



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2019

for Hennig-Olsen Is AS

□



Til lesere av rapporten

Næringslivet spiller en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Et velfungerende og ansvarlig næringsliv bidrar til bærekraftig utvikling gjennom verdi- og jobbskaping, og med nye løsninger på globale utfordringer. Likevel kan virksomheter også medvirke til negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Medlemmer i Etisk handel Norge har derfor forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for å jobbe for mer bærekraftig forretningspraksis.

Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Medlemmene er forpliktet til hvert år å rapportere om hvilke utfordringer de står overfor og hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene. Nå i 2020, er rapporteringsmalen ny og er bygget rundt OECDs modell for aktsomhetsvurderinger. Det er nytt for oss, og det er nytt for våre medlemmer. Det er denne rapporten du sitter med nå. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

Malen for medlemsrapporteringen søker å svare på forventningene til arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Rapporteringen til Etisk handel Norge dekker vesentlige elementer i rapporteringsrammeverket til Global Report Initiative (GRI) og kan benyttes som framdriftsrapport til Global Compact.

Heidi Furustøl

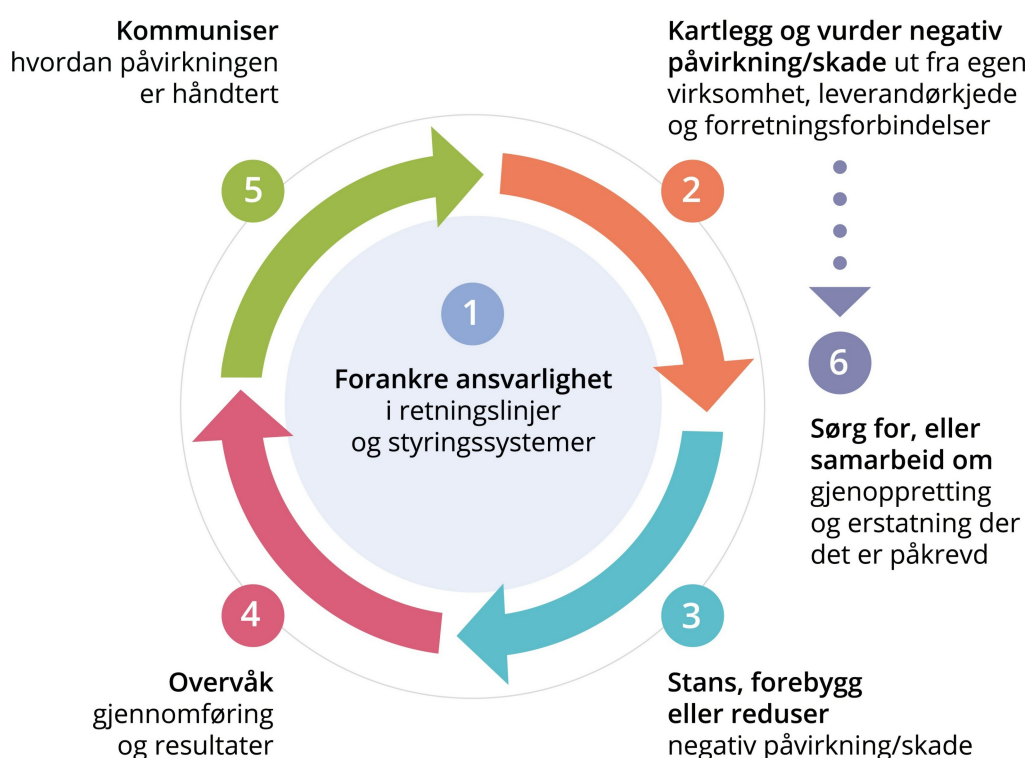
Daglig leder

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

Som en bedrift med høy kjennskap og en sterk merkevare kan våre holdninger og aksjoner ha stor innvirkning i samfunnet og kulturen vår. Derfor ser vi det som vår plikt å opptre og stå frem på en mest mulig eksemplarisk måte, og drive utviklingen i en positiv retning. Derfor jobber vi med å kombinere sunn drift med et tydelig ansvar for samfunn og miljø. Vi har som mål om å minimere fotavtrykket vårt, og for å oppnå dette jobbes det med flere bærekraftige tiltak i tråd med FNs bærekraftsmål. Vi har spesielt fokus på følgende mål: 3. God helse, 12. Ansvarlig forbruk og produksjon, 13. Stoppe klimaendringene, 17. Samarbeid for å nå målene.

