områder årlig, både interne og eksterne. En av disse er overnevnte ISO 14001 for miljø.

Vi har egne målsettinger knyttet til bærekraft som i seg selv skal redusere vårt klimafotavtrykk og på den måten reduserer vårt negative avtrykk. Vi kjenner til vårt klimaavtrykk gjennom årlige rapporteringer til Klimapartnere og en omfattende livsløpsanalyse gjennomført i 2021 i samarbeid med NORSUS, Norsk Institutt for bærekraftforskning. Tett oppfølging og konkrete målbare KPI-er er viktig for at vi skal kunne se effekten av tiltak og trender over tid.

Gjennom jevnlig og tett dialog med leverandører sikrer våre dedikerte ressurser på råvarer og emballasje at vi kan identifisere mulig negativ påvirkning og dermed iverksette tiltak sammen med leverandør.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomheters aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis er at den bygger på konkrete aktiviteter og resultater. Virksomheter skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Kommunikasjonen bør inkludere hvordan risikoen er avdekket og håndtert, samt hvilke effekter man oppnådde av tiltakene/aktivitetene. Etter åpenhetslovens §4 skal virksomheter som er omfattet årlig offentliggjøre en redegjørelse for aktsomhetsvurderinger.



5.A. Kommunisere eksternt

5.A.1 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer med berørte interessenter om håndteringen av negativ påvirkning/skade

Vi har både planlagte og adhoc-møter med kunder og leverandører. Dersom vi har utfordringer eller har saker som er viktige, så informerer vi berørte parter raskest mulig, og følger opp dette.

Øvrige interessenter kan kontakte oss via hjemmesiden vår eller sosiale medier, eller eventuelt ta direkte kontakt via telefon. Alle henvendelser besvares og tiltak gjøres etter behov. For eksempel har vi gjort støyreducerende tiltak på fabrikken etter henvendelse fra en nærliggende nabo.

Vi deltar i ulike nettverk hvor vi får innspill i forhold til egen og andres praksis og erfaringer. Å dele kunnskap på denne måten oppleves som svært nyttig for alle parter.

5.A.2 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer offentlig rundt eget arbeid med kartlegging og håndtering av negativ påvirkning/skade

Vi deler informasjon på vår hjemmeside og i våre SoMe kanaler (Instagram, Facebook og Tik Tok), både i form av tekst og videosnutter.

Vi rapporterer årlig til Etisk Handel Norge.

I Hennig-Olsen deler vi gjerne erfaringer gjennom presentasjoner om vårt arbeid. Vi heier på å snakke om utfordringer for å lære av hverandre.

Vi er åpne om egen praksis og alle forespørsler, både interne og eksterne, besvares etter beste evne.

Interesserte kan lese om vårt bærekraftsarbeid på <https://www.hennig-olsen.no/baerekraft/>

5.A.3 Beskriv virksomhetens rutine for å ivareta og besvare eksterne henvendelser relatert til informasjonskravet pålagt virksomheter under åpenhetsloven.

Forbruker og andre interessenter kan kontakte oss via vår hjemmeside eller sosiale medier. Vi kan også nås på telefon eller ved oppmøte på fabrikken. Våre kundekontakter kjenner til kravene i Åpenhetsloven og har oversikt over hvilke kontaktpersoner som kan besvare de ulike typene av henvendelser. Alle henvendelser skal besvares innen rimelig tid og ihht. krav i lovverket.

Link til kontaktinformasjon: <https://www.hennig-olsen.no/om-oss/kontakt/>



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker eller samfunn, håndteres skaden gjennom å sørge for gjenoppretting, eller samarbeide om gjenoppretting. Gjenoppretting kan innebære økonomisk erstatning eller kompensasjon, en offentlig beklagelse, eller at skaden på annet vis rettes opp. Det handler også om å sørge for tilgang til klageordninger for arbeidere og/eller lokalsamfunn slik at de kan få sin sak hørt og håndtert.

6.A Gjenoppretting

6.A.1 Beskriv virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø

Det har ikke vært tilfeller av gjenoppretting med negative konsekvenser for mennesker, miljø og samfunn. Vi har et klart mål om å bidra til gjenoppretting der det skulle være nødvendig, og vil ta ansvar der det skulle være aktuelt. I våre etiske retningslinjer står følgende:

"Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning på mennesker, samfunn eller miljø skal vi søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting."

Vi er sertifisert i henhold til ISO-standardene 9001:2015 (kvalitet), 14001:2015 (miljø) og GFSI / FSSC 22000:2005 (mattrygghet). Vi er også sertifisert i henhold til Global Food Safety Initiative (GFSI), samt konkrete kundestandarder for kvalitet og mattrygghet, arbeidsmiljø, ytre miljø og etikk. I tillegg er vi medlem i Klimapartnere Agder og Etisk Handel Norge.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke vært tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva selskapet gjør for å sikre at påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til effektive mekanismer for gjenoppretting, når det er aktuelt

Vi har interne prosedyrer for varsling av kritikkverdige forhold hvor alle ansatte oppfordres til å ta opp kritikkverdige forhold slik at det kan iverksettes tiltak.

Det er et krav i våre etiske retningslinjer for innkjøp knyttet til gjenoppretting, hvor vi sier følgende: "Våre leverandører skal videre ha et velfungerende system for håndtering av klager knyttet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og korrupsjon. Leverandøren skal sørge for at slike klager kan fremsettes av arbeidere og eksterne parter så som lokalsamfunn og sivilsamfunnsorganisasjoner." Rainforest Alliance stiller også krav til klagemekanismer i verdikjeden.

Informasjon for å kontakte Hennig-Olsen ligger på våre hjemmesider: <https://www.hennig-olsen.no/om-oss/kontakt/>

Rainforest Alliance: <https://www.rainforest-alliance.org/resource-item/grievance-procedure/>

Kontaktinformasjon:

Hennig-Olsen Is AS
Pia Amalie Sundt, Leder for Bærekraft
pia.amalie.sundt@hennig-olsen.no