



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig  
forretningspraksis

# Redegjørelse rapporteringsåret 2023

for Oluf Lorentzen AS

**Oluf Lorentzen**

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Oluf Lorentzen 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

Oluf Lorentzen AS er en av landets største importører av matvarer til norsk dagligvare og storkjøkken. Vi importerer fra hele verden, og har i vår portefølje ca. 230 leverandører og mer enn 2500 varelinjer innenfor mange varekategorier.

Vi ønsker å være en ledende bedrift innenfor import og samhandel, som fremmer og favoriserer leverandører med fokus på gode arbeidsforhold for ansatte, har et bevist forhold til miljø, klima, dyrevelferd og sosiale forhold. Dette arbeidet skal styrkes og vektlegges ved målbevisst arbeid med leverandører og verdikjeden, gjennom fokus på kvalitet og beviste dokumenterte holdninger i alle ledd. Vårt arbeid skal bedre og sikre en god utvikling på ovennevnte punkter.

Arbeidet er forankret i bedriftens policy og skal måles og vurderes hvert år for å sikre en riktig og god utvikling med henblikk på bærekraft og bedriftens fremtid.

**" Oluf Lorentzen AS ønsker å være en bedrift som tar samfunnsansvar i egen leverandørkjede, for å møte våre kunders forventninger, og for å bygge opp og opprettholde deres tillit. "**



Martin Lorentzen  
*Daglig leder*



# Styrets signatur

Oluf Lorentzen

Styret i Oluf Lorentzen AS bekrefter med dette å ha mottatt den 31.01.2024, ha lest og er innforstått med innholdet i redegjørelsen:


**Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis.**


**Redegjørelse rapporteringsåret 2023.**

For Oluf Lorentzen AS

**Oluf Lorentzen**

Vestby 31.januar 2024

  
Johan Møhn – styreleder

  
Martin Lorentzen – styremedlem/daglig leder

  
Ellip Lorentzen

  
Marius Lorentzen

  
Caroline B. Lorentzen

  
Christoffer B. Lorentzen

  
Anne Grete F. Wettergren

  
Matthias Hartung

Besøksadresse:  
Toveien 22  
1540 Vestby

Postadresse:  
Postboks 244  
N-1541 Vestby

Telefon: 23 14 25 00  
E-post: firmapost@oluf.no  
Web: www.oluf.no

Foretaksregisteret  
942535937 MVA  
Kontonr: 8101.28.48080

Vestby  
14.02.2024

# Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

## Nøkkelinformasjon om virksomheten

### Navn på virksomheten

Oluf Lorentzen AS

---

### Adresse hovedkontor

Toveien 22, 1540 Vestby

---

### Viktigste merker, produkter og tjenester

Import og salg av matvarer til norske grossister, som igjen videreselger til både storkjøkken- og dagligvarebransjen. Oluf Lorentzen AS selger også direkte til forbrukere.

---

### Beskrivelse av virksomhetens struktur

Bedriften er delt inn i avdelingene Innkjøp, Salg, Lager, IT og Økonomi, som også har representanter i Ledergruppen. Ledergruppen rapporterer til Daglig leder. Deler av selgerapparatet har bosted og arbeidsplass rundt om i Norge, mens resten av bedriften er plassert i våre lokaler på Vestby, som har både lager og kontor i samme bygg. Oluf Lorentzen AS er eid av Brødrene Lorentzen AS (100%).

---

### Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

932 000

---

### Antall ansatte

95

---

### Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

---

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

Ansatt ny person som også har fått ansvar for bærekraftig forretningspraksis. Ellers ingen vesentlige organisatoriske endringer i løpet av 2023

---

### Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Marit H. Larsen, ansvarlig for bærekraftig forretningspraksis

---

**E-post adresse for kontaktperson for rapporten**

mala@oluf.no

---

## Informasjon om leverandørkjeden

### Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Innkjøpsavdelingen baserer sine innkjøp etter lagerbeholdning og prognoser. Prognoser og innspill fra salg ligger til grunn for innkjøpene, basert på hvilke produkter vi har inne i sortiment hos våre kunder. Målet er å ha mest mulig korrekt lagerbeholdning i forhold til innkjøp og salg. Det er viktig å holde en god servicegrad ovenfor for våre kunder, samtidig som vi ikke skal ha for høyt svinn på lager.

Oluf Lorentzen AS importerer matvarer av god kvalitet fra leverandører hovedsakelig fra Europa, men også fra land utenfor Europa. For oss er det viktig å finne de riktige leverandørene, både med tanke på kvalitet, pris og sortiment. Vi handler med både store og små leverandører verden over, og ønsker å ha fokus på gode merkevarer og langsiktige leverandørforhold. Alle leverandører blir forhåndsgodkjent med henblikk på kvalitet, pris og importreglement.