Medlemskap i Etisk Handel Norge innebærer å ta tak i utfordringer i egen leverandørkjede, og å rapportere om status og fremdrift av arbeidet. I de siste årene har fokus vært på å få oversikt over risikobildet i vår leverandørkjede og etablere gode rutiner for oppfølgingsarbeidet. Dette er et krevende og grunnleggende arbeid i vår bransje som vi vil fortsette å ha fokus på i 2020.

Melkeråvarene vi bruker er norske. Fløte får vi fra norske kuer og egg får vi fra frittgående, norske høner. Men i utfordrende råvaremarkeder som kakao, sukker, fett og vanilje, stilles det høye krav til oss og til våre samarbeidspartnere. Som familiebedrift er etikk og ansvarlighet en naturlig del av vårt verdisett. For å bekjempe korrupsjon, har vi utarbeidet et sett med verdier og leveregler i tillegg til våre etiske retningslinjer for innkjøp.

I alle år har Hennig-Olsen Is vært en arbeidsplass preget av inkludering og solidaritet. Med ansatte fra over 20 land er vi som en global liten landsby i oss selv. I mer enn 50 år har vi arbeidet aktivt for å skape en norsk arbeidsplass med mangfold, fordi vi er overbevist om at mangfold bidrar til å styrke kulturen og skaperkraften i bedriften vår. I fjor bidro våre medarbeidere gjennom en intern kampanje til at 1000 nepalesere fikk synet tilbake. I år og tre år fremover får vi anledning til å hjelpe mennesker som kanskje trenger hjelp aller mest. Vi har valgt å samarbeide med Leger Uten Grenser fordi mange av våre arbeidskollegaer kommer fra land og regioner som har vært utsatt for konflikter eller naturkatastrofer. Men også fordi organisasjonen drar dit nøden er størst, og hjelper de som trenger det mest. Leger Uten Grenser er en uavhengig organisasjon og nyter høy tillit for arbeidet sitt.

Vi har også signert Plastløftet, et initiativ fra Grønt Punkt, hvor målet er å øke bruk av resirkulert plast, unngå unødvendig bruk av plast og designe for å øke gjenvinning av plast. Noen av våre resultater så langt er at vi har kuttet 12 tonn krympeplast fra småis, 50 tonn plast fra dessertis-emballasje og i 2020 blir all småisemballasje fra Hennig-Olsen Is 100 % resirkulerbar. Fremover vil vi gjøre enda flere tiltak for å oppnå mer sirkulær emballasje og minimalt plastforbruk. Som forlengelse av initiativet har vi også sett på alt av markedsmateriell og gått over til resirkulert plast der det er mulig, og andre mer bærekraftige materialer der det er mulig. Dette arbeidet fortsetter vi med i takt med at flere alternativer kommer i markedet.

Som en aktør hvor sukker og fett naturlig inngår i våre produkter ser vi det også som naturlig at vi er opptatt av å bidra positivt til folkehelsen. Vi har derfor signert en intensjonsavtale med myndighetene og matbransjen. I den forbindelse jobber vi med å redusere mettet fett og tilsatt sukker i våre produkter. I slutten av 2019 oppnådde vi målsettingene vi hadde satt for 2021. Sukkerandelen ble redusert med 3 % mens andelen mettet fett gikk ned med 5 % sammenlignet med 2018.

Hos oss i Hennig-Olsen Is er kvalitet ingen tilfeldighet. Vår virksomhet er sertifisert i henhold til ISO-standardene 9001:2015 (kvalitet), 14001:2015 (miljø) og GFSI / FSSC 22000:2005 (mattrygghet). Vi er også sertifisert i henhold til Global Food Safety Initiative (GFSI), samt konkrete kundestandarder for kvalitet og mattrygghet, arbeidsmiljø, ytre miljø og etikk. I tillegg er vi stolt medlem i Klimapartnere Agder.

" Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. I Hennig-Olsen Is har vi en

ambisjon om å drive en sunn virksomhet preget av ansvar for mattrygghet, medarbeidere, samfunn og miljø. Slik møter vi fremtidens muligheter og utfordringer på best mulig måte. "



Paal Hennig-Olsen
Adm. Dir.

