



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig  
forretningspraksis

# Redegjørelse rapporteringsåret 2023

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**.*





## 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

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 2023.

Dette har ført til målrettet arbeid innenfor klima og miljø, helse og mennesker. Vi har installert solceller på taket, fått varmepumpe på ammoniakk i fabrikkens og oppgradert energioppfølgingssystemet vårt ytterligere for å sikre enda bedre oppfølging. Viktige tiltak som bidrar til å redusere utslippene på fabrikkens.

Nå er all iskrem som leverer på FNs 1,5 graders mål for global oppvarming, merket med klodemerket. Dette gir forbruker mulighet til å ta mer klimavennlige valg i isdisken. I 2023 har vi også hatt pant på all iskrememballasje som et ledd i vår ambisjon om å redusere forsøpling i naturen, og vi har levert ut deilig overskuddsiskrem på fabrikkens i Hannevika gjennom Too Good To Go.

2022 var et krevende år med utfordringer knyttet til vårt nye produksjonsanlegg. Den innsatsen våre medarbeidere har gjort det siste året er uvurderlig, og vi ser de positive resultatene av denne innsatsen i 2023.

Etisk handel er viktig for oss. Gjennom medlemskap i Etisk Handel Norge har vi forpliktet oss til å fremme en ansvarlig forretningspraksis i leverandørkjeden. På den måten vil vi bidra til å ivareta menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, samfunn og miljø.

**" 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

**Dette dokumentet er signert digitalt av:**

Anh Phuong Thi Tran	10.04.2024	med Norsk BankID
Eva Roselind Nistad	10.04.2024	med Norsk BankID
Paal Otto Hennig-olsen	15.04.2024	med Norsk BankID
Inger Johanne Solhaug	10.04.2024	med Norsk BankID
Martin Adrian Hennig-olsen	10.04.2024	med Norsk BankID
Per Gunnar Nyhaven	10.04.2024	med Norsk BankID
Gunnar Steen	10.04.2024	med Norsk BankID



Signert elektronisk med styreplan.no. Se vedlegg i denne PDF-filen for mer dokumentasjon.

Kristiansand  
15.04.2024

# Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

## Nøkkelinformasjon om virksomheten

### Navn på virksomheten

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 fabrikken i Kristiansand. Vi kaller det Kremen av iskrem!

---

### Beskrivelse av virksomhetens struktur

Hennig-Olsen Is er et familieeid selskap ledet av et styre og en ledergruppe. Våre avdelinger inkluderer Supply Chain, fabrikk, økonomi, marked, salg, forretningsutvikling, samt fellesfunksjoner som HR, HMS og IT. Vi jobber tverrfaglig i team sammensatt av funksjoner fra ulike områder. Vi har i tillegg et eget bærekraftteam med medlemmer fra flere avdelinger.

---

### Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 160 000 000

---

### Antall ansatte

349

---

### Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

---

### Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

---

### 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 virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

I Hennig-Olsen er innkjøpsfunksjonen en integrert del av vår Supply Chain-avdeling, satt sammen av et dedikert team på fem personer. Vår produksjon av iskrem og frosne desserter er avhengig av et bredt spekter av råvarer og emballasje, hovedsakelig anskaffet fra produsenter i Norden og Europa. Denne rapporten fokuserer på innkjøp av råvarer og emballasje.

Vi prioriterer langsiktige relasjoner med våre leverandører, noe som er essensielt for å sikre kvalitet, pålitelige leveranser, forutsigbarhet, samt å bygge tillit og opprettholde åpenhet i våre forretningsforbindelser.

