



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2023

for BRYNILD AS





FNs BÆREKRAFTSMÅL



Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima 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 og Parisavtalens 1,5 graders mål.

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 i Etisk handel Norge som er på Basisnivå1 oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep Responsible Business Conduct er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. 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, dyr, samfunn og miljø – kalles aktsomhetsvurderinger (due diligence). Virksomheter over en viss størrelse er gjennom åpenhetsloven pålagt å gjøre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter. Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger også på samfunn, miljø og dyr 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 (vår Code of Conduct) for bærekraftig forretningspraksis 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

Gjennom fem generasjoner, siden 1895, har Brynild skapt smaksleder - med de beste folka, produktene og smakene! Vi er en familieeid godteri- og snacksbedrift som hvert år leverer mer enn 70 millioner smaksopplevelser til forbrukere i hele Norden. Som merkevareeier ønsker vi å være åpne om at vi har et ansvar for å produsere varer på en måte som tar hensyn til mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Hvorfor bry oss? Vi låner planeten av våre barn og vi kan gjøre en forskjell! Som bedrift har vi et ansvar for samfunnet vi er en del av fra «jord til bord» og «fra fabrikk til butikk».

Når vi skaper smaksleder, etterlater vi et "fotavtrykk". Dette avtrykket skal være så lite som mulig. Vi jobber med hele verdikjeden, fra jord til bord, og det gir oss en unik mulighet til å redusere vår påvirkning på jorda vår, omgivelsene og menneskene. Samfunnsansvar har stått høyt på agendaen vår i mange år, og vi har mye å være stolte av. Men vi vil gjøre mer. Vi jobber mot et mål om at samfunnsansvar og bærekraft skal være en del av alle beslutninger i Brynild.

Vårt overordnede mål er å skape smaksleder, men når vi snakker om vårt fokus på bærekraft oppsummerer vi det i å sørge for GOD ETTERSMAK! I Brynild jobber vi aktivt med FNs bærekraftsmål. FN's bærekraftsmål er verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe de negative klimaendringene innen 2030. Vi har pekt oss ut noen vesentlige fokusområder for vårt bærekraftarbeid der vi, sammen med våre sama, mener vi kan utgjøre en vesentlig forskjell. De kan knyttes opp mot fem av FN's bærekraftsmål: 3, 8, 12, 13 og 17. Vi skal skape GOD ETTERSMAK med tanke på: klima, miljø og natur - helse - folka våre - ansvarlig verdikjede og samarbeid.

Vi jobber målretta med blant annet prosjekter innen mer miljøvennlig emballasje, økt sorteringsgrad, redusert matsvinn, menneskerettigheter i hele verdikjeden og lokal verdiskapning. I Brynild ønsker vi å ha en bærekraftig forretningsstrategi og jobber derfor med å knytte alle fokusområdene våre innen bærekraft opp mot overordnet målstrategi og verdikjede.

En av våre målsetninger for ansvarlig verdikjede er medlemskapet i Etisk Handel Norge, som bidrar til at vi arbeider enda bedre og mer strukturert for å ivareta hensyn til mennesker, dyr, samfunn og miljø. Dette er vår aller første rapport. Vi gleder oss til fortsettelsen.

Brynild. En ekte, lokal familiebedrift som har skapt smaksleder helt siden 1895.

**" "Hvorfor bry oss? Vi låner planeten av våre barn og vi kan gjøre en forskjell!
Som bedrift har vi et ansvar for samfunnet vi er en del av fra «jord til bord»
og «fra fabrikk til butikk» "**

Anders Brynildsen
Brynild-sjef

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

BRYNILD AS

Adresse hovedkontor

Mosseveien 1-3, 1610 Fredrikstad

Viktigste merker, produkter og tjenester

Brynild har skapt smaks glede for liten og stor siden 1895. Vi er et familieeid, moderne og utviklingsorientert næringsmiddelselskap med hovedkontor og fabrikk i Fredrikstad. Vi utvikler sterke merkevarer innen nøtter, godteri og sjokolade. Den Lille Nøttefabrikken, St.Michael, Brynild, Dent og Minde Sjokolade er våre største merkevarer. I tillegg er vi distributør for noen av verdens største merkevarer innen hygiene, som blant annet NIVEA.

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Brynild AS er en familieeid bedrift med røtter tilbake til 1895. Vi har Norges eneste sjokolade-, sukkervare- og nøttefabrikk under ett tak. Virksomheten består av utvikling, produksjon og salg av merkevarer innen kategoriene godteri, nøtter og hygiene. Brynild har produksjons- og kontorlokaler i Fredrikstad, og eier i tillegg godterifabrikken Troll-gott, som befinner seg i Årjäng, Sverige. Brynild og morselskapet Brynild Holding AS eies nå som før, av familien Brynildsen.

Bedriftens øverste ledelse består av et styre og en ledergruppe. Bedriften består av følgende områder; Innovasjon og produktutvikling, innkjøp, produksjon og vareforsyning, merkevare- og kategoriutvikling, salg og kunder. Samt fellesfunksjonene kvalitet, HR, teknologi, finans og bærekraft. I Brynild jobber vi tverrfaglig og bærekraft har et eget bærekraft-team satt sammen av relevante representanter fra ledergruppen, marked, kvalitet, emballasje, innkjøp, produktutvikling, finans, HR, salg og forsyning.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

867 000 000

Antall ansatte

221

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Sunniva Ihlebæk, Bærekraftsjef

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

sunniya.larssen.ihlebek@brynild.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Brynild har sitt hovedkontor og produksjonsanlegg i Fredrikstad. I tillegg har vi et produksjonsanlegg i Sverige. Brynild har sentralisert sitt innkjøp for alle produksjonsanlegg i en avdeling.