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Hennig-Olsen Is AS

Adresse hovedkontor

Vesterveien 51, Hannevika, 4613 Kristiansand

Viktigste merker, produkter og tjenester

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

Beskrivelse bedriftens struktur

Hennig-Olsen Is er et familieeid aksjeselskap. Øverste ledelse består av et styre og en ledergruppe. Bedriften er ellers oppdelt i følgende områder: produksjon, marked, salg, økonomi og supply chain og fellesfunksjoner HR, forretningsutvikling, og lean. For mer informasjon, se organisasjonskart.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

928 000 000

Antall ansatte

270

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering (fusjoner, oppkjøp eller lignende)

Ingen

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Hanne Jørgensen

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

Hanne.Jorgensen@hennig-olsen.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Innkjøpsfunksjonen i HOI består av 4 personer, og er organisert under SupplyChain.

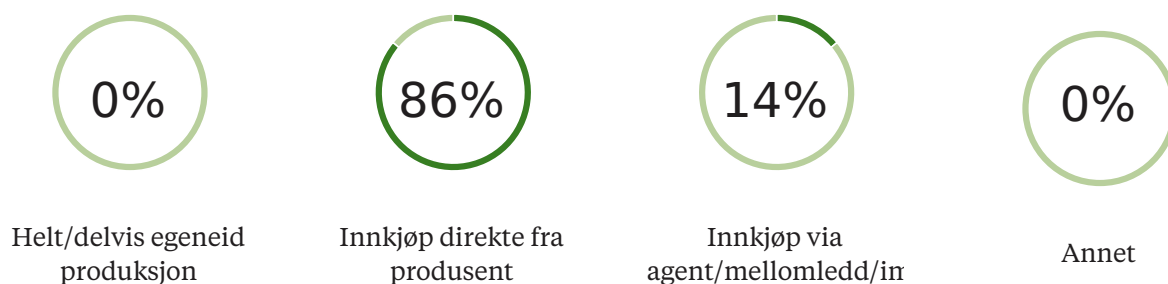
Vi har en del leverandører av råvarer og emballasje som er kritiske for produksjon av våre produkter. Disse er omfattet av denne rapporten.

Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

87

Kommentar til antall leverandører

Type innkjøp/ leverandørforhold



Liste over førsteleddsprodusenter per land

Norge :	12
Danmark :	8
Nederland :	7
Sverige :	6
Tyskland :	6
Singapore :	1

I tillegg har vi 20 leverandører fra ulike land i Europa.

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

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

NA

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Melkeråvarer	Norge
Sukker	Sør-Amerika Sentral-Amerika Den europeiske union
Vanilje	Madagaskar Karibia
kakao	Afrika
Fett	Sørøst-Asia Den europeiske union
Pappemballasje	Norge
Plast	Sverige

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål : Gjennomføre revisjon hos 5 leverandører av risikoråvarer i henhold til vår leverandørgodkjenningsprosedyre (inkludert vår Code of Conduct)

Status : Ikke gjennomført som følge av at langvarig sykefravær hos nøkkelpersoner førte til knappe ressurser

2

Mål : Kommunikasjon for 2019:
Gjennomføre kommunikasjon av etisk handel internt og eksternt iht redaksjonsplan

Status : Ikke gjennomført på grunn av manglende ressurser

3

Mål : Opplæring og kompetanse:
Minst en ny ressursperson skal tilegne seg nødvendig kompetanse innen det interne arbeidet med etisk handel

Status : Ikke gjennomført på grunn av manglende ressurser

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Oppfylle bærekraftstrategien vår

2

Kommunikasjon for 2020:
Gjennomføre kommunikasjon av etisk handel internt og eksternt iht redaksjonsplan

3

Mål for 2022:
Oppfylle Etisk Handel Norges minimumsnivå for medlemmer



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av bærekraft i virksomheten handler om å ha relevante policyer og retningslinjer på plass, og effektive styringssystemer for implementering av disse. Sentralt i dette er virksomhetens arbeid med aktsomhetsvurderinger. Det vil blant annet si å ha strategier og planer for hvordan virksomheten identifiserer og håndterer virksomhetens negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø, også gjennom forretningsforbindelser og i leverandørkjeden. Gjennom å håndtere dette på en god måte bidrar virksomheten til oppnåelse av bærekraftsmålene. Tydelig forventning fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Arbeid med bærekraft bør være en integrert del forretningsdriften. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

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

Vi er opptatt av å bidra til handel som fremmer bærekraftig utvikling. Som virksomhet har Hennig-Olsen Is stor påvirkningskraft som vi kan bruke positivt. Derfor jobber vi med å påvirke våre leverandører og samarbeidspartnere til å kombinere god drift med et tydelig ansvar for samfunn og miljø. I utfordrende råvaremarkeder som kakao, sukker, fett og vanilje, stiller dette ekstra høye krav til oss om å følge opp leverandører.