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

230

### Kommentar til antall leverandører

Oluf Lorentzen AS ønsker så langt som mulig, å ha et godt og langvarig forhold til våre leverandører. Vi ønsker å importere de gode smakene og varer med god kvalitet, og har dermed en stor leverandørportefølje som også har en del nisjeprodukter.

### Type innkjøp/ leverandørforhold

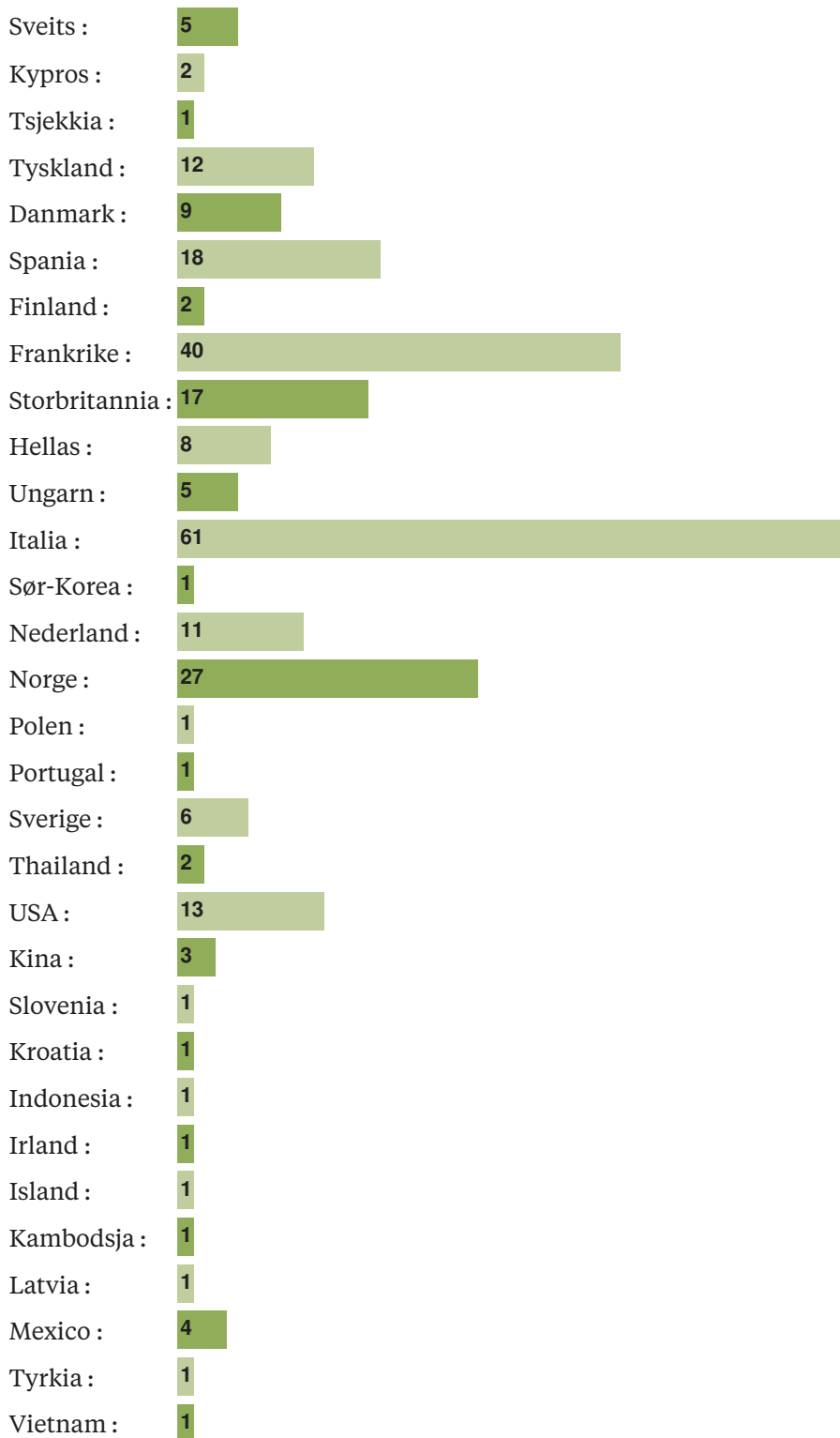


Når det gjelder egneid produksjon, så er dette vårt lille ostepakkeri, som deler opp og pakker ost i mindre forpakninger, som igjen sendes ut til kunder.