Innkjøpsavdelingens ansvar omfatter både operativt-/taktisk- og strategisk innkjøp av råvarer, emballasje og alt vi trenger for produksjon og daglig drift. I tillegg har innkjøp ansvar for at leverandørene etterlever krav og forventninger til en bærekraftig verdikjede, inkludert grunnleggende menneskerettigheter og arbeidstakeres rettigheter.

Våre aktsomhetsvurderinger i verdikjeden omfatter innkjøp til alle produksjonsanlegg for disse innkjøpskategoriene: Råvarer, emballasje og handelsvarer/produksjonspartnere.

Leder av innkjøp inngår i selskapets ledergruppe og rapporterer til daglig leder.

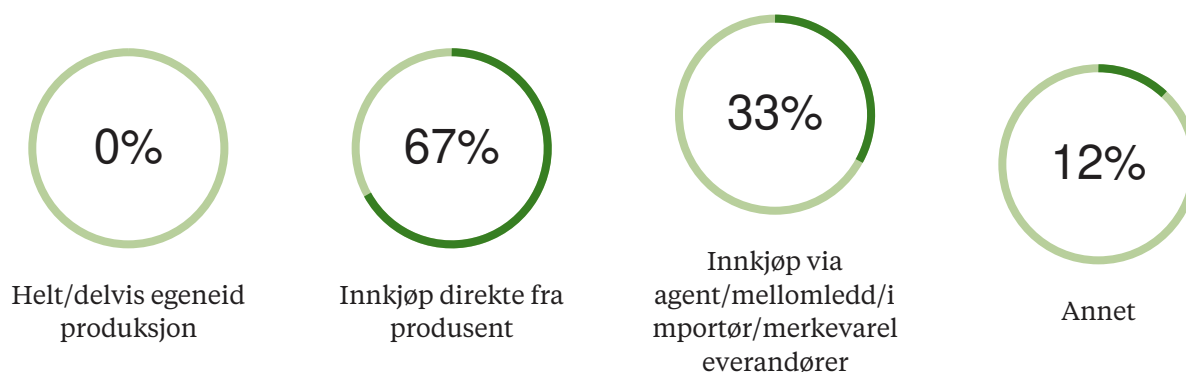
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

124

Kommentar til antall leverandører

Antall leverandører er alle som har fakturert leveranser til oss i rapporteringsåret. Fordi vi har inkludert vårt produksjonsanlegg i Sverige, vil noen av disse leverandørene være de samme.

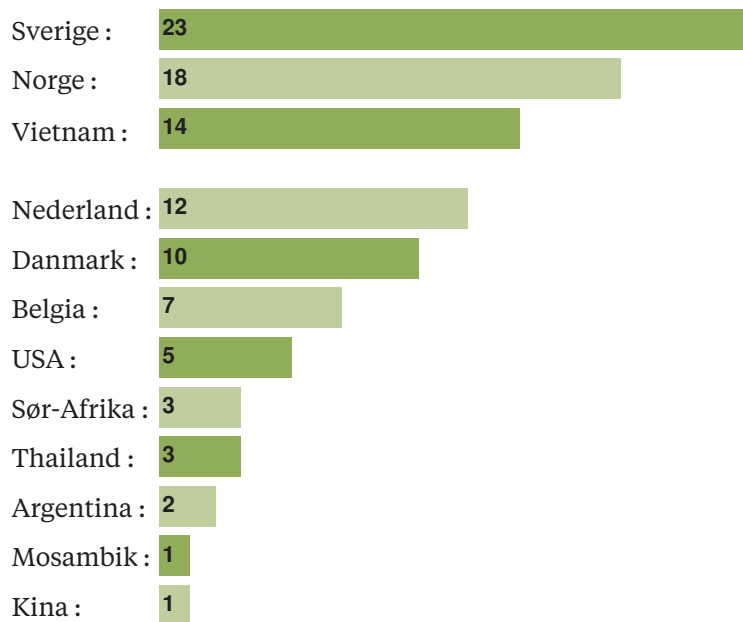
Type innkjøp/ leverandørforhold



Brynild har inkludert vårt produksjonsanlegg i Sverige i vår rapportering. Derfor har vi ikke oppført vår enhet i Sverige under innkjøpsalternativet "Helt/delvis egeneid produksjon".

Brynild har systemstruktur og støtte for alle produsenter som går via agent/mellomledd. Med det har vi sikret hvor i verdikjeden produksjonen av våre råvarer foregår.

Liste over førsteleddsprodusenter per land



Listen over leverandør, fordelt på land er ikke uttømmende, men representerer de viktigste knyttet til innkjøpsomfang og risiko.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som virksomheten 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	Den europeiske union
Sukker	Danmark Sverige
Kakao	Øst-Afrika
Cashew	Mosambik Vietnam
Vegetabiliske Oljer	Danmark Sverige
Stivelse (kornbasert)	Den europeiske union
Pappemballasje	Norge Den europeiske union
Plast	Den europeiske union

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Mål: Alle våre leverandører som leverer råvarer og emballasje til Brynild skal signere vår Code of Conduct (CoC) (Etske Retningslinjer).

Status: 82% av våre leverandører har signert vår Code of Conduct.

2

Mål: All vår kakao skal være Rainforest Alliance sertifisert.

Status: Alle vår kakao er Rainforest Alliance sertifisert i 2023, med RA-revidering gjennomført i mai 2023.

3

Mål: Oppfylle kravene i Åpenhetsloven, herunder gjennomføre aktsomhetsvurderinger.