---

### Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

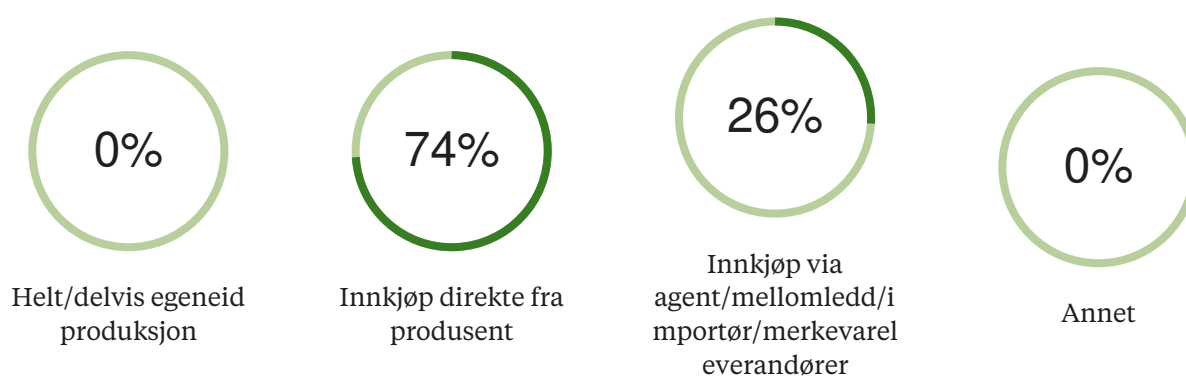
78

---

### Kommentar til antall leverandører

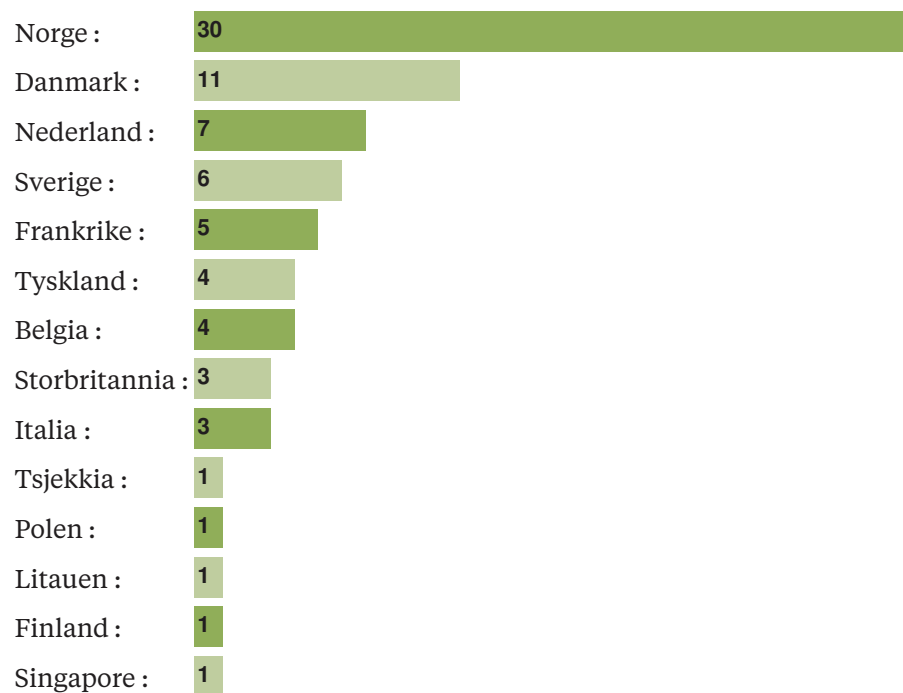
---

### Type innkjøp/ leverandørforhold





### Liste over førsteleddsprodusenter per land



---

**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

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

---

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

---

## Mål og fremdrift

### Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

**Mål:** Utarbeide egen handlingsplan for aktsomhetsvurderinger

**Status:** Aktsomhetsvurderinger er lagt til i handlingsplanen for bærekraft. Vi valgte å integrere dette i en eksisterende handlingsplan i stedet for en egen for å sikre tettere oppfølging.

2

**Mål:** Revisjon av Rainforest Alliance

**Status:** Revisjon gjennomført i august 2023. Endelig sertifisert desember 2023.

---

### MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Opplæring av bedriftens aktsomhetsvurderinger gjennom vårt personal- og ledelsessystem

2

Redusere vannforbruket per liter iskrem produsert

3

Redusere svinn av råvarer og emballasje i forbindelse med produksjon av iskrem

4

Utarbeide innkjøpsstrategi for å sikre bærekraftig innkjøp



# 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 virksomheten offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, dyr, samfunn, miljø og klima?

