



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis

# Redegjørelse rapporteringsåret 2025

for BRYNILD



*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til BRYNILD oppfyller våre krav til basisnivå. Les mer om basisnivå [her](#).*





## FNs BÆREKRAFTSMÅL



## Til lesere av rapporten

Næringslivet, offentlig sektor og organisasjoner har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr. Virksomheter bidrar til utvikling, innovasjon og bedre levekår, men aktiviteten medfører også risiko og reell skade. Derfor har virksomheter en nøkkelrolle i arbeidet for å nå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5-gradersmål. Dette gjøres best i samarbeid. Etisk handel Norge er en medlemsorganisasjon og flerpartssamarbeid med næringsliv, fagbevegelse, arbeidsgiverorganisasjoner, sivilsamfunn og offentlig sektor som sammen adresserer de komplekse utfordringene i de globale leverandørkjedene som den enkelte virksomhet ikke kan løse alene.

Åpenhet, ansvarlighet og kontinuerlig forbedring er grunnleggende i dette arbeidet. Denne medlemsrapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men favner bredere temaer som klima, miljø og antikorrupsjon. Vårt rammeverk bygger på FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger – internasjonale anerkjente standarder som ligger til grunn for Etisk handel Norges 13 prinsipper for bærekraftig forretningspraksis. Disse prinsippene omfatter menneskerettigheter, anstendig arbeid, miljø/klima, dyrevelferd og antikorrupsjon.

Alle medlemmer i Etisk handel Norge er forpliktet til å gjennomføre risikobaserte aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på fremdrift i et eget arbeid. Virksomheter på vårt kvalitetsnivå Basis tilfredsstillter åpenhetslovens krav til redegjørelse om aktsomhetsvurderinger. Medlemmer kan også strekke seg etter nivåene Gjennomfører og nå i 2026 Ledende.

Gode aktsomhetsvurderinger handler ikke om å være «risikofri», men om å være transparent og systematisk: å identifisere risiko, forebygge og redusere negativ påvirkning, kommunisere åpent om håndtering og – der det er nødvendig – bidra til gjenoppretting.

Jeg vil takke alle medlemmer for innsatsen, åpenheten og viljen til å bidra til ansvarlige leverandørkjeder. Sammen viser vi hvordan ansvarlig handel kan være til det beste for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

**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

For meg som daglig leder, eier og representant for femte generasjon Brynildsen handler bærekraft om å ta vare på det vi har fått ansvar for, og utvikle det videre på en måte som også styrker konkurransekraften vår. Som familieeid kategori- og merkevarebygger innen godteri og nøtter, med produkter som møter forbrukerne mer enn 70 millioner ganger i året i Norge, Sverige og Finland, er dette ansvaret både konkret og omfattende.

Brynild har siden starten i 1895 bygget bedriften stein for stein, med ansvarlighet og vilje til forbedring som grunnmur. For oss er bærekraft ikke et sideprosjekt, men en forutsetning for å lykkes over tid. Derfor sier vi det enkelt: For oss i Brynild er bærekraft konkurransekraft.

Som familiebedrift jobber vi systematisk med å styrke bærekraften i hele verdikjeden, fra råvarer og produksjon til ferdige produkter i butikk. Dette arbeidet samler vi under begrepet «god ettersmak». Det handler om hvordan vi tar ansvar i praksis, gjennom aktsomhetsvurderinger, tydelige krav til leverandører og oppfølging av risiko og tiltak.

I året som gikk tok vi nye, konkrete steg. Vi reduserte matsvinnet i egen produksjon med 20 prosent, og siden 2020 har vi redusert våre CO<sub>2</sub>-utslipp med 56 prosent. Dette er resultater av målrettet arbeid over tid, og et uttrykk for hvordan vi jobber med kontinuerlig forbedring i praksis.

Samtidig vet vi at vi ikke lykkes alene. Gjennom tett samarbeid med leverandører, kunder og partnere arbeider vi for mer ansvarlige råvarekjeder og smartere ressursbruk. Medlemskapet i Etisk Handel er en viktig del av dette arbeidet, og bidrar til struktur, retning og videre utvikling i tråd med anerkjent beste praksis.

Bærekraftarbeidet vårt er forankret i tydelige prioriteringer og konkrete tiltak, blant annet innen redusert matsvinn, mer bærekraftig emballasje, økt gjenvinningsgrad og ansvarlige leverandørkjeder. Dette er områder hvor vi har påvirkningskraft, og hvor vi sammen med våre partnere kan gjøre en reell forskjell.