Status: Vi har delvis oppfylt kravene i Åpenhetsloven 2023. Det gjenstår noe arbeid på opplæring i organisasjonen.

4

Mål: Vi skal kun bruke fiberbaserte materialer fra bærekraftige kilder sertifisert gjennom FSC e.l. i egenproduserte merkevarer.

Status: Vi har oppnådd 84% av dette målet for 2023

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Opplæring av relevante avdelinger for metodikk knyttet til bærekraftig innkjøpspraksis. Med spesielt fokus på handlingsplaner og kommunikasjon basert på aktsomhetsvurderinger.

2

Alle våre leverandører som leverer råvarer og emballasje til Brynild skal signere vår Code of Conduct (CoC) (Etske Retningslinjer).

3

Vi skal kun bruke fiberbaserte materialer fra bærekraftige kilder sertifisert gjennom FSC e.l. i egenproduserte merkevarer.



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.brynild.no/samfunnsansvar/ansvarlig-verdikjede/apenhetsloven>

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

Brynild er en uavhengig virksomhet med lokalt eierskap i Norge og har hatt ansvarlighet som en av våre grunnverdier helt siden oppstarten i 1895. Du skal være trygg på at våre produkter er produsert på en måte som ivaretar hensyn til mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Vi har mange leverandører av råvarer og emballasje til vår produksjon av nøtter og godteri. Vi er bevisst på at vi som virksomhet har stor påvirkningskraft i møte med disse leverandørene. Vi har identifisert flere av våre råvarer som risikoråvarer og vet de krever en tettere oppfølging. Et stort antall av våre leverandører og partnere har vi samarbeidet med over svært lang tid, hvor tillit, trygghet og gjensidig ansvarliggjøring er noe av fundamentet i vårt samarbeid. Vi er opptatt av å sikre forsvarlige arbeidsvilkår i hele vår verdikjede. Alle våre leverandører av råvarer og emballasje blir grundig vurdert i vår godkjennings- og risikovurderingsprosess.

For å gjøre disse holdningene tydelig for alle har vi vedtatt etiskeretningslinjer for innkjøp som alle våre leverandører og samarbeidspartnere må signere og leve opp til. Vi har dialogmøter med leverandører, kunder og kommuniserer på egne nettsider. Brynild er også medlem i Etisk Handel Norge. Arbeidet knyttet til aktsomhetsvurderinger i våre verdikjeder er godt forankret i ledelse og styret.

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

Brynild sine etiske retningslinjer er i tråd med Etisk Handel Norges prinsipperklæring med krav til egen virksomhet og leverandørkjeden (CoC). Vi krever at alle våre leverandører og samarbeidspartnere signerer vår CoC, eller tilsvarende strenge krav. Vi har prioritert å sikre at leverandører utenfor EU signerer og etterlever våre etiske retningslinjer (CoC).

Policyen er tilgjengelig for alle våre medarbeidere, både via nettsider og internt intranett, og forankret i hele bedriften. Vi forankrer med våre leverandører gjennom leverandørgodkjenningsprosessen.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i virksomheten, forankret i interne retningslinjer og rutiner og hvorfor?

Aktsomhetsvurderinger involverer mange avdelinger i bedriften. Det overordnede ansvaret for aktsomhet knyttet til bærekraft er underlagt HR-direktør. Bærekraftsjefen har ansvaret for bærekraftstrategien og det tverrfaglige bærekraft-teamet samt kommunikasjonen, og rapporterer til HR-direktør som er en del av ledergruppen. Innkjøpsdirektør er ansvarlig for aktsomhetsvurderinger og risikokartlegging knyttet til Åpenhetsloven og våre leverandører.

Funn fra aktsomhetsvurderingene rapporteres til bærekraft-teamet og ledergruppen. Innkjøp i Brynild, inkludert vår fabrikk i Sverige er sentralisert i egen avdeling for aktuelle innkjøpskategorier.

Prosedyren eies av Innkjøpsdirektør. Innkjøpsdirektør inngår i selskapet ledergruppe og rapporterer til daglig leder.

Vår organisering er hensiktsmessig. Våre innkjøpere er i daglig kontakt med sine leverandører og kan følge opp tiltak som del av innkjøpsprosessen. Når opplæring og ansvar er fordelt til flere er vi mindre sårbare ved endringer i personal og i sum har vi mer kompetanse sammenlignet med om få personer praktiserer aktsomhetsvurderinger.

Innkjøper sitt ansvar er begrenset til å kartlegge, foreslå tiltak og følge opp besluttede tiltak. Det er ledergruppen som beslutter endelig prioritering og tiltak.

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

I begynnelsen av 2024 gjennomfører vi generell og målrettet opplæring av våre ansatte, med spesielt vekt på aktsomhetsvurderinger for de som jobber med innkjøp, produktutvikling og kvalitet. Det blir også løpende opplæring av ansatte i både bedriftens bærekraftsarbeid og fokusområder ved nyansettelser og tilgjengelig kommunikasjon gjennom året.

I løpet av 2024 vil vi jobbe med å få aktsomhetsvurderinger implementert i alle aktuelle stillingsbeskrivelser og arbeidsoppgaver slik at de er oppdatert etter dagens standarder.

Bærekraftarbeidet i organisasjonen deles også kontinuerlig på vårt intranett. I tillegg blir relevant informasjon delt på våre nettsider, i sosiale medier og i interne/eksterne presentasjoner.