I Hennig-Olsen er vi opptatt av vårt ansvar og forpliktelser til å ivareta mennesker, samfunn og miljø. Dette er forankret i hele organisasjonen, fra styret, til eiere og ansatte. Vi kjøper betydelige mengder råvarer og er klar over 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.

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

For å tydeliggjøre våre holdninger har Hennig-Olsen Is vedtatt etiske retningslinjer for innkjøp, som alle våre leverandører og samarbeidspartnere må forplikter seg til å oppfylle. 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, og disse stiller krav både til vår egen drift og til vår leverandørkjede. Vi krever at alle leverandører signerer våre Etiske retningslinjer, eller tilsvarende strenge krav.

Våre etiske retningslinjer er tilgjengelig for alle medarbeidere og forankret i organisasjonen gjennom kvalitetssystemet vårt. I utviklingen av retningslinjene har vi involvert Etisk Handel og nøkkelpersoner internt.

Når det kommer til våre leverandører, sørger vi for at våre etiske retningslinjer er forankret gjennom leverandørgodkjenningprosesser og leverandørrevisjoner.

---

## 1.B Organisering og internkommunikasjon

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

I Hennig-Olsen, er ansvaret for gjennomføring av aktsomhetsvurderinger fordelt og definert i samsvar med prosedyrer for åpenhetsloven og aktsomhetsvurderinger. Prosedyrene eies av Supply Chain direktør.

Aktsomhetsvurderingene involverer mange områder i bedriften og ansvarsmatrisen er beskrevet i prosedyren. Hos oss ønsker vi at ansvaret skal fordeles ut til de ulike fagområdene som sitter tettest på utfordringene. Det vil for eksempel si at ansvaret 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 2023 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 (eller lignende), arbeidsoppgaver og incentivordninger?

Både generell og målrettet opplæring for alle ansatte er styrt via vårt personal- og ledelsessystem gjennom stillingsinstrukser og opplæringsplaner. Her er også all relevant informasjon tilgjengelig for alle ansatte. Gjennom 2023 hadde vi planlagt løpende opplæring av ansatte i blant annet bedriftens bærekraftsarbeid. Vi har løftet dette arbeidet i alle informasjonsmøter for alle ansatte i 2023, men planene om utvidet opplæring gjennom vårt personal- og ledelsessystem ble ikke gjennomført etter planen. Målet er å rulle ut opplæringen i 2024.

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.

Ansvaret for aktsomhetsvurderinger er tydeliggjort gjennom matrisen i prosedyren for aktsomhetsvurderinger.

---

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

For arbeidet med aktsomhetsvurderinger er det dedikert egne ressurser som følger opp og tilegner seg nødvendig kunnskap gjennom webinarer, nettverk, samarbeid og diskusjoner. Et eksempel på dette er gjennom Etisk Handel Norge og konsulentshus som Sprint og Deloitte. 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, dyr og miljø forankret i virksomhetens strategier og handlingsplaner?

Bærekraft er en sentral del av vår virksomhet og ligger som grunnlag for vår væremåte og strategier. Vi har en egen bærekraftstrategi som årlig revideres med utgangspunkt i FNs bærekraftsmål og klimaavtrykket vårt. Vår innsats er spesielt rettet mot fem av FNs mål: 3. God helse og livskvalitet, 5. Likestilling mellom kjønnene, 8. Anstendig arbeid og økonomisk vekst, 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, gi forbruker valgmuligheter ved å tilby flere sunnere iskrem-alternativ, støtte Leger Uten Grenser og styrke den mentale og fysiske helsen til våre egne ansatte. Vi skal også være en lærende bedrift og fremme 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. Et konkret eksempel på dette er reduksjon av vannforbruk per liter iskrem produsert. Her har vi opprettet et eget team som følger opp tiltak avdekket gjennom work shops.