### Liste over førsteleddsprodusenter per land

Østerrike :	1
Australia :	1
Belgia :	6
Canada :	2





**Opggi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som virksomheten har oversikt over, og hvor mange produsenter dette er basert på:**

**Antall arbeidere**

29 394

---

**Antall produsenter dette er basert på**

92

---

**Antall arbeidere per produsent (kalkulert snitt)**

320

---

**Kommentar til antall arbeidere**

Antallene er blandet; både hos grossist og fabrikk (produsent). Basert på en tidligere leverandørkartlegging gjennomført for oss av Factlines, men det vil ikke for oss være mulig å ha full oversikt over antall arbeidere i vår leverandørkjede.

---

**Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi**

<b>Jordbruksprodukter som oliven/olivenolje, tomater</b>	Frankrike Italia Sør-Europa
<b>Ost</b>	Den europeiske union
<b>Spekemat</b>	Spania Italia Sør-Europa

---

**Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?**

Nei

## Mål og fremdrift

### Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

**Mål:** Utvikle en plan for evaluering av hvordan bedriftens innkjøpspraksis påvirker våre leverandører.

**Status:** Har ikke blitt satt på agendaen dette året, men dette punktet vil bli sett nærmere på når vi i 2024 skal gå gjennom oppdaterte leverandørkontrakter.

2

**Mål:** Fortsette risikokartlegging og foreløpig prioritering basert på info. om land, bransje etc.

**Status:** Oppdatert risikokartleggingen basert på oppdaterte salgstall for 2023 innenfor største salgsområder for spekemat/ost/manuelle jordbruksprodukter. I slutfase med å vurdere eksterne samarbeidspartner for å bedre tilgang på informasjon fra våre leverandører.

3

**Mål:** Opplæring av nyansatt med ansvar for bærekraftig forretningspraksis - sette opp en opplæringsplan.

**Status:** Utført - ansvarlig for bærekraftig forretningspraksis har fått opplæring internt, samt deltatt på ulike webinarer og kurs hos Etisk Handel Norge.

4

**Mål:** Etablere minimumskriterier på bærekraft for samarbeid med leverandører

**Status:** Under arbeid. Vil bli sett på i forbindelse med oppdatering av leverandørkontraktene i 2024.

## MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Oppdatere prioritert risiko i vår leverandørkjede (Aktsomhetsvurdering), og følge opp risikoleverandører innen Manuell innhøsting kategori.

2

Delta i relevante prosjekter og nettverk/fora i regi av Etisk Handel Norge.

3

SEDEX implementering for oppfølging av prioriterte leverandører.

4

Avtale og gjennomføre bedriftsinternt kurs for produktavdelingen (innkjøp og produksjefer) i regi av Etisk Handel Norge.

5

Dyrevelferdsprosjekt - lage plan for kartlegging og oppfølging av prioriterte leverandører.

6

Få kunnskap om kartlegging og oppfølging av klimaregnskap for verdikjeden.





# 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.oluf.no/samfunnsansvar>

---

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

Vårt arbeid med samfunnsansvar og miljø er publisert på bedriftens hjemmeside.

Vår policy er vedtatt av styret, som gir en forpliktelse til å blant annet gjennomføre aktsomhetsvurderinger med hensyn på påvirkning på mennesker og miljø. Vi ønsker å ha en ansvarlig innkjøpspraksis, og alle våre eksisterende og nye leverandører må signere Etske retningslinjer for leverandører slik at vi sammen setter krav og forplikter oss til å respektere samfunn, mennesker, miljø og dyrevelferd. Alle våre kunder skal føle seg trygge på at vi selger mat av god kvalitet gjennom hele verdikjeden, og at varene er produsert og bearbeidet på en ansvarlig måte.

Vår policy ligger tilgjengelig på våre hjemmesider, og er tilgjengelig for alle.

---

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

Vår policy er utviklet etter mal fra Etisk Handel Norge. Den er vedtatt av styret, og forankret i ledergruppen.

---

## 1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Innkjøpssjef har formelt og overordnet ansvar for å drive arbeidet med bærekraftig forretningspraksis framover. Ansvar for operativt oppfølging er gitt til den som har Stillingstittelen "Ansvarlig for bærekraftig forretningspraksis". Bedriften har egen Miljøgruppe, som består av økonomisjef, driftssjef, HMS-ansvarlig og kontorleder, og ledes av Miljø- og bærekraftsansvarlig. Andre tilgjengelige ressurser for miljøgruppa er Innkjøpssjef, IT sjef og selgerleder. Miljøgruppa har jevnlige møter gjennom året.

---

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

På bedriftens hjemmeside har vi en egen side som heter Samfunnsansvar. Her publiserer vi oppdateringer relatert til Etisk Handel og Miljøfyrtårn. I stillingsbeskrivelsen Ansvarlig for bærekraftig utvikling, er det definert ned både ansvar, myndighet, arbeidsoppgaver, samt kompetansekrav. Dette for at vi skal kunne drive arbeidet med bærekraftig forretningspraksis videre fremover. Det rapporteres direkte til den personen i ledelsen som har overordnet ansvar for bærekraftig utvikling. Jevnlig holdes det også møter i bedriftens Miljøgruppe.