I Brynild er bærekraft et felles ansvar. Våre medarbeidere er avgjørende for å lykkes, og det er i det daglige arbeidet vi skaper fremgang. Vi skal fortsette å forbedre oss, ta ansvar og stille tydelige krav til oss selv og til dem vi samarbeider med.

Vi har kommet et stykke på vei, men vi er langt fra ferdige. Det gir motivasjon for arbeidet videre.

**" For oss i Brynild er bærekraft lik konkurransekraft! "**

Anders Brynildsen  
*Brynild-sjef*

# Styrets signatur

Denne rapporten er signert elektronisk. Se siste side for verifikasjon.

# Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

## Nøkkelinformasjon om virksomheten

### Navn på virksomheten

BRYNILD

### Adresse hovedkontor

Mosseveien 1-3, 1610 Fredrikstad

### Viktigste merker, produkter og tjenester

Brynild har skapt smaksgleder for liten og stor siden 1895. Vi er et familieeid, moderne og utviklingsorientert næringsmiddelselskap med hovedkontor og 3 fabrikker i Fredrikstad. I tillegg har vi Sverige som vårt andre hjemmemarked med full verdikjede fra fabrikk i Årjäng til butikk. 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 er 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 en godterifabrikk i Årjäng, Sverige. Brynild eies, nå som før, av familien Brynildsen.

Bedriftens øverste ledelse består av et styre og en ledergruppe. Organisasjonen har følgende områder; Innovasjon og produktutvikling, innkjøp, produksjon og vareforsyning, merkevare- og kategoriutvikling, salg og kunder. I tillegg fellesfunksjonene kvalitet, HR, teknologi, finans og bærekraft. I Brynild jobber vi tverrfaglig og bærekraft styres opp av eget bærekraft-team satt sammen av relevante representanter fra ledergruppen, marked, kvalitet, emballasje, innkjøp, produktutvikling, finans, HR, salg og forsyning. Samhandling i verdikjeden er sentralt i alt vi gjør fordi det øker konkurransekraften.

### Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 015 000 000

### Antall ansatte

219

### Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

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

Ingen

---

**Navn, tittel for kontaktperson for rapporten**

Ståle Riddervold, Markeds- og Innovasjonsdirektør

---

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

stale.riddervold@brynild.no

---

## Informasjon om leverandørkjeden

### Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Brynild har sitt hovedkontor og produksjonsanlegg i Fredrikstad. I tillegg til 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 som trengs 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 arbeidstakers rettigheter.

Aktsomhetsvurderinger i verdikjeden omfatter innkjøp til alle produksjonsanlegg for disse innkjøpskategoriene: Råvarer, emballasje og underleverandører.

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

---

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

103

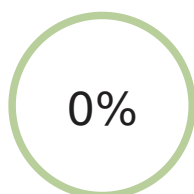
---

### Kommentar til antall leverandører

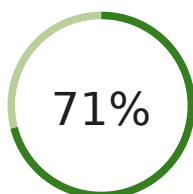
Antall leverandører er alle som har fakturert leveranser til Brynild i rapporteringsåret.