Vi anerkjenner at fremtiden er uforutsigbar og forplikter oss til regelmessig å revidere våre mål, slik at vi ikke bare holder kursen, men også integrerer ny kunnskap og erfaringer i vår tilnærming.

---

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

Vi har et eget bærekraftsteam hvor ansvaret for strategien er fordelt og hvor vi jevnlig møtes for å diskutere fremdrift på målsettingene 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.

Hver fjerde måned presenteres og diskuteres fremgang og utfordringer i bærekraftsarbeidet med ledergruppen og relevante parter gjennom ledelsens gjennomgang.

---

## 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?

Gjennom leverandørgodkjenningprosessen, som foregår hvert tredje år for alle leverandører, kommuniserer vi våre etiske retningslinjer for innkjøp. Vi har løpende dialog med våre leverandører, hvor ansvarlighet og bærekraft diskuteres.

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](http://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?

Rapporteringen til Etisk Handel sørger vi for at vi er i samsvar med kravene i Åpenhetsloven, som vi måtte redegjør for første gang i 2023. Vi la ned en større innsats for å strukturere og forbedre det interne arbeidet og dokumentasjon, noe vi har sett verdien av i 2023.

Fokuset på bærekraft øker stadig, 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.

A grid of chocolate buttons on a yellow background, with one button broken in the center.

## 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
Kakao	Barnearbeid Helse, miljø og sikkerhet Miljø	Vest-Afrika
Plastemballasje / folie	Miljø Avfall	Norge Sverige Øst-Europa
Vanilje	Korrupsjon	Madagaskar Fransk Polynesia
Vannforbruk	Miljø Utslipp Vann	Norge

## 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.**

Vi gjennomgår risikokartlegging for innkjøp og miljø hvert år i forbindelse med rapportering til Etisk Handel Norge og revisjon av ISO 14001. I gjennomgangen diskuterer relevante ressurser risikoområdene og oppdaterer kartleggingen ved behov. Vi ser at våre risikoområder har vært stabile over tid. Et av områdene som har økt risiko seneste år er vanilje i forbindelse med food fraud. Denne typen risiko håndterer vi gjennom å benytte etablerte leverandørforhold til store seriøse aktører og tett dialog med disse. Vi benytter også dialogen med leverandørene til innhenting av informasjon om både fremskritt og utfordringer innen deres fagfelt. Samarbeid med bransjeorganer som Euroglaces er viktig for arbeidet med risikovurderinger og håndtering av risiko på flere områder.

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 kompetanse. Dette gjør at vi tar valg som tar hensyn til risiko, mattrygghet, produktegenskaper og bærekraft.

---

## 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**

Risikofaktorene i Hennig-Olsen har vært stabile over lengre tid. Vi følger nøye med og gjør tiltak som å sertifisere råvarer og følge opp leverandører. Vi har ikke identifisert nye risikofaktorer i 2023.



### 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 FN's 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:**

<b>Prioritert negativ påvirkning/skade</b>	<b>Kakao</b>
<b>Overordnet mål :</b>	All kakao skal være sertifisert
<b>Status :</b>	All kakao som brukes i produkter fra Hennig-Olsen er sertifisert gjennom Rainforest Alliance eller Cocoa Life.
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	Revisjon og sertifisering av Rainforest Alliance. Vi oppnådde sertifiseringen i desember 2023.

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

Vi sørger for at all kakao vi kjøper er sertifisert.

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

Vi har valgt å sertifisere all vår kakao for å redusere risikoen for negativ påvirkning videre i verdikjeden vår. Dette kommer vi til å fortsette med fremover.

<b>Prioritert negativ påvirkning/skade</b>	<b>Plastemballasje / folie</b>
<b>Overordnet mål :</b>	Redusere forsøpling og forbruk av plast
<b>Status :</b>	Vi har hatt pant på all iskrememballasje i 2023 for å oppmuntre forbruker til å kaste iskrememballasjen i nærmeste søppelbøtte. Vi har samtidig arbeidet med å redusere mengden plast i vår emballasje.
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	Øke mengden pantet iskrepapir og redusere mengden plast i vår emballasje i produktserien "Sørlandsis".