---

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

For å få god nok kompetanse til å gjennomføre dette arbeidet, prioriteres det blant annet å delta på kurs og webinarer hos Etisk Handel Norge. Her er det mange interessante tema som tas opp, og hvis vi har spørsmål, har vi en rådgiver som kan bistå med gode råd og tips. Prioritere oppdateringer og gjennomganger internt på avdelingsmøter.

Det er også jevnlige møter i miljøgruppen, hvor vi gjennomgår status på tema som kan falle inn både under Miljøfyrtårnarbeidet, og arbeidet med Etisk Handel.

---

## 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?

Bedriften har hatt en strategi med delmål, som gjennomgås med egen arbeidsgruppe, og godkjennes av ledergruppe. Vi har ikke kommet i mål på alle punkter. I sommer ble det ansatt en ny person, som også har ansvar for alt arbeid rettet mot Etisk Handel Norge og bærekraftig forretningspraksis. Det har i løpet av høsten blitt jobbet med intern opplæring. For kommende år har bedriften satt opp en del konkrete mål, hvor noen av målene er rettet mot bedre opplæring og kunnskap innad i bedriften, mens andre mål er rettet mer mot direkte gjennomføring av oppgaver.

Oluf Lorentzen AS er sertifisert som Miljøfyrtårn, og har i den sammenheng en handlingsplan knyttet til klima, miljø og bærekraft.

Alle våre handlingsplaner er forankret i styret og bedriften.

---

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

Handlingsplaner for inneværende og neste år gjennomgås på slutten av hvert år med ledergruppen, sammen med HMS- og miljøhandlingsplan. Gjennomførte tiltak går også gjennom med ledergruppen på samme tidspunkt. To ganger i året er det gjennomgang av handlingsplanen med status og videre tiltak.

---



## 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?

Da vårt arbeid med Aktsomhetsvurderinger trådte i kraft, måtte vi ta en runde med alle eksisterende leverandører, og vi presenterte våre etiske retningslinjer. Det fremkommer her at vi forventer at også våre leverandører og samarbeidspartnere målrettet og systematisk etterlever våre retningslinjer, og derunder også temaene innen bærekraftig forretningspraksis som omhandler grunnleggende krav til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, antikorrupsjon, dyrevelferd og miljø. På oppfordring fra Oluf Lorentzen AS kan våre leverandører bli bedt om å dokumentere hvordan de og deres underleverandører arbeider for å etterleve retningslinjene. Leverandører med høy risiko utfra risikovurderingen, følges tettere opp.

Vi har faste møter med de største leverandørene våre, og flere av leverandørene kommer på besøk til oss gjennom året. Våre leverandører kommer fra store deler av Europa, så Oluf Lorentzen AS avtaler også gjerne møter med våre leverandører når vi treffes på ulike messer rundt om i verden. Naturlig nok har vi hyppigere forretningsmøter og samtaler med de store leverandørene våre, i forhold til de mindre. De fire største leverandørene har vi 1/2-årlige møter med, og da deltar både ledelsen, innkjøperne og salgsavdelingen. Siden vi er et selskap som importerer "spesielle" matvarer av god kvalitet, har vi samarbeid med mange leverandører, og enkelte av disse er små leverandører som er spredt geografisk. Mye kommunikasjon går naturlig nok via epost, samt møter på teams.

Før vi inngår avtale med nye store leverandører, er vi på besøk hos bedriften for å ta en titt på forholdene hos den aktuelle leverandør. Slik sikrer vi at leverandøren kan stå inne for det de sier. Når det er enighet om kontrakten, får også leverandøren tilsendt våre etiske retningslinjer og må signere på denne.

Link til retningslinjene: <https://www.oluf.no/samfunnsansvar>.

---

## 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?

Større fokus fra flere kunder, som tydeliggjør viktigheten for arbeid med bærekraft også for bedriftens ledelse og nøkkelpersoner (som key account manager). Det ble utført en stor risikokartlegging i 2022, og vi har også gått gjennom risikokartleggingen for 2023. Vi har ikke hatt store endringer i vår leverandørportefølje, så utgangspunktet er ganske likt som året før.