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

1.A.2 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Medlemskap i Etisk handel Norge ble vedtatt i ledergruppa og godkjent i styret våren 2014. Vi har en egen arbeidsgruppe internt som arbeider med etisk handel i det daglige arbeidet. Våre etiske retningslinjer for innkjøp er en integrert del av leverandørgodkjenningens prosedyren. Det betyr at alle våre leverandører må signere våre etiske retningslinjer (CoC) for å få levere varer til oss. Videre er samfunnsansvar forankret som et eget fokusområde i vår overordnet selskapsstrategi.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Ledergruppa og styret har overordnet ansvar for bedriftens bærekraftstrategi. I tillegg har vi en ressurs som har fagansvar for bedriftens samfunnsansvar. For øvrig er arbeidet organisert i en egen intern arbeidsgruppe for etisk handel som er satt sammen på tvers av funksjoner. Dette for å sikre at vi får med og ivaretar flere aspekter/problemstillinger ved etisk handel, samt at dette sprer kunnskap og kompetanse om temaet internt.

I februar 2020 ble bærekraftig forretningspraksis flyttet til team forretningsutvikling. Som følge av denne endringen er det startet en intern prosess for å tydeliggjøre hva bærekraftig forretningspraksis er for oss i Hennig-Olsen Is samt hvilke områder vi skal ha fokus på i kommende strategiperiode. Dette arbeidet er godt i gang, men ikke ferdigstilt ennå og vil påvirke hvordan vi jobber med etisk handel fremover.

Uavhengig av dette er rapporteringsrutiner for arbeidet med etisk handel etablert som en årlig aktivitet. Fremdrift rapporteres direkte til Ledergruppa. Det gjennomføres periodisk oppfølging av leverandører hvor data lagres i eget leverandøroppfølgingssystem. Når det gjelder råvarer og emballasje, har vi lang erfaring med å sikre disse i henhold til en rekke interne og eksterne kvalitetskrav, hvor etisk handel er ett av oppfølgingspunktene.

1.B.2 Hvordan blir ansatte gjort klar over at virksomheten skal være bærekraftig, og betydningen det har for de ansattes stilling og arbeidsoppgaver?

Både generell og målrettet opplæring for alle ansatte er styrt via vårt kvalitetssystem gjennom stillingsinstrukser og opplæringsplaner. Her er også all relevant informasjon tilgjengelig for alle ansatte. I tillegg jobber vi med å fornye en digital opplæringsplattform hvor generell opplæring for alle ansatte ivaretas. Bærekraft er et sentralt tema i den nye opplæringsmodulen. Dette vil gjelde både for nyansatte og ansatte for øvrig.

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

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

Tidligere har vi sikret dette gjennom kompetansekartlegging. Ut fra nye krav i ny rapporterings mal, trenger vi en ny gjennomgang av dette.

1.C. Planer og ressurser

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

Vi har konkrete handlingsplaner for miljøarbeidet. Egen miljøpolitikk med miljømål. for øvrig er arbeidet forankret gjennom etablerte prosedyrer og rutiner i vårt kvalitetssystem, som for eksempel våre verdier, etiske retningslinjer, CoC, personalhåndbok og en rekke andre prosedyrer og rutiner.

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

Som et minimum gjennomføres en årlig gjennomgang, men også ofte per prosjekt.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

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

Vi kommuniserer våre etiske retningslinjer for innkjøp til alle våre leverandører i leverandørgodkjenningprosessen. Hvert 3.år følger vi opp leverandørene iht vårt leverandørgodkjenningsskjema. Videre har vi løpende dialog med våre leverandører.

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

Indikator

Prosent av leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Alle våre leverandører har enten akseptert våre Code of Conduct (CoC) eller vi har akseptert deres CoC på bakgrunn av at de har tilsvarende høye krav som oss.