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

Dessverre så vi ikke en økning av pantet iskrememballasje, men vi klarte å redusere mengden plast i emballasjen og i 2024 rulles det ut en helt ny sørlandsisboks.

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

Vi forventer at vi sparer 45 tonn plast i året med ny og forbedret emballasje på Sørlandsis-serien.

<b>Prioritert negativ påvirkning/skade</b>	<b>Vanilje</b>
<b>Overordnet mål :</b>	Sikre leveranse av etisk forsvarlig vanilje med god kvalitet
<b>Status :</b>	Vi følger våre leverandører tett og handler kun fra godkjente leverandører. Vi har ikke avdekket food fraud på vaniljen vi har kjøpt inn.
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	Sørge for at våre leverandører av vanilje møter våre etiske krav.

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

Vanilje er en råvare med høy verdi og vi risikerer at denne kan bli utsatt for food fraud. Vi har tett dialog med våre leverandører og langsiktige samarbeid for å sørge for at vaniljen er ekte og etisk produsert.

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

Vi er nøye på hvilke leverandører som får levere vanilje til oss og dette skal vi fortsette med fremover. Dette for å sikre at vi mottar den kvaliteten på vaniljen som er bestilt.



<b>Prioritert negativ påvirkning/skade</b>	<b>Vannforbruk</b>
<b>Overordnet mål :</b>	Vi skal redusere vannforbruket vårt per liter iskrem
<b>Status :</b>	Dessverre økte vi vannforbruket vårt per liter iskrem produsert. Etter at vi bygget ny fabrikk har vaskeprosessen blitt endret og krever mer vann enn tidligere.
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	Redusere vannforbruket per liter iskrem produsert

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

Vi opprettet en egen gruppe som har sett på mulige tiltak for å redusere vannforbruket vårt. Gjennom dette arbeidet har vi oppdaget sløsing som vi har tatt tak i, og testet nye ideer for å redusere forbruket. For eksempel innført spylepistoler på vannslanger i stedet for at det konstant renner vann under vask.

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

Vi øker intensiteten på arbeidet og vil involvere flere i arbeidet med å identifisere mulighet for besparelse. Vi har en egen KPI for å redusere forbruket av vann fra 2019 til 2030. Målet for 2024 er på 1,92 liter vann per liter iskrem produsert.

## 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

Leverandørgodkjenningssprosessen sørger for at vi følger opp våre leverandører, og stiller krav til at de stiller krav videre i verdikjeden. I våre etiske retningslinjer stiller vi blant annet følgende krav:

"Tiltak for å redusere negative effekter på helse og miljø i hele verdikjeden skal gjennomføres gjennom minimering av utslipp, fremme effektiv og bærekraftig ressursbruk, inkludert energi og vann og minimering av drivhusgassutslipp i produksjon og transport. Lokalmiljøet på produksjonsstedet skal ikke bli drevet rovdrift på eller skadet av forurensning."

Hennig-Olsen 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.

I 2023 har all vår iskrem som leverer innenfor FNs 1,5 graders mål vært klimamerket med «klodemerket». Det utgjør omtrent 18 prosent av vår iskremportefølje og motiverer oss til å arbeide videre for å øke denne andelen. Et eksempel er Idyll småis, som hadde for høyt matsvinn som gjorde at avtrykket ble for høyt. Det ble satt i gang forbedringsarbeid for å redusere svinn, og dermed kunne produktet merkes med klodemerket.

---

### 3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

På bakgrunn av livsløpsanalysen vi gjorde i 2021 vet vi hvor vi har størst klimagassutslipp i vår verdikjede.

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.

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 installerte solceller og ammoniakk varmepumpe som vil gi en besparelse på omtrent 156 tonn CO2 og 1,5 millioner kWh årlig.