I 2023 ble det ansatt en ny person som nå har fått ansvaret for Bærekraftig forretningspraksis, og ved hjelp av flere hjelpemidler og nye systemer, vil vi jobbe mer målrettet med vår risikokartlegging i 2024. Oluf Lorentzen AS har ikke egen produksjon av varer, så vi er kun et mellomledd, men vi ser som nevnt over, at flere av våre store kunder setter større krav til sine leverandører igjen, hvilket betyr at vi må opprettholde vårt arbeid, og stadig se på nye områder vi kan forbedre oss og videreformidle dette til våre leverandører, enten de befinner seg i Norge, Europa, eller utenfor Europa. Og dette er et skritt i positiv retning for alle.



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.

CREMA  
CLASSICA

## 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
Risiko for utnyttning av arbeidere i italiensk tomatproduksjon	Lønn Arbeidstid Regulære ansettelses	Italia
Risiko for dårlig dyrevelferd i produksjon av ost og spekemat i Sør-Europa.	Dyrevelferd	Sør-Europa

Vi har tatt utgangspunkt i vår største leverandør, som også holder til i et land vi vet det har vært utfordringer i tidligere, og som vi fremdeles har søkelyset på. Viktig å sikre arbeidsmiljøet til arbeiderne.

I tillegg ser vi at det i flere europeiske land kan settes mer fokus på dyrevelferd. Vi importerer både meieriprodukter i form av ost, og spekemat.

## 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 har utført en overordnet risikovurdering på landnivå, ved bruk av kilder som [www.transparency.org](http://www.transparency.org), [Unicef](http://Unicef.org), [worldanimalprotection.org](http://worldanimalprotection.org), [maplecroft.com](http://maplecroft.com) og [ituc-csi.org](http://ituc-csi.org) og [www.eurogroupforanimals.org](http://www.eurogroupforanimals.org).

Vi har også gjort en kartlegging av våre leverandører ved hjelp av egenrapporteringsskjemaer for å gi større innsikt i risiko. Risikokartleggingen gjøres årlig. Vi har 230 leverandører verden over, og må derfor prioritere ut ifra resultatene fra risikovurderingen. Oluf Lorentzen AS har valgt disse områdene som en prioritet, fordi vi handler med leverandører som har stor omsetning, og vi vet at det tidligere har vært utfordringer innen blant annet tomatproduksjon i Italia. Gjennom vår samarbeidsavtale med leverandørene, har vi en mulighet til å bidra positivt i henhold til arbeidernes arbeidsforhold, selv om vi i den totale sammenheng er en liten aktør for leverandøren.

Oluf Lorentzen AS er en stor importør av både ost og kjøtt, og har ut ifra risikokartleggingen valgt å sette opp dyrevelferd. Dette er et område som får stadig mer fokus, og vi ser at vi her trenger mer informasjon og oppfølging mot våre leverandører. Dyrevelferd har vært et lite prioritert område for mange produsenter, men nå kommer også ny lovgivning fra EU, som vil bidra til mer oppmerksomhet og vil kunne forebygge den negative påvirkningen.

For inneværende år har vi sett på leverandører fra risikoområder og produksjonsland vi er kjent med at kan ha utfordringer.

I løpet 2024 skal vi gjøre en mer detaljert risikokartlegging av våre leverandører, og spesielt de leverandører vi ser har utfordringer i forhold til vår aktsomhetsvurdering. Dette er satt på vår handlingsplan for bærekraftig forretningspraksis for 2024. Gjennom bedre arbeidsverktøy ønsker vi å få mer detaljert informasjon, også fra lokale kilder hvis mulig. Da blir dette gjennomganger og oppdateringer vi vil gjøre på årlig basis.

---

## 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**

Siden vi har leverandører fra hele verden, som igjen har produksjon av ulike råvarer fra hele verden, så er vi kjent med at det vil være råvarer som kommer fra risikofylte områder, selv om vi ikke har beskrevet dette i første runde. Grunnen er at dette står for en så liten del av innkjøpene at vi anser vår mulighet til å påvirke risiko som liten her, og vi konsentrerer oss derfor om leverandører hvor vi er en større kunde basert på salgsvolum.

Oluf Lorentzen AS er i gang med å kartlegge natur- og miljøpåvirkning i egen virksomhet, og har satt fokus på bedre opplæring og videreformidling innenfor områder i egen bedrift når det gjelder blant annet tiltak for å redusere restavfall (inkludert mål for sorteringsgrad), matsvinn og en reduksjon i bilparkens klimautslipp. Vi har også satt fokuset på å redusere strømforbruket i eget hus. Dette er oppgaver som også er satt på agendaen i forbindelse med at vi er Miljøfyrtårn sertifisert.





### 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>Risiko for utnyttning av arbeidere i italiensk tomatproduksjon</b>
<b>Overordnet mål :</b>	Basert på informasjonen vi har fått gjennom risikokartleggingen, må vi sette oss ned og se på hver enkelt leverandør vi har samarbeid med.
<b>Status :</b>	Gjennomført en risikokartlegging i samarbeid med medlemsrådgiver hos Etisk Handel Norge, og denne informasjonen vil nå benyttes aktivt.
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	Vi vurderer å gjennomføre revisjon eller leverandørbesøk (fysisk eller virtuelt) og kartlegge leverandørens oversikt og systemer for oppfølging av gårdene. Sette tiltak for å redusere risiko i system.