---

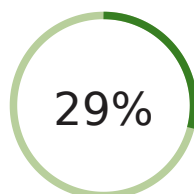
### Type innkjøp/ leverandørforhold



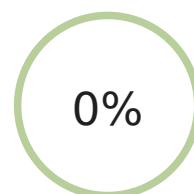
Helt/delvis egeid  
produksjon



Innkjøp direkte fra  
produsent

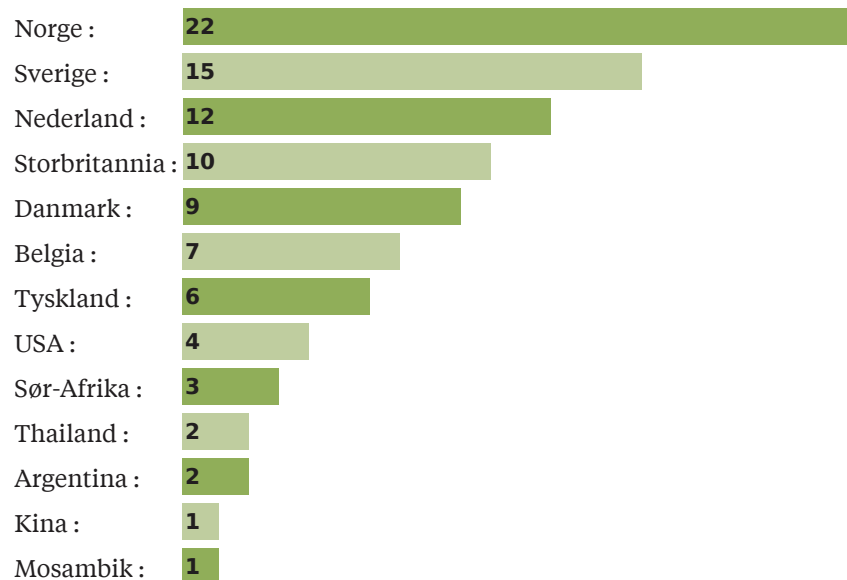


Innkjøp via  
agent/mellomledd/  
importør/merkevare  
leverandører



Annet

### Liste over førsteleddsprodusenter per land



### Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

#### Antall arbeidere

#### Kommentar til antall arbeidere

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

<b>Sukker</b>	Danmark Sverige
<b>Kakao</b>	Elfenbenskysten Ghana
<b>Cashew</b>	Mosambik Vietnam
<b>Vegetabiliske Oljer</b>	Danmark Sverige
<b>Stivelse (kornbasert)</b>	Den europeiske union
<b>Pappemballasje</b>	Norge Den europeiske union
<b>Plast</b>	Den europeiske union

**Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?**

Nei

---

## Mål og fremdrift

### Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

**Mål:** Redusere svinn av råvarer og emballasje i forbindelse med produksjon av nøtter, godteri og sjokolade.

**Status:** Redusert med (2,7 til 2,1 %)

2

**Mål:** Ekstern tilgjengelig varslingskanal der både ansatte, forbrukere og andre i verdikjeden enkelt og anonymt kan varsle om eventuelle kritikkverdige forhold i bedriften eller vår verdikjede. Denne varslingskanalen vil være lett tilgjengelig og synlig på våre nettsider.

**Status:** Utført

3

**Mål:** Utvikle og gjennomføre bærekraftstrategien God Ettersmak basert på funn i Dobbel Vesentlighetsanalyse gjennomført i 2024.

**Status:** Pågående, viderefører som mål i 2026

4

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

**Status:** Utført

5

**Mål:** Videreføre vår målsetning om kun bruke fiberbaserte materialer fra bærekraftige kilder sertifisert gjennom FSC e.l. i egenproduserte merkevarer.

**Status:** Pågående, Status 2025: 96%  
Viderefører som mål i 2026

## Prosessmål for kommende år

1

Videreføre målsetting om å redusere svinn av råvarer og emballasje i forbindelse med produksjon av nøtter, godteri og sjokolade.

2

Videreutvikle og fortsette gjennomføring av bærekraftstrategien God Ettersmak basert på funn i Dobbel Vesentlighetsanalyse gjennomført i 2024.

3

Videreføre vår målsetning om å og kun bruke fiberbaserte materialer fra bærekraftige kilder sertifisert gjennom FSC e.l. i egenproduserte merkevarer.

4

Etablere og implementere prosesser for relevante råvarer i tråd med EUDR

5

Redusere vårt CO2-avtrykk for internt transporter



# 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 styringsystemer 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 og miljø?

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 etiske retningslinjer 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.no/samfunnsansvar](https://www.brynild.no/samfunnsansvar). Brynild er også medlem i Etisk Handel Norge. Arbeidet knyttet til aktsomhetsvurderinger i våre verdikjeder er godt forankret i ledelse og styret.

I 2024 gjennomførte vi en grundig Dobbel Vesentlighetsanalyse der vi sammen med våre interessenter fikk bekreftet at våre prioriterte fokusområder for rapportering og videre arbeid er riktige.

---

### 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.

Policyen er tilgjengelig for alle våre medarbeidere, både via nettsider og internt intranett, og forankret i hele bedriften.

Policyen er forankret i ledergruppen, som har det overordnede ansvaret for etterlevelse og oppfølging i tråd med våre retningslinjer for ansvarlig næringsliv.

---

## 1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Det overordnede ansvaret for bærekraft er underlagt Daglig leder, men alle ansatte på Brynild-laget har bærekraftsansvar. Markeds- og Innovasjonsdirektøren har ansvaret for bærekraftstrategien og det tverrfaglige bærekraft-teamet samt kommunikasjonen. Markeds- og Innovasjonsdirektøren rapporterer til Daglig Leder og er en del av ledergruppen.

Aktsomhetsvurderinger involverer mange avdelinger i bedriften, inkludert vår fabrikk i Sverige. Innkjøpsdirektør er ansvarlig for aktsomhetsvurderinger og risikokartlegging knyttet til Åpenhetsloven og våre leverandører. Innkjøp i Brynild er sentralisert i egen avdeling. Prosedyren eies av Innkjøpsdirektør. Innkjøpsdirektør inngår i selskapets ledergruppe og rapporterer til daglig leder. Funn fra aktsomhetsvurderingene rapporteres til bærekraft-teamet og ledergruppen.