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

Det er gjennomført eget kurs i regi av Etisk Handel Norge for alle ansatte i innkjøp og produktutvikling. I tillegg har vi egne ressurser ansvarlig for oppdatert kunnskap gjennom medlemskapet i Etisk Handel Norge og andre relevante nettverk og samarbeid. Innkjøpsdirektør sørger for å involvere relevante ressurser, sammen med leder for bærekraft, for 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, dyr og miljø forankret i virksomhetens strategier og handlingsplaner?

Bærekraftsarbeidet er en viktig del av strategien i Brynild, og noe vi ønsker å jobbe ut i hele organisasjonen. Derfor har vi en egen bærekraftstrategi som er jobbet frem av et tverrfaglig bærekraftsteam, GOD ETTERSMAK. Denne strategien revideres jevnlig gjennom året med utgangspunkt i FNs bærekraftsmål. Vi har vesentlig fokus på **fem av FNs bærekraftsmål; 3. God helse og livskvalitet, 8. Anstendig arbeid og økonomisk vekst, 12. Ansvarlig forbruk og produksjon, 13. Stoppe klimaendringene og 17. Samarbeid for å nå målene.**

Vår bærekraftstrategi GOD ETTERSMAK er delt inn i **fire hovedområder. Klima, miljø og natur, helse, folka våre og ansvarlig verdikjede.** Innenfor disse hovedområdene jobber vi blant annet med å redusere vårt klimafotavtrykk og bli mer sirkulære, mattrygghet, likestilling, mangfold og inkludering, redusere matsvinn og emballasje som er bedre for miljøet.

Vi jobber med konkrete målsetninger i delprosjekter, og utformer handlingsplaner for å nå disse målsetningene. Dette er en pågående prosess og vi blir gradvis mer konkrete i våre målsetninger ettersom vi jobber helhetlig med kortsiktige og langsiktige planer for de utvalgte fokusområdene. Vi tilegner oss kunnskap og reviderer handlingsplanene underveis med tilsvarende endringer ved behov.

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

Arbeidet med fokusområdene i bærekraftstrategien GOD ETTERSMAK blir jevnlig presentert og diskutert i ledergruppen.

Det tverrfaglige teamet har månedlige møter der man diskuterer fremdrift på målsetninger og aktiviteter. Det er også et fora der alle medlemmene deler kunnskap fra sine fokusområder slik at det kan formidles videre ut til berørte/relevante avdelinger. På de månedlige møtene for bærekraftsteamet deltar både direktør for produktutvikling og for innkjøp. Dette sikrer at relevante problemstillinger raskt kan løftes opp i ledergruppemøtene.

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?

Våre generelle minimumskriterier for leverandør er i hovedsak uttrykt i våre etiske retningslinjer for leverandører (Code of Conduct). Gjennomgang av leverandørens besvarelse er en del av vår leverandørgodkjennelsesprosess. Vår evalueringsrutine setter krav til at Code of Conduct blir oppdatert fra leverandør hver tredje år.

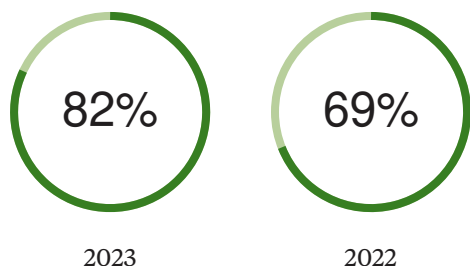
Vår innkjøpspraksis anerkjenner leverandører som viser bærekraftig forretningspraksis, utøver god forretningsskikk, viser utviklings- og innovasjonskraft. Disse leverandørene blir belønnet med langsiktighet og en fair business.

Vår kommunikasjon og samhandling innenfor dette området er i hovedsak basert på egenerklæringskjema.

Våre etiske retningslinjer for leverandører er tilgjengelig her:
<https://www.brynild.no/samfunnsansvar/ansvarlig-verdikjede/apenhetsloven>

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



2023

2022

Vi har prioritert å sikre at leverandører utenfor EU signerer og etterlever våre etiske retningslinjer (Code of Conduct). For disse har 96% signert Code of Conduct (2023).

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 er første året Brynild rapporterer bærekraftig forretningspraksis. Medlemskapet i Etisk Handel Norge og innføringen av åpenhetsloven har bidratt til at vi har strukturert og forbedret det interne arbeidet og dokumentasjonen. Vi ser at kravet til ansvarlighet hos produsentene stadig øker. Kunder og forbrukere ønsker mer informasjon om bærekraftarbeidet vårt og vi opplever det som positivt med åpenhet og deling av målsetninger av arbeidet vi gjør i GOD ETTERSMAK. Det driver oss videre i arbeidet for både miljø, helse, folk og ansvarlig verdikjede.



2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning/ skade, på mennesker, dyr, 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, dyr, 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, DYR, 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 faktiske negative konsekvenser og/eller prioriterte vesentlig risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, 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
Cashew	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Helse, miljø og sikkerhet Regulære ansettelses Miljø	Mosambik Vietnam
Kakao	Barnearbeid Helse, miljø og sikkerhet Miljø	Vest-Afrika
Plastemballasje	Miljø	Sverige Den europeiske union
Palmeolje	Miljø	Sørøst-Asia

Cashew:

Vi har prioritert vårt arbeid med cashew fra Mosambik. Der vil fortsatt fokus være å sikre drift av cashewfabrikken 11 mnd per år og bidra til at barn av ansatte har trygghet ved å benytte seg av tilbudet som vi finansierer. I tillegg jobber vi med et prosjekt sammen med Norges Vel med støtte fra Handelens Miljøfond for å fjerne plastpottene på Cashew stiklingene.

BEGRUNNELSE FOR HVORFOR DISSE UTFORDRINGENE ER PRIORITERT SOM MEST VESENTLIGE FOR MENNESKER, DYR, 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.