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

Dialog og samarbeid med aktuelle leverandører, samt gjennomgang og oppfølging av dokumentasjon fremlagt av leverandør.

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

Leverandørene har signert på vår "Etske retningslinjer for leverandører" så vi forventer at de kan fremlegge informasjonen vi ber om. Vi vil fortsette å ha god dialog med våre italienske leverandører, og ha jevnlig fysiske eller digitale møter, samt på messer.

Vi vil gå gjennom dokumentasjonen og vurdere ytterligere tiltak som leverandørbesøk eller bransjesamarbeid. Vi vil også oppdatere minimumskriteriene for de aktuelle leverandørene etter behov.

<b>Prioritert negativ påvirkning/skade</b>	<b>Risiko for dårlig dyrevelferd i produksjon av ost og spekemat i Sør-Europa.</b>
<b>Overordnet mål :</b>	Gjøre en nærmere kartlegging av faktiske forhold og ta tak i det som eventuelt kartlegges.
<b>Status :</b>	Utført; Gjennomført en risikokartlegging i samarbeid med medlemsrådgiver hos Etisk Handel Norge.
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	Sette tiltak for å redusere risiko i system. Samle mer detaljert informasjon, og vurdere egne kriterier for Dyrevelferd.

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

Dialog og samarbeid med aktuelle leverandører, samt gjennomgang og oppfølging av dokumentasjon fremlagt av leverandørene. Norge har strengere regler for dyrevelferd enn resten av EU, så vi må dele informasjon om vårt regelverk med våre leverandører.

For innværende år vil vi kartlegge status blant våre største leverandører og utarbeide en liste med krav for å øke bevisstheten og arbeidet med dyrevelferd. Vi ønsker statusrapporter om dyrevelferd fra våre leverandører. Hvilket betyr at leverandørene igjen må innhente informasjon fra sine produsenter.

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

Vi forventer at våre leverandører retter seg etter gjeldende regelverk, og vil sende ut informasjon om hvilke krav vi som norsk importør må forholde oss til.

Vi forventer da å få en god dialog med våre utvalgte leverandører, hvor økt kunnskap og bevisstgjøring er første seg på veien. Basert på informasjonen vi får tilbake, vil vi kunne jobbe videre mot produsentene.

Vi vil gå gjennom dokumentasjonen og vurdere ytterligere tiltak som leverandørbesøk eller bransjesamarbeid. Vi vil også oppdatere minimumskriteriene for de aktuelle leverandørene etter behov.

## 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

Fokus på produkter med bærekraftig profil, f.eks. økologiske varer, og smarte og miljøvennlige emballaseløsninger, spesielt ved nye varer.

For kommende år vil vi kartlegge og lage rutiner for fyllingsgraden på varer til videresalg. Måle er å øke fyllingsgraden i salgsenhetene, slik at "luften" i kartongen blir minst mulig, og dermed blir også transportene mer miljøvennlige.

### 3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

Da vi er en ren importør av matvarer, kommer størstedelen av våre klimagassutslipp fra leverandørkjeden. All transport fra våre leverandører i Italia går nå på tog med direkte linje fra Parma til Fredrikstad. Dette gjelder både stykk gods og partigods, og er et raskere alternativ enn lastebil. Dette er også en miljøvennlig transport, da beregninger i følge vår transportør, viser at energiforbruket er ca. 82% lavere og CO2 utslippene 94% lavere, enn tilsvarende transport på vei. Overgang fra biler på fossilt brennstoff til Elbiler, har også bidratt til en reduksjon i klimagassutslipp. Vi vil gjøre undersøkelser i henhold til å kartlegge utslipp i hele vår verdikjede.

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

Fokus på langsiktige leverandørforhold, ha gode betalingsrutiner til leverandører, og tett samarbeid med hensyn på forventninger fra begge parter.

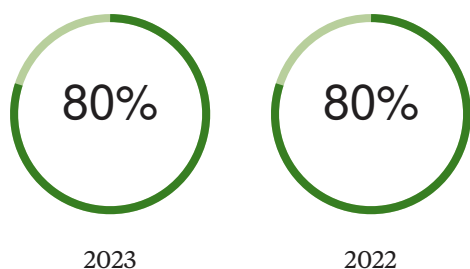
Vi har mange leverandører, og de har ulike krav til oss. Enkelte leverandører ønsker at vi oversender prognoser på forhånd slik at de kan produsere etter dette, noe vi naturligvis gjør. Andre leverandører trenger ikke forhåndsinformasjon fra oss. For enkelte leverandører er vi en veldig liten kunde, hvor våre innkjøp ikke utgjør stor del av deres totalproduksjon.