1.E Erfaringer og endringer

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

Ingen endringer i 2019, men vi er i gang med en intern prosess for å tydeliggjøre hva bærekraftig forretningspraksis er for oss og hvilke områder vi skal ha fokus på i kommende strategiperiode. ref. kommentar under 1.B.1

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

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

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

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

2.A.1 List opp virksomhetens prioritert risiko for negativ påvirkning/ skade for mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Råvarer og emballasje	Tvangsarbeid Barnearbeid Brutal behandling Helse, miljø og sikkerhet Lønn Arbeidstid Miljø Korrupsjon Dyrevelferd	

Det er identifisert følgende risikogrupper i Hennig-Olsen Is sin virksomhet, hvor vi hittil kun har hatt fokus på 1.risikogruppe og undergrupper:

1. Råvarer og emballasje

- Kakao
- Sukker
- Fett
- Nøtter
- Frukt
- Aroma (Vanilje og krydder)
- Fortykningmidler (Stabilisator og emulgator)
- Emballasje

2. Utstyr - Listen er ikke uttømmende

- Frysedisker
- Softis- og milkshake maskiner
- Produksjonsutstyr

3. Arbeidstøy

4. Innkjøpte tjenester

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

2.A.2 Beskriv kort virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og spesifikt hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. Beskriv hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/ dere har snakket med.

En risikogruppe i Hennig-Olsen Is er et område i vår virksomhet som utgjør en utfordring i forhold til etisk handel. Risikogruppene er identifisert/kartlagt på grunnlag av reelle og/eller potensielle utfordringer innenfor menneskerettigheter, arbeidsrettigheter, miljø og/eller korrupsjon i vår leverandørkjede basert på opprinnelsesland og kjente problemstillinger.

For å identifisere risikogruppene, benyttet vi IEHs verktøy til å identifisere risiko på bransjenivå og/eller i enkelte land, i tillegg støttet vi oss til generell kunnskap om kjente problemstillinger og egne erfaringer.

Råvarene registreres i vårt kvalitetssystem og kategoriseres etter risikogrupper. Vi har så langt hatt fokus på å følge opp 1.ledd via leverandørgodkjenningsskjema.

Alle råvarene kommer med et datablad, hvilket gir god tilgang på sporbarhet via informasjonen gitt i databladene (f.eks. opprinnelsesland).

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

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

3.A Stanse, forebygge eller redusere

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

Prioritert negativ påvirkning/skade	Råvarer og emballasje
Overordnet mål :	Redusere etterspørselen etter palmeolje og/eller bidra til all palmeolje som benyttes skal være bærekraftig produsert, med respekt for mennesker, dyr og miljø.
Status :	Siden 2015 er all undøvendig bruk av palmeolje faset ut. En liten mengde palmeolje inngår som en ingrediens i et par ingredienser vi benytter. Denne andelen av palmeolje er bærekraftig produsert og sertifisert i henhold til kriteriene til Roundtable on sustainable palm oil (RSPO).
Mål i rapporteringsåret :	

Utforte tiltak og begrunnelse :

Leverandør har enten faset ut palmeolje fra sine produkter eller gått over til bærekraftig produsert og sertifisert palmeolje.

ANDRE TILTAK FOR Å HÅNDTERE NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE:

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

3.B.1 Reduksjon av miljø- og klimafotavtrykk

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

Via leverandørgodkjenningprosessen følger vi opp vårt 1.ledd

3.B.2 Tilpassing av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Vi har fokus på å ha god leverandørdialog og langvarige leverandørforhold for å skape forutsigbarhet for alle parter.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Alle som leverer produkter til Hennig-Olsen Is må være godkjent iht vårt leverandørgodkjenningsskjema. For detaljer, se vedlegg INK 1.6 Supplier Approval

3.B.4 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

3.B.5 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

3.B.6 Andre planer og utførte tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade

Samarbeid med emballasje leverandører for å optimalisere bruk av råvare, som for eksempel plast og tre. Dette skaper vinn-vinn situasjoner for alle parter ved at ressurser optimaliseres og kunnskap deles.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. 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 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. Virksomhetene må ha rutiner og systemer for å overvåke gjennomføringen og resultatene for å kunne vurdere disse. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger, brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

4.A. Overvåke og evaluere

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

Leverandører må sende oss oppdatert informasjon hvert 3.år. På bakgrunn av vår leverandørgodkjenningprosedyre, blir informasjonen vurdert og leverandøren blir godkjent på nytt dersom informasjonen er tilstrekkelig. Dette arbeidet gjøres i samarbeid med innkjøpsavdelingen og kvalitetsavdelingen.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens og forretningsforbindelsers (f.eks. leverandørers) tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at a large, industrial-style metal pot or pan on a stove. The background is a blurred kitchen setting.