I arbeidet med vår bærekraftstrategi GOD ETTERAMAK har vi gjennomført en vesentlighetsanalyse av vår verdikjede. Råvarer og emballasje som inngår i produksjonen av våre produkter er et vesentlig fokusområde for påvirkning av mennesker, miljø og samfunn hos oss.

Vår metodikk for kartlegging og risiko baseres seg på 1) hvor i verdikjeden er det risiko, 2) hvem berøres, 3) hvordan påvirker skaden (krenkelses) mennesker og miljø og 4) hvilke påvirkningsmuligheter har vi.

Vi baserer vår prioritering av tiltak med utgangspunkt i hva som er mest iøynefallende eller fremtredende, alvorlighet som innebærer vurdering av omfang og grad av uopprettelig samt hvor sannsynlig den negative påvirkningen vil inntreffe.

Foruten erfaringer og tverrfaglig kontinuerlig arbeid, er alle leverandører vurdert på generell landrisiko ved hjelp av eksterne ressurser/kilder som "Social Hot Spot", og «amfori BSCI».

Årlig gjennomgang av "endringer i risiko, siste periode" gjøres ved hjelp Amnesty International Report Human Rights (yearly report). Vi bruker også andre kilder som f.eks. Fairtrade, Norges Vel og Rainforest Alliance. Risiko oppdateres så fort vi er kjent med endringer i sektor og/eller land.

Våre aktsomhetsvurderinger i verdikjeden omfatter innkjøp til våre 2 produksjonsanlegg (Norge og Sverige). Følgende innkjøps kategorier er inkludert: Råvarer, emballasje og handelsvarer/produksjonspartnere. Manglende informasjon om våre leverandører vil bli etterspurt ved hjelp av oppdaterte spørreskjema til våre leverandører.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

Det er flere kjente risikofaktorer i vår bransje. Som det fremkommer av denne rapporten har Brynild allerede jobbet med flere av disse. Vi erkjenner at endringer i miljø og geopolitiske forhold skjer i økende tempo. Dette setter større krav til oss for overvåking og kontroll. Resultatet av dette vil trolig være at flere områder kan bli identifisert i årene fremover.



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, dyr, 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, dyr 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, dyr, samfunn og miljø:

Prioritert negativ påvirkning/skade	Cashew
Overordnet mål :	Redusere risikoen for kjøp av cashew fra Vietnam
Status :	Oppnådd
Mål i rapporteringsåret :	Øke andelen Cashew fra Mosambik sammenlignet med fjoråret.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

1. Det er inngått avtale om leveranser med opsjon for økt volum, forutsatt at leverandøren får tilgang til råvarer fra lokale bønder og kooperativer.
2. Redusere antall leverandører i Vietnam vil dempe risiko.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

1. Ved å øke andelen kjøp fra Mosambik reduseres vårt Co2 avtrykk og vi forsterker en lokal og transparent verdikjede der vi har tilstrekkelig trygghet for at mennesker og miljø blir ivaretatt og kan bygge opp under en bærekraftig forretningspraksis.
2. Redusere antall leverandører i Vietnam vil gjøre at vi øker vårt volum og innflytelse hos gjenværende leverandører. Dette vil gi oss større mulighet til å inngå dialog med det formål å øke forståelse og kompetanse for utvikling og tiltak knyttet til prioritert risiko.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Kakao
Overordnet mål :	All kakao som anvendes inn i våre produkter skal være sertifisert basert på Rainforest Alliance sertifisering.
Status :	Oppnådd
Mål i rapporteringsåret :	All kakao som anvendes inn i våre produkter er sertifisert basert på Rainforest Alliance sertifisering, og revideres av en ekstern revisor i løpet av 2023.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

Rainforest Alliance sertifisert kakao bidrar til å bedre forholdene for kakaobønner og lokalsamfunn gjennom opplæring av teknikker (GAP). Sertifiseringen bidrar også til å styrke forutsetningen for et mangfoldig dyreliv og vern av regnskog. Når du velger et Rainforest Alliance-sertifisert produkt fra Brynild betyr det at vi støtter tiltak til å bevare skog og biologisk mangfold, klima, bedre levekår for lokale bønder og arbeidere samt arbeid mot brudd på menneskerettighetene.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Alle nye kakao- og sjokoladeprodukter skal være sertifisert med RA, og revideres av en ekstern revisor i løpet av 2024.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Plastemballasje
Overordnet mål :	Jobbe målrettet for å Redusere, samt tilrettelegge for Gjenbruk og Gjenvinne vår plastemballasje. Levere på Plastløftet.
Status :	Utført. Vi har levert resultater på alle tre punkter i Plastløftet.
Mål i rapporteringsåret :	Vi har jobbet med konkrete prosjekter for flere av våre merkevarer for å oppfylle kravene i Plastløftet.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

Som en del av ansvarlig verdikjede har Brynild satt konkrete mål for emballasje. Vi jobber kontinuerlig med å redusere, gjenbruke og gjenvinne. I Brynild ønsker vi å redusere årlig plastforbruk med 40% og øke andelen gjenvinnbar plast til 65%, samt anvende resirkulert plast der vi har mulighet. Vi har tatt plastløftet. Med dette har vi fokus på å unngå unødvendig bruk av plast, designe for gjenvinning og øke bruken av resirkulert plast i emballasjen. Vi har fått godkjent Plastløftet for rapporteringsåret 2023 med innrapporterte tall for arbeidet. Som en leverandør av matvarer er det samtidig viktig at vår emballasje er laget slik at den øker holdbarheten, tar hensyn til kvalitet og matsikkerhet, samt reduserer matsvinn.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi har en prosjektplan for emballasjeprosjekter som vil fortsette å bidra til å nå målene vi har satt oss for å Redusere og legge til rette for Gjenbruk og Gjenvinning. Vi skal jobbe videre med Plastløftet og arbeide videre i nettverk for å øke kompetansen om utfordringene rundt plastutfordringene internt og eksternt.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Palmeolje
Overordnet mål :	Erstatte palmeolje i komplisert sammensatt råvarer
Status :	Pågår
Mål i rapporteringsåret :	Prosjekter som det har vært jobbet med, sammen med våre leverandører slutføres i løpet av 2024. Hvis det ikke lar seg gjøre å erstatte 100% skal palmeoljen være sertifisert (RSPO).