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 insentivordninger?

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

Vi har gjennom året fortsatt implementert aktsomhetsvurderinger 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?

Egne ressurser er ansvarlig for oppdatert kunnskap gjennom medlemskapet i Etisk Handel Norge og andre relevante nettverk og samarbeid. Innkjøpsdirektør og leder for bærekraft sørger sammen for å involvere relevante ressurser, slik at relevante prosedyrer, risikovurderinger og policyer knyttet til aktsomhetsvurderinger er kjent og aktuelle

## 1.C. Planer og ressurser

### 1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn, dyr og miljø forankret i 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 nært knyttet til overordnet strategi 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.

I vår Dobbel Vesentlighetsanalyse har vi forankret fokusområdene i God Ettersmak ytterligere for å sikre veien videre med å integrere bærekraft i bedriften fra strategi til handling. Det har ikke dukket opp noen nye vesentlige påvirkninger, risikoer eller muligheter utover det vi allerede har hatt med oss i God Ettersmak.

---

### 1.C.2 Hvordan følges strategier og planer for bærekraftig forretningspraksis opp av ledelse og styre?

Arbeidet med fokusområdene i bærekraftstrategien God Ettersmak måles og følges opp i ledergruppen.

I det tverrfaglige teamet diskuterer man fremdrift på målsetninger og aktiviteter. Det er også et fora der medlemmene deler kunnskap fra sine fokusområder slik at det kan formidles videre ut til berørte/relevante avdelinger. På 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 leverandører og forretningsforbindelser

### 1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av bærekraftig forretningspraksis i møte med leverandører og forretningsforbindelser?

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

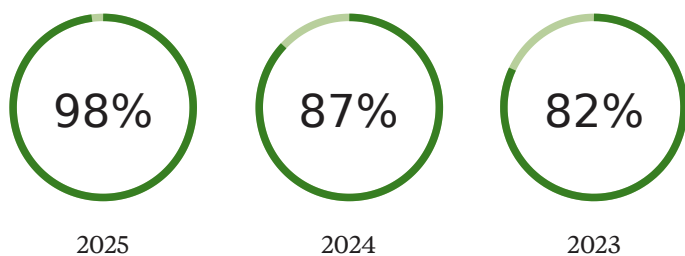
Vår kommunikasjon og samhandling innenfor dette området er i hovedsak basert på egenerklæringsskjema og aktsomhetsvurderinger knyttet til mennesker, miljø og samfunnsansvar.

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**



## 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?

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 stadig 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.

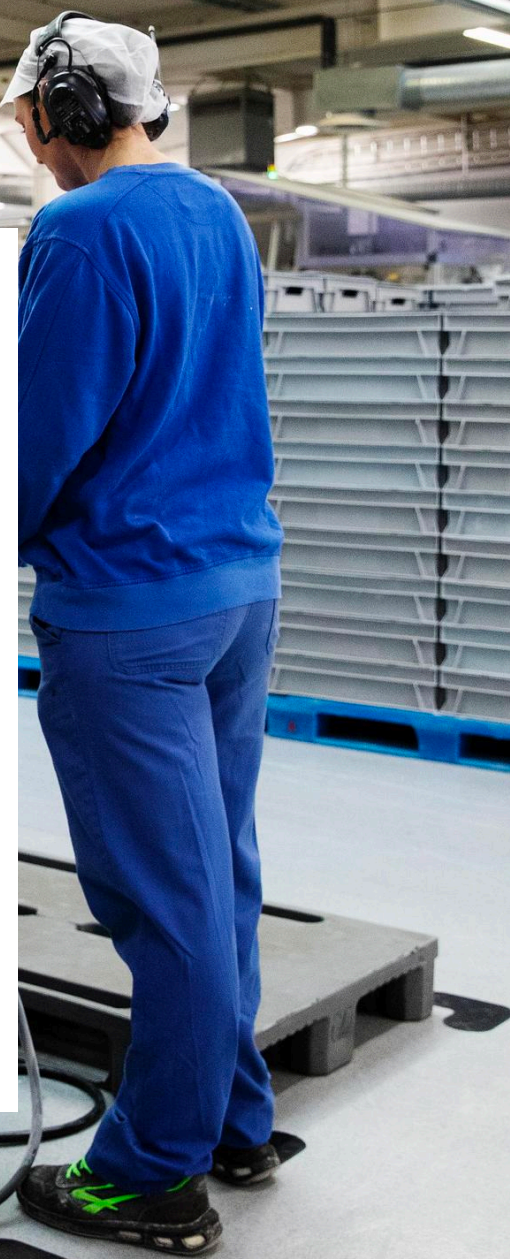
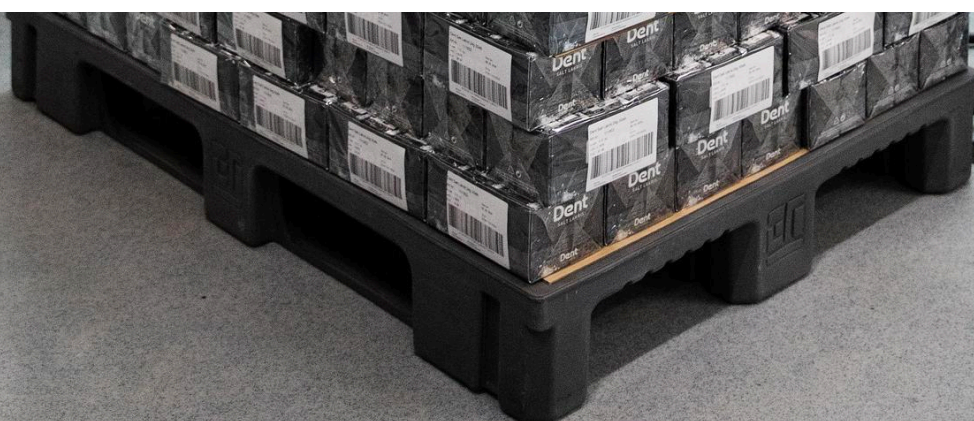