Vi la bak oss et utfordrende år med nytt fabrikanlegg i 2022, som har økte matsvinn- og vannforbruket fra produksjonen. Det viktigste vi gjorde i 2023 var å arbeide for å snu dette. Vi gjennomførte work shops og involverte ansatte på tvers av bedriften, og gjennom konkrete prosjekter og tett samarbeid så vi en positiv endring i matsvinn i 2023. Dessverre økte vi vannforbruket vårt betraktelig, som gjør at vi vil sette ytterligere fokus på dette fremover i 2024.

Klimamerkingen av produktene våre hjelper forbruker til å ta mer klimavennlige valg i iskremdisken. Vi videreførte 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 2023 har vi arbeidet mye med å forbedre kvaliteten på prognosene våre, og vi ser at dette begynner å bære frukter. Prognosene er nå mer treffsikre enn tidligere.

---

### **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.

Dett gjenstår fortsatt arbeid med å optimere vårt nye produksjonsanlegg, men har sett store forbedringer i 2023. Vi har vi i løpet av året oppnådd forbedringer i effektiviteten på flere av våre produksjonslinjer, noe som har resultert i betydelig mindre svinn, spesielt med hensyn til mer komplekse produkter.

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 samarbeider med våre leverandører for å finne gunstige løsninger på for eksempel emballasje og råvarer. Vi ønsker å være en kunde som utfordrer og stiller krav til våre leverandører.

---

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

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. Disse ble fornyet og forbedret i 2023.

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.

---

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



## 4

# Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåking 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:**

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. Teamet er dynamisk og derfor gjør vi endringer etter behov. 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 egne team som følger opp områder som energi, matavfall, vann, emballasje og kjemikalier. Hvem som har ansvar avhenger av hvilken utfordring det dreier seg om.

Vi har egne dedikerte innkjøpere for både råvarer og emballasje. Disse har ansvar for å følge opp råvare og emballasje kontinuerlig. Det er innkjøpsansvarlig for handelsvarer som sammen med leder for bærekraft som har ansvar for å evaluere og implementere arbeidet med aktsomhetsvurderinger. Dette gjøres første kvartal hvert år i forbindelse med rapportering til Etisk Handel Norge.

Utover dette er 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 egne målsettinger knyttet til bærekraft som i seg selv skal redusere vårt klimaavtrykk 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. Vi har for eksempel egne KPI-er for vann- og energiforbruk, mengde plast per liter solgt og reduksjon av svinn i produksjonen.

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.

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. 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

Vi er i jevnlig kontakt med kunder og leverandører som alle er tilegnet en dedikert ressurs i Hennig-Olsen. Dersom vi har utfordringer eller har saker som er viktige, så informerer vi berørte parter raskest mulig, og følger opp dette.

Andre interesserte parter er velkomne til å nå ut til oss gjennom vår nettside, sosiale medier, eller ved å ringe oss direkte. Vi sørger for å svare på alle forespørsler og iverksetter nødvendige tiltak basert på disse.

Vi er også aktive deltakere i forskjellige nettverk, der vi utveksler ideer og erfaringer om vår og andres praksis. Eksempelvis gjennom Klimapartnere Agder og Etisk Handel Norge. Denne formen for kunnskapsdeling er svært verdifull og bidrar positivt for alle involverte.

---

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

Årlig rapportering til Etisk Handel Norge tydeliggjør viktige risikoer vi står ovenfor som har potensiale til å ha en negativ påvirkning, særlig nedstrøms i verdikjeden vår.

Vi ønsker å være åpne og deler informasjon gjennom ulike kanaler som vår egen hjemmeside, sosiale medier og andre medier som avis og TV. Vi deler stadig erfaringer fra vårt arbeid gjennom blant annet presentasjoner og deltakelse i debattpaneler, og vi trekker også frem de utfordringene vi står i.

Interesserte kan lese om vårt bærekraftarbeid 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 fabrikk. 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 og loggføres i vårt interne kvalitetssystem.

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, 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

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."

---

#### 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 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

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

Det er et krav i våre etiske retningslinjer for innkjøp 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](mailto:pia.amalie.sundt@hennig-olsen.no)