Ledetider settes av den enkelte leverandør, og Oluf Lorentzen AS retter seg etter ledetidene til våre leverandører, slik at det ikke skal bli noe ekstra tidspress i produksjonsprosessen.

For 2024 har vi satt opp som mål, at alle våre innkjøpere og produktsjefer skal delta på kurs i bærekraftig innkjøpspraksis.

## Indikator

Andel av bedriftens leverandører som bedriften har hatt forretningsforhold med i mer enn tre år

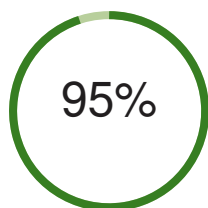


Oluf Lorentzen ønsker gode og langvarige samarbeidsforhold med sine leverandører, hvilket både sikrer stabilitet i vår verdikjede, og sikrer at forbruker for varer av god kvalitet. Over 50% av våre leverandører har vi

hatt forretningsforhold med i over 10 år.

---

### Andel leverandører som har bekreftet at avtalt ledetid er tilstrekkelig



2023

Det er våre leverandører som setter ledetiden for produksjonen, og vi forholder oss til den i henhold til bestilling av varer.

---

### 3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Ref 3.B.1. Fokus på produkter og leverandører med bærekraftig profil der det er mulig, spesielt ved nye varer og leverandører. Kartlegging av leverandører, samt implementering og tydeliggjøring av policy-er og retningslinjer for leverandører vil være fokus i 2024, hvor vi også vil sette noen måltall.

Pr. i dag er mange av våre leverandører sertifisert innenfor ulike områder, og ved hjelp av gode hjelpemidler, vil vi jobbe for å få en full oversikt over alle sertifiseringene.

---

### 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 jobbes med en oppdatert leverandørkontrakt, som vil omhandle både miljøkrav og krav i forbindelse med bærekraftig forretningspraksis. I tillegg finner vi krav i vår eksisterende policy.

---

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

De ansvarlige for bærekraftig forretningspraksis har gjennom året deltatt på webinarer og kurs i regi av Etisk Handel. Det har også vært en gjennomgang av risikokartleggingen i samarbeid med vår kontakt i Etisk Handel. Det er satt inn ekstra ressurser internt for å jobbe mer aktivt med Bærekraftig forretningspraksis videre.

---

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

Vi har vår policy i bunnen som sier at "Oluf Lorentzen AS, 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 forventer også at våre leverandører har samme innstilling.

---

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

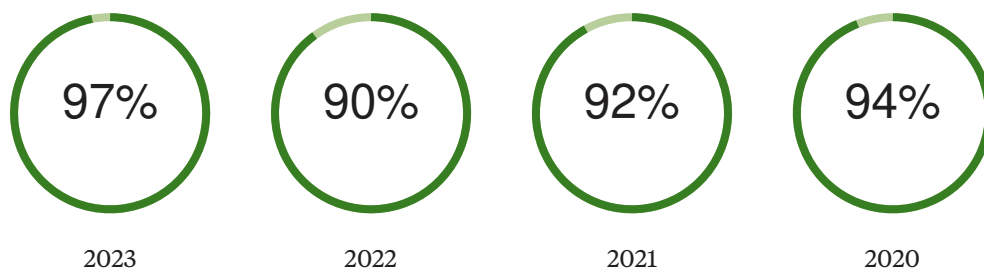
Utarbeidet policy knyttet soya og palmeolje, da dette er råvarer sterkt knyttet til bærekraftutfordringer. Vi har kun 1 vare i vårt sortiment som inneholder palmeolje som ikke er sertifisert.

Bedriften har en klar målsetning om å øke andelen miljøsertifiserte leverandører til egen drift. Vi har også som mål å redusere restavfall og øke sorteringsgraden på dette. I 2023 ble bilparken oppdatert til kun å inneholde Elbiler som et ledd i Scope 1.

---

## Indikator

### Andel produkter i portefølje med palmeolje, hvor palmeolje er bærekraftssertifisert



Enten RSPO sertifisering (Segregated, Identity preserved, Mass Balance), eller Greenpalm.



## 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:**

Miljø- og bærekraftsansvarlig, samt innkjøpssjef innehar dette ansvaret, for å overvåke effekten og resultatene av iverksatte tiltak. Vi har årlig gjennomgang av risikoanalyser og resultatene fremkommer blant annet i rapporten til Etisk handel. Miljøgruppen har møter hvert halvår, med oppsummering av tiltak og effekter så langt. Her deltar også ansvarlig for bærekraftig forretningspraksis. Vi har også møter internt i bedriften, hvor vi tar en rask statusoppdatering. Vi har også jevnlig møter og samtaler med våre leverandører, hvor aktuelle tema kan tas opp. Innkjøpsavdelingen har egne avdelingsmøter hvor innkjøpere/produksjefer og toll/transportavdelingen deltar.