2

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. Involvement 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 prioritert risiko for potensiell og/ eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Prioritert risiko	Relatert tema	Geografi
Cashew	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Helse, miljø og sikkerhet Regulære ansettelser Miljø	Mosambik Vietnam
Kakao	Helse, miljø og sikkerhet Miljø Avskoging	Elfenbenskysten Ghana
Plastemballasje	Miljø Avfall Materialbruk	Sverige Den europeiske union

##### Cashew:

Vi har prioritert vårt arbeid med cashew fra Mosambik. Det vil fortsatt være fokus for å sikre drift av cashewfabrikken og bidra til at barn av ansatte har trygghet ved å benytte seg av tilbudet som vi finansierer.

##### Kakao:

Kakao er identifisert som en risikoråvare og inngår også nå i EUs forordning om avskogingsfrie produkter (EUDR). Produktet er samtidig en råvare som generelt er forbundet med risiko. Derfor er kakao fortsatt på vår prioriteringsliste.

##### Plastemballasje:

Brynild har tatt Plastløftet og jobber hvert eneste år med tydelige målsetninger for å redusere, gjenbruke og tilrettelegge for gjenvinning. I tillegg jobber vi med et prosjekt sammen med Norges Vel med støtte fra Handelens Miljøfond for å redusere mengden plast og senere erstatte plastpottene på Cashew stiklingene med bio bags.

## 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 risikoen ble identifisert og prioritert b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i kartleggingen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert d) om det er identifisert områder hvor det er manglende informasjon for å vurdere risiko og hvordan dere vil gå frem for å få mer informasjon om dette.**

I arbeidet med vår bærekraftstrategi GOD ETTERSMAK har vi gjennomført en Dobbel 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 (krenkelser) mennesker og miljø og 4) hvilke påvirkningsmuligheter vi har.

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 uopprettelighet samt hvor sannsynlig den negative påvirkningen vil kunne inntreffe.

Foruten erfaringer og tverrfaglig kontinuerlig arbeid, er alle leverandører vurdert på generell landrisiko ved hjelp av ekstern objektiv kilde fra Etisk Handel.

For våre risikoland gjør vi en årlig gjennomgang av "endringer i risiko, siste periode" ved hjelp av Amnesty International Report Human Rights (yearly report), sammen med andre kilder som for eksempel Fairtrade, Norges Vel og Rainforest Alliance. Risiko oppdateres så fort vi er kjent med endringer i sektor og/eller land.