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

Palmeolje har i stor grad blitt faset ut av norske matvarer de siste årene. Oljen er både blitt stemplet som helseskadelig, grunnet høyt innhold av mettet fett, og en betydelig bidragsyter til avskoging av regnskog. Om palmeolje må anvendes skal den være sertifisert (RSPO).

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Ved å fase ut denne oljen har vi bidratt til bedre helse og redusert avskoging.

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

Vi reduserer negativ påvirkning av natur og miljø med våre egne produksjonsprosesser og ansvarlig verdikjede. I 2023 har vi jobbet med vesentlighetsanalyse for å identifisere våre fokusområder for bærekraftstrategien GOD ETTERSMAK. Målsetninger og tiltak i strategien oppsummerer våre initiativ for å redusere påvirkning på natur og miljø.

I løpet av de siste årene har vi blant annet investert i flere prosjekter og teknologi for å produsere mer energieffektivt, redusere vannforbruk og bidra til det grønne skiftet. Vi har etablert et klimaregnskap for Scope 1 og 2, og har kartlagt våre energidrivere for utslipp. Vi har også tilrettelagt for flere nye sorteringspunkter for avfall i vårt produksjonsanlegg og kontorlokaler. Dette bidrar til en bedre sorteringsgrad og lavere utslipp.

I vår kartleggingsprosess har vi sett at de viktigste driverne for å redusere vår påvirkning av natur og miljø er blant annet målrettet arbeid med å redusere matsvinn og utarbeide en emballasjeveileder som tydelig kommuniserer våre målsetninger om å redusere, gjenbruke og tilrettelegge for gjenvinning. Vi har signert intensjonsavtalen for å redusere matsvinn i 2017, og sammen med resten av bransjen jobber vi for å redusere matsvinnet i Norge med 50% innen 2030. Vi er medlem av Grønt Punkt Norge og har tatt Plastløftet der vi hvert år rapporterer våre tiltak for å redusere plast, samt gjøre plasten mer egnet for kildesortering og gjenvinning. Vi jobber målrettet med å kun bruke fiberbaserte materialer fra bærekraftige kilder sertifisert gjennom FSC e.l. Vi er også medlem av Circular Packaging Cluster som en del av vårt arbeid mot å bli mer sirkulære.

Via leverandørgodkjennelsesprosessen følger vi opp våre leverandører og sørger for at de stiller krav videre i verdikjeden. Både med sertifiseringer, løpende kartlegging og langvarige leverandørforhold. Vi fortsetter også vårt langsiktige arbeid med bærekraftig verdikjede for Cashew Mosambik. Vi har plantet over 1 million nye Cashew-trær sammen med våre samarbeidspartnere.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

Brynild har jobbet med flere prosjekter for å redusere vårt klimagassutslipp i løpet av året som har gått:

- Vi har investert i energieffektive prosjekter for reduksjon av energi i produksjonsprosessen vår
 - Jobbet videre med vårt langsiktige prosjekt med bærekraftig verdikjede for cashew i Mosambik. Kortere reisevei, økt verdiskapning og mindre plast i produksjonen
 - Emballasjeprosjekter som har redusert, økt gjenbruk og tilrettelagt for gjenvinning
 - Økt sorteringsgraden og redusert vårt restavfall
-

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

Vår innkjøpspraksis skal bidra til å gi våre leverandører mulighet til å utvikle en lønnsom og bærekraftig forretning. Dette gjør vi ved å sette realistiske mål og forventninger, samarbeidet med gjensidig tillitt og en forståelse av at det skal være en «fair business» for alle parter.

Vi søker åpenhet og deler prognoser og forventninger til leverandører så tidlig som mulig. Med dette demper vi risikoen for unødvendige kostnader, svinn, dårlige arbeidsforhold, overtid og stress i verdikjeden.

Målsetninger som gjelder etikk og miljø i leverandørkjeden eies av innkjøpsdirektør og tiltakene eies av de enkelte innkjøperne. Vi jobber med å tydeliggjøre rutiner og metodikk slik at prinsippene for en ansvarlig verdikjede blir tydeligere ved våre valg og evaluering av leverandører. I dette arbeidet blir innkjøp og produktutvikling lært opp til å forstå vår risiko og sette relevante mål og tiltak.

Vi praktiserer langvarige leverandørforhold fordi vi tror dette er den beste metoden for å sikre endringer over tid. Der vi erfarer at leverandør, over tid ikke viser tilstrekkelig modenhet eller vilje til endringer, vil vi bytte leverandør.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Valg av produkter og sertifiseringer er en del av vår bærekraftstrategi GOD ETTERSMAK. Vi jobber målrettet for at forbruker skal ha valgmuligheter som for eksempel sukkerfritt, høyt innhold av protein og mindre kalorier. Vi jobber også for at våre smaksopplevelser skal være tilgjengelig for flest mulig med fokus på å redusere allergener og tilrettelegge for glutenfrie og veganske alternativer der vi kan.