---

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

Mange av våre importører kan vise til ulike sertifiseringer, og vi har langvarige kundeforhold med disse leverandørene. Ved å signere på våre etiske retningslinjer, samt informere oss om sine egne retningslinjer, kan vi se om det er behov for ekstra tiltak fra vår side. Våre største leverandører har også bekreftet at de har oversikt over hvor varene produseres og hvor råvarene kommer fra. Dette er preventivt for hele verdikjeden. I henhold til utarbeidelse av ny leverandørkontrakt i 2024 vil det bli vurdert behovet for flere retningslinjer og minimumskriterier, som sikrer at vi kan identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning. Siden Oluf Lorentzen AS i hovedsak er en importør av varer, så vil vi ha en lang leverandørkjede som i enkelte tilfeller strekker seg fra bonden som eier kuene, eller dyrker jorden, til fabrikken som bearbeider råvarene og produserer det ferdige produktet. Det vil derfor være vært ufordrende for oss å ha 100% oversikt over alle innsatsfaktorer i leverandørkjeden.

A rustic dining table setting. In the foreground, a wooden basket filled with several loaves of crusty bread sits on a dark tablecloth. To the right, a white plate holds a round of cheese with a yellow label that reads "d'alsace affiné en alsace", some cured meats, and a small wooden spoon. A glass of amber liquid is also visible. The background shows a wooden chair with a yellow cloth draped over it, against a wooden wall.

## 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 har i rapporteringsåret ikke hatt noen hendelser, men ved mistanke om negativ påvirkning eller skade, så tas det skriftlig og muntlig kontakt med den aktuelle leverandør, og dialog opprettes. Eventuelle hendelser i forbindelse med produkter tas også med den aktuelle leverandør og våre kunder, og det legges ut info på våre hjemmesider.

I vår aktsomhetsvurdering har vi definert områder hvor vi anser risikoen kan være høy. Dette kommuniseres blant annet gjennom vår årlige rapport til Etisk Handel, samt at den endelige rapporten er offentlig tilgjengelig på vår hjemmeside, og dermed tilgjengelig både for leverandører og forbrukere.

---

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

Vår årlige rapport til Etisk handel Norge; Rapporten om dette arbeidet ligger offentlig tilgjengelig. Vårt medlemskap i Etisk handel Norge er publisert på bedriftens nettside. Miljørapport publiseres også på bedriftens hjemmeside. Vårt ansvar er beskrevet i bedriftens offentlige policy for bærekraftig forretningspraksis, samt foreligger i de Etiske retningslinjene som kommuniseres med leverandører. Tilfeller hvor det oppdages negativ påvirkning/skade, følges tett opp med aktuell leverandør, som må dokumentere håndteringen.

---

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

Ansatte i bedriften er informert om at alle henvendelser skal gå til kvalitetskonsulent/bærekraftsansvarlig i bedriften. Bærekraftsansvarlig vil besvare og følge opp hendelser sammen med relevante ansatte, som produktsjefer og innkjøpssjef. Vår Redegjørelse for Åpenthetsloven ligger tilgjengelig på vår hjemmeside, med kontaktinfo for publikum.





## 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

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 står også i vår Oluf Lorentzen AS sin policy, og i policy signert av våre leverandører.

---

#### Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Vi har ikke avdekket noen saker i rapporteringsåret som har krevet 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

Samarbeid med rettslige eller ikke-rettslige mekanismer, som eksempel Norges kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv.

Kontakte Etisk Handel Norge for bistand for vurdering av potensiell negativ påvirkning.

Våre leverandører forplikter seg til via våre Etiske retningslinjer følgende;

På oppfordring fra Oluf Lorentzen AS må leverandøren kunne dokumentere hvordan de selv, og eventuelt underleverandører, arbeider for å etterleve retningslinjene. Det kan gjøres ved oppfølgingssamtaler og/eller kartlegging av arbeidsforholdene på produksjonssted. Dersom Oluf Lorentzen AS ønsker å kartlegge underleverandører med hensyn til etterlevelse av retningslinjene, plikter leverandøren å tillate en slik kartlegging og å oppgi navn og kontaktopplysninger på disse.



Kontaktinformasjon:

Oluf Lorentzen AS

Marit H. Larsen, ansvarlig for bærekraftig forretningspraksis

[mala@oluf.no](mailto:mala@oluf.no)