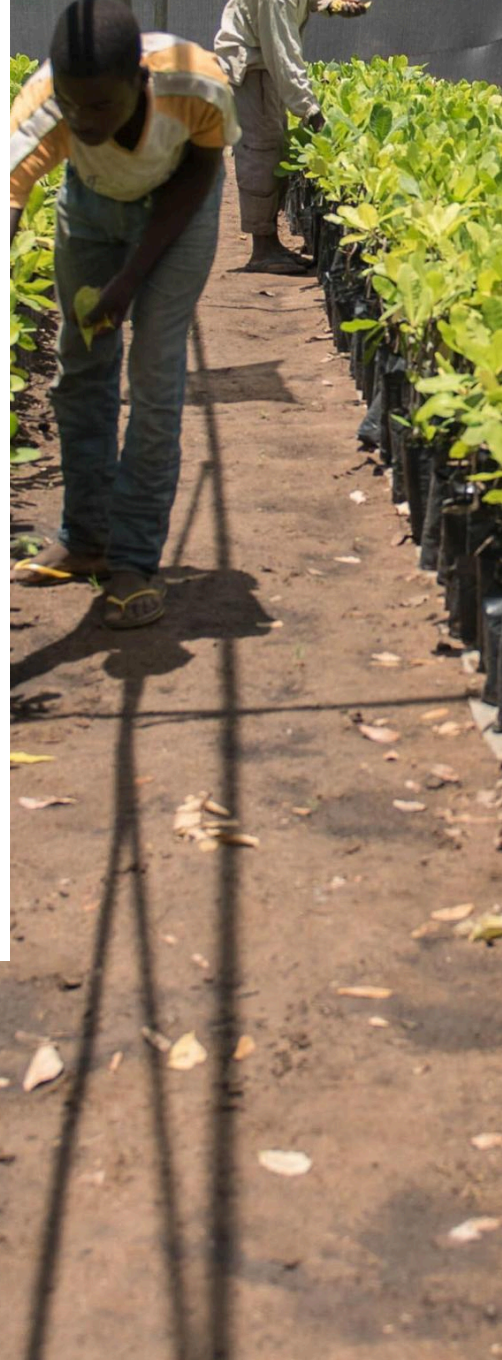
Våre aktsomhetsvurderinger i verdikjeden omfatter innkjøp til våre produksjonsanlegg (Norge og Sverige). Følgende innkjøpskategorier er inkludert: Råvarer, emballasje og handelsvarer/produksjonspartnere. Manglende informasjon om våre leverandører vil bli etterspurt ved hjelp av oppdaterte spørreskjema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

---

## ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

**2.A.3 Beskriv annen risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, samfunn og miljø som ble identifisert men ikke prioritert, og hvordan disse er håndtert**

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 Beskriv mål og status for de tiltakene virksomheten har iverksatt for å redusere prioritert risiko

<b>Overordnet mål :</b>	<b>Cashew</b>  Vi i Brynild har som mål å drive en langsiktig, bærekraftig og sunn virksomhet hvor ansvar for mennesker, samfunn og miljø står sentralt.
<b>Status :</b>	Pågår
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	1. Redusere risikoen for kjøp fra Vietnam

#### Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

1. Avhengigheten til Vietnam er redusert.
2. Det er inngått avtale om leveranser fra Mosambik med opsjon for økt volum, forutsatt at leverandøren får tilgang til råvarer fra lokale bønder og kooperativer.
3. Vi planlegger å oppdatere status for de sosiale forhold ved hjelp av revisjon utført av f.eks fra SA8000, BSCI eller SMETA

#### Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, 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.

	<b>Kakao</b>
<b>Overordnet mål :</b>	<p>Vi i Brynild har som mål å drive en langsiktig, bærekraftig og sunn virksomhet hvor ansvar for mennesker, samfunn og miljø står sentralt.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. All kakao som anvendes inn i våre produkter skal være sertifisert basert på Rainforest Alliance sertifisering.</li> <li>2. Vår kakao skal være i henhold til EUDR.</li> </ol>
<b>Status :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oppnådd</li> <li>2. Påbegynt, fullføres i ht regulativ EUDR</li> </ol>
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. All kakao som anvendes inn i våre produkter er sertifisert basert på Rainforest Alliance sertifisering, og revideres av en ekstern revisor i løpet av 2024.</li> <li>2. Vi skal fortsette å følge opp våre leverandører av kakao slik at de er i stand til å levere i henhold til kravene i EUDR.</li> </ol>

**Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :**

1. 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.
2. Vi har dialogmøter med leverandørene og fått bekreftet en fremdriftsplan på arbeidet med å møte kravene i EUDR.

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

1. Alle nye kakao- og sjokoladeprodukter skal være sertifisert med RA, og revideres av en ekstern revisor i løpet av 2025.
2. Vi forventer at all kakao som leveres Brynild fom 2026 leveres i henhold til kravene i EUDR.