I tillegg til vår BRCGS sertifisering for mattrygghet og FSC har vi også Rainforest Alliance sertifisert all vår sjokolade og DEBIO-sertifisering av våre paranøtter. Det gjør oss trygge på at råvarene vi bruker fra risikoutsatte områder er sertifisert for å bevare skog og biologisk mangfold, klima, bedre levekår for lokale bønder og arbeidere, samt arbeid med brudd av menneskerettighetene.

For cashew, har Brynild i mer enn 10 år bygget opp en bærekraftig verdikjede i Mosambik. Den strekker seg fra bonde, via lokal prosessering (knekke skall og sortere) og helt fremt til vår fabrikk i Fredrikstad. Denne verdikjeden bidrar til åpenhet og transparens. I tillegg oppnår vi redusert Co2 avtrykk, både fra unødvendig sjøfrakt og ved at det blir plantet nye cashewtrær hos bonden (1 mill stk siste 10 år). Arbeidsvilkårene i fabrikk er kjente og vi finansierer barnehage for ansattes barn slik at barn og foreldre opplever trygghet. Langsiktighet har også bidratt til forutsigbarhet for ansatte med hensyn til stabile arbeidsforhold.

Alle som leverer produkter til Brynild må være godkjent i henhold til våre leverandørkrav. Flere av våre leverandører er medlemmer av globalt anerkjente organisasjoner som jobber for menneskerettigheter, arbeidstakerrett, klima, miljø og antikorrupsjon. Som for eksempel UN Global Compact, SEDEX og SBTi.

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, kollektive forhandlinger og/eller andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Målet vårt er at 100% av våre leverandører skal signere våre etiske retningslinjer eller ha tilsvarende strenge etiske retningslinjer som sikrer dette i leverandørgodkjenningssprosessen

Vi skal velge leverandører som legger til rette for fri fagorganisering (Freedom of Association - FOA). Dette er viktig for samfunnet og velferdsgoder som arbeidstakere rettmessig skal ha. Utfordringer og avgrensninger på dette området kan oppstå i land som ikke har ILO-konvensjonen for fagorganisering og kollektive forhandlinger eller der lovverket er avgrensa. De landene eller virksomheter som hindrer denne retten, eller det ikke er mulig, f.eks. ved lov, skal vi søke allianser for å få dette endret eller vurdere å avvikle leverandørforholdet.

Vår innkjøpspraksis har derfor som mål at 100% av våre leverandører skal gi sine arbeidstakere retten for fri fagorganisering.

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

Vi gjennomførte kurs i aktsomhetsvurderinger og arbeidstakers rettigheter allerede i 2016 i regi av OECD – Norges kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv. I tillegg skulle det gjennomføres kurs i regi av Etisk Handel i november 2023, men ble utsatt til februar 2024. Dette kurset gjennomføres for alle i innkjøpsavdelingen og produktutvikling.

Vi har samarbeid med Rainforest Alliance for å sikre opplæring i verdikjeden for kakao.

Vårt samarbeid med Norges Vel i Mosambik har medført at bønder og kooperativer i Mosambik har fått opplæring i grunnleggende landbruksteknikker, tilgang til ressurser, kjøp av cashewtrær for planting på gården.

Vi er i dialog med The Sustainable Nut Initiative (SNI) via vår partner i Tyskland og vi vurderer Etisk Handel sitt cashew program i Vietnam.

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

I våre interne etiske retningslinjer står det spesifikt at alle former for bestikkelser er uakseptabelt. Brynild, inkludert alle ansatte, skal aldri tilby eller motta ulovlige eller urettmessige pengegaver eller andre godtgjørelser for å oppnå forretningsmessige eller private fordeler for egen del eller fordeler for kunder, agenter eller leverandører.

Vi har interne prosedyrer for varsling av kritikkverdige forhold der alle ansatte oppfordres til å melde fra om kritikkverdige forhold slik at det kan iverksettes tiltak.

Våre forventninger og krav til leverandør fremkommer i vår Code of Conduct (CoC supplier).

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

Ett av våre fokusområder i bærekraftstrategien GOD ETTERSMAK er knyttet opp til FNs bærekraftsmål nr 17. Samarbeid for å nå målene. Vi er med i flere gode samarbeidsfora for å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Vi kan blant annet nevne Cashew Mosambik der vi har samarbeidet med Norges Vel gjennom flere år. Vi er med i ulike emballasjenettverk og et eget bærekraftnettverk i regi av DLF. Vi sørger for å knytte til oss langsiktige samarbeidspartnere som er med på å akselerere det globale bærekraftsarbeidet gjennom vår partner Beiersdorf.

Dette året har vi også meldt oss inn i Etisk Handel Norge som hjelper oss å drive bærekraftsarbeidet videre sammen med resten av dagligvarebransjen i Norge.



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 a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere virksomhetens implementering og arbeid med aktsomhetsvurderinger, og hvordan evalueringen gjennomføres i praksis:

I Brynild ønsker vi at hele bedriften skal være involvert i bærekraftarbeidet og jobber derfor slik at de avdelingene som jobber med fokusområdet også skal eie og følge opp målsetningene. Vi har egne team som jobber med for eksempel ansvarlig verdikjede, emballasje, energi, matsvinn og sorteringsgrad.