	<b>Plastemballasje</b>
<b>Overordnet mål :</b>	Vi i Brynild har som mål å drive en langsiktig, bærekraftig og sunn virksomhet hvor ansvar for mennesker, samfunn og miljø står sentralt. Jobbe målrettet for å Redusere vårt totale emballasjeforbruk, samt tilrettelegge for Gjenbruk og Gjenvinning av vår emballasje. Levere på Plastløftet.
<b>Status :</b>	Utført. Vi har levert resultater på alle tre punkter i Plastløftet. I året 2025 har vi spart 3,4 tonn plast og gjort 14 tonn plast bedre egnet for gjenvinning i tillegg til å endre til gjenvunnet plast der det er mulig.
<b>Mål i rapporteringsåret :</b>	Vi har jobbet med konkrete prosjekter for flere av våre merkevarer for å oppfylle kravene i Plastløftet, samt våre målsetninger for emballasjeforbedringer.

#### Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Som en del av ansvarlig verdikjede har Brynild satt konkrete mål for emballasje. Vi jobber kontinuerlig med å redusere, samt tilrettelegge for gjenbruk og gjenvinning. I Brynild ønsker vi å kontinuerlig redusere vårt plastforbruk, jobbe systematisk mot høyere andel av gjenvinnbar plastemballasje, samt anvende gjenvunnet 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 gjenvunnet plast i emballasjen. Vi har fått godkjent Plastløftet for rapporteringsåret 2025 med innrapporterte tall for arbeidet. Som en leverandør av matvarer er det samtidig viktig at vår emballasje er laget slik at den, ved endringer, opprettholder eller øker holdbarheten, tar hensyn til kvalitet og matsikkerhet, og derav reduserer matsvinn.

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

Vi fortsetter å jobbe systematisk med våre emballasjeprosjekter. Dette vil fortsette å bidra til at vi når målene vi har satt oss for å redusere, samt legge til rette for gjenbruk og gjenvinning av emballasje. Vi skal jobbe videre med målsetningene i Plastløftet, være aktive i nettverk for å øke kompetansen internt og eksternt.

For året 2025 kan vi se tilbake på flere tiltak som har hjulpet oss nærmere målsetningen:

- Redusert plastforbruk gjennom endring av emballasjeformater og tykkelse på emballasjematerialer innenfor flere av våre produktkonsepter
- Jobbet med materialenes egnethet for gjenvinning innenfor konsepter fra Brynild og Den Lille Nøttefabrikken

Til sammen har vi i 2025 **spart 3,4 tonn plast** og gjort **14 tonn plast bedre egnet for gjenvinning** i tillegg til å **endre til gjenvunnet plast der det er mulig**.

## 3.B Andre tiltak for å håndtere risiko for negativ påvirkning/skade

### 3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

Vi reduserer negativ påvirkning av natur og miljø med våre egne produksjonsprosesser og ansvarlig verdikjede. I 2024 utførte vi Dobbel Vesentlighetsanalyse for å sikre fremdriften i vår bærekraftige strategi 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 våre 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. Gjennom Plastløftet har vi forpliktet oss til å årlig rapportere våre tiltak for å redusere plast, gjøre plasten mer egnet for gjenvinning, samt ta i bruk gjenvunnet plast der vi har mulighet. 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:

- Samlet har vi redusert klimagassutslippene i Scope 1 og 2 med 56% siden basisåret vårt, 2020. Hoveddriveren er betydelig redusert bruk av fossilt brensel og investeringer i mer energieffektive løsninger. Det er også investert i mer ressursbesparende produksjonsutstyr. Det bidrar til lavere energibruk og redusert vannforbruk per produserte enhet. Effektiv drift er ikke bare god økonomi – det er også god klimapolitikk.

- Vi har investert i energieffektive prosjekter for reduksjon av forbruk av både energi og vann i produksjonsprosessene våre
- 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 vårt plastforbruk, samt gjort en høyere andel av våre plastmaterialer bedre egnet for gjenvinning
- Økt sorteringsgraden og redusert vårt restavfall

Dobbel Vesentlighet Analysen vi har gjennomført legger også grunnlag for mer datainnsamling i tiden som kommer slik at vi også får bedre kontroll på Scope 3 for våre utslipp i 2026 og videre fremover.

### 3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis

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 tillit 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 BRCS sertifisering for mattrygghet og FSC har vi også Rainforest Alliance sertifisert all vår sjokolade. 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 mot brudd av menneskerettighetene.

For cashew, har Brynild i mer enn 12 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. 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, arbeidstakerrettigheter, 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 leverandørgodkjenningprosessen

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 deltok på kurs i aktsomhetsvurderinger og arbeidstakers rettigheter allerede i 2016 i regi av OECD – Norges kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv. I tillegg har vi gjennomført internkurs i regi av Etisk Handel i februar 2024.

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 og arbeid med reduksjon av plast ved dyrking av Cashew Stiklingene. Hvert år setter vi KPIer sammen med Norges Vel for arbeidet med Den Lille Nøttefabrikkens fond Nøtter som Nytter.

I tillegg har vi dialog med The Sustainable Nut Initiative (SNI) via vår partner i Tyskland.

---

### **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 godtgørelser 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. Dette informeres det om jevnlig, og det er synlige varslingsplakater flere steder i våre lokaler og fabrikker. Vi har også etablert en ekstern varslingskanal som ligger åpen på våre nettsider der både ansatte, forbrukere og andre i verdikjeden enkelt og anonymt kan varsle om eventuelle kritikkverdige forhold i bedriften eller vår verdikjede.

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 påvirkning**

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.

Medlemskapet i Etisk Handel Norge hjelper oss også å drive bærekraftsarbeidet videre sammen med resten av dagligvarebransjen i Norge.



## 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 og hvordan dette gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger, og hvordan dette 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 bærekraft er underlagt Markeds- og innovasjonsdirektør,. Innkjøpsdirektør og Markeds- og innovasjonsdirektør 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 og/ eller måler effekten av tiltak for å redusere risiko

Overordnet har vi egne målsetninger knyttet til bærekraft som i seg selv skal bidra til måloppnåelse innenfor alle våre fokusområder i God Ettersmak, 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, som for eksempel planting, planteskoler, dannelse av kooperativer osv. I starten på 2025 har det vært en del uroligheter i Mosambik i forbindelse med valget og den politiske situasjonen i landet. Vi er ikke kjent med at våre samarbeidspartnere har vært utsatt for risiko knyttet til våre aktiviteter i landet. Hvert år setter vi KPIer sammen med Norges Vel for arbeidet med Den Lille Nøttefabrikkens fond Nøtter som Nytter.

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.

Basert på vår Dobbel Vesentlighetsanalyse, som omfatter alle Brynilds forretningsområder og operasjoner, har vi involvert deltakere på tvers av selskapets for å sikre en helhetlig tilnærming. Her har vi igjen involvert våre interessenter med dialog og interessentintervjuer for å sikre at vi jobber i riktig retning.

Vi kommuniserer God Ettersmak 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.

Etisk 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: [brynild.no/samfunnsansvar/ansvarlig-verdikjede/apenhetsloven](https://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, og vi har publisert informasjon under samfunnsansvar på våre hjemmesider: [brynild.no/samfunnsansvar/ansvarlig-verdikjede/apenhetsloven](https://brynild.no/samfunnsansvar/ansvarlig-verdikjede/apenhetsloven)

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

# NØTTER SOM NYTTER SELV EN LITEN NØTTEFABRIKK KAN GJØRE STOR FORSKJELL



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

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 2025 hvor det var behov for gjenoppretting.

---

## 6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

### 6.B.1 Beskriv hva virksomheten gjør for å sikre at ansatte og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer

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. I tillegg til tilgjengelig informasjon i vår personalhåndbok om våre rutiner, informeres det fast om varslingsrutiner i forbindelse med gjennomgang av resultater fra medarbeiderundersøkelser. Vi har også godt synlige varslingsplakater rundt omkring i lokalene våre med QR-kode som gir direkte tilgang til varslingskanalen.

Det samme gjelder håndtering av eventuelle klager fra eksterne interessenter som kunder, naboer, forbrukere osv. I 2025 lanserte vi ekstern tilgjengelig varslingskanal der både ansatte, forbrukere og andre i verdikjeden enkelt og anonymt kan varsle om eventuelle kritikkverdige forhold i bedriften eller vår verdikjede. Denne varslingskanalen er tilgjengelig på både norsk og engelsk og synlig på våre nettsider: [brynild.no/varslingsportal](https://brynild.no/varslingsportal)

Alle kan kontakte Brynild og informasjon ligger på våre nettsider: [brynild.no/kontakt](https://brynild.no/kontakt)

Rainforest Alliance stiller også krav til klagemekanismer i verdikjeden: [rainforest-alliance.org/resource-item/grievance-procedure/](https://rainforest-alliance.org/resource-item/grievance-procedure/)

Kontaktinformasjon:

BRYNILD

Ståle Riddervold, Markeds- og Innovasjonsdirektør  
stale.riddervold@brynild.no