Vi jobber tverrfaglig og har et eget bærekraftsteam satt sammen av de som leder de ulike fokusområdene. Disse medlemmene jobber kontinuerlig med evaluering av målsetninger, oppfølging av tiltak og kommunikasjon ut til resten av bedriften. Dette teamet er ansvarlig for bærekraftstrategien GOD ETTERSMAK, handlingsplanen og KPIene knyttet til disse. Vi har jevnlige møter med ledergruppen for status og justeringer.

Aktsomhetsvurderinger knyttet til Åpenhetsloven og ansvarlige leverandørkjeder er underlagt Innkjøpsdirektør. Det overordnede ansvaret for aktsomhet knyttet til bærekraft er underlagt HR-direktør. Innkjøpsdirektør og Bærekraftssjef har i fellesskap ansvar for å evaluere virksomhetens implementering og arbeid med aktsomhetsvurderinger og hvordan evalueringen gjennomføres i praksis.

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

Overordnet har vi egne målsetninger knyttet til bærekraft som i seg selv skal redusere vårt klimafotavtrykk og dermed også vår negative påvirkning.

I forhold til våre definerte risikoområder har vårt arbeid i Mosambik blitt fulgt opp med egne reiser til både leverandører, bønder og kooperativer. Vi samarbeider også med sentrale og lokal myndigheter. Foruten vår egen innsats, så er vår partner, Norges Vel tilstede i Mosambik flere ganger i året. De gjennomfører og evaluerer sammen med oss alle prosjekter med tilknytning til vår cashew-fabrikk. Det vil si planting, planteskoler, dannelsen av kooperativer osv. Vi kjenner ikke til noen negative konsekvenser av tiltaket.

For sertifisert kakao, Rainforest Alliance (RA), er arbeidet med å styrke blant annet bondens rettigheter og kompetanse gitt til RA.

For øvrige innsatsfaktorer er jevnlig og tett dialog med leverandører over lengre tid en nøkkelfaktor for å identifisere mulig negativ påvirkning og dermed iverksette tiltak sammen med leverandøren.



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. Virksomheten skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere virksomhetens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, dyr, 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

Det er gjennomført en interessentanalyse i forbindelse med utarbeidelse av bærekraftstrategien GOD ETTERSMAK. Disse interessentene omfatter ledelse, styret, ansatte, kunder, forbrukere, NGOer, relevante myndigheter, leverandører, medier og konkurrenter.

Vi har i første omgang konsentrert oss om å kommunisere med kunder, leverandører og egne ansatte for å sikre at vi jobber med de rette fokusområdene for håndtering av negativ påvirkning. Vi har initiert og gjennomført møter med alle våre kunder og har tett dialog med leverandører for å følge opp arbeidet med bærekraft.

Vi kommuniserer strategien på våre nettsider. Alle har mulighet til å kontakte oss via hjemmesiden vår eller sosiale medier. Alle henvendelser skal besvares og tiltak settes i gang ved behov.

Vi deltar også i flere nettverk for bærekraftledelse generelt og emballasje spesielt der vi deler kunnskap og får innspill i forhold til egen og andres bærekraftstrategi. Denne typen åpenhet rundt bærekraftarbeidet oppleves som svært nyttig og avgjørende for fremdrift 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 sosiale medier-kanaler. Både i form av tekst og video. Vi har jobbet med presentasjoner av vårt arbeid eksternt, og deler gjerne både utfordringer og muligheter med offentligheten. Åpenhet er en forutsetning for å lykkes med bærekraftsarbeidet.

Etsik Handel-rapporten vår ligger tilgjengelig for innsyn i hvordan vi jobber med etikk, miljø og sosialt ansvar.

Vi er åpne om egen praksis og oppfordrer til kontakt: <https://www.brynild.no/samfunnsansvar/ansvarlig-verdikjede/apenhetsloven>

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

Alle interessenter kan nå oss via hjemmeside eller telefon, og vi har publisert informasjon under samfunnsansvar på våre hjemmesider: <https://www.brynild.no/samfunnsansvar/ansvarlig-verdikjede/apenhetsloven>

Vi ønsker å tilpasse informasjonen til den interessenten som spør og svarer innen rimelig tid og iht. lovverket.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker, dyr, samfunn eller miljø 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, dyr, samfunn og miljø

Ved å være medlem av Etisk Handel Norge har vi forplikta oss til å jobbe med bærekraftig forretningspraksis som respekterer mennesker, samfunn og miljø. Vi jobber aktivt med våre leverandører for forbedringer i vår leverandørkjede. Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning på mennesker, samfunn eller miljø skal vi stanse denne aktiviteten, og vi vil søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting. Dette er i tråd med Etisk handel Norges prinsipperklæring og våre etiske retningslinjer for leverandører.

Ved brudd på de etiske retningslinjene vil vi samarbeide med leverandøren vår for å lage en plan for gjenoppretting innen rimelig tid.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det er ikke rapportert om tilfeller i 2023 hvor det var behov for gjenoppretting.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva virksomheten gjør for å sikre at ansatte i egen virksomhet og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere samt lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer, når det er aktuelt

Internt har vi gode rutiner på plass for varsling av kritikkverdige forhold der alle oppfordres til å varsle slik at vi kan iverksette tiltak ved behov. Det samme gjelder håndtering av eventuelle klager fra eksterne interessenter som kunder, naboer, forbrukere osv.

Alle kan kontakte Brynild og informasjon ligger på våre nettsider: <https://www.brynild.no/kontakt>

Rainforest Alliance stiller også krav til klagemekanismer i verdikjeden <https://www.rainforest-alliance.org/resource-item/grievance-procedure/>

Kontaktinformasjon:

BRYNILD AS

Sunniva Ihlebæk, Bærekraftsjef
sunniva.larssen.ihlebek@brynild.no