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. Det vil si ekstern kommunikasjon av policyer og retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, inkludert funn og effekt og resultater av tiltakene/aktivitetene.

5.A. Kommunisere eksternt

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

Denne kommunikasjonen er preget av både planlagte dialoger med eksempelvis kunder og leverandører, samt tilfeldige innspill fra øvrige interessenter.

Vi får en del henvendelser fra kunder og interesseorganisasjoner, hvor dialogen ofte tas direkte med de ulike aktørene.

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

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

Vi deler informasjon på vår hjemmeside og i våre some kanaler (instagram og facebook), både i form av tekst og videosnutter.

Vi rapporterer årlig til Etisk Handel Norge.

Ved ulike anledninger, deler vi vår praksis og erfaringer gjennom presentasjoner om vårt arbeid

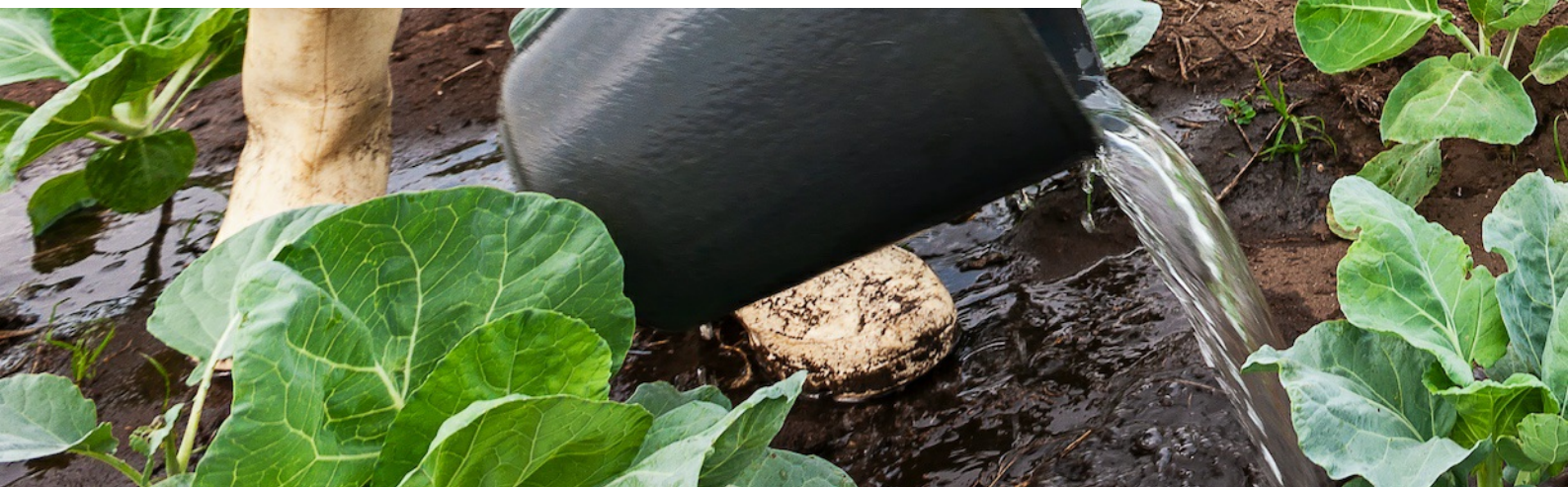
Vi er åpen om egen praksis og alle forespørsler, både interne og eksterne, besvares etter beste evne.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

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



6.A Gjenoppretting

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

Dersom avvik oppstår, forventer vi at det iverksettes tiltak for utbedring av forholdene. Tidsrammen for gjennomføring av tiltakene avtales mellom leverandør og Hennig-Olsen Is. Ved gjentatte brudd på de etiske retningslinjene eller dersom leverandøren ikke viser vilje til å utbedre forholdene vil Hennig-Olsen Is vurdere å avvike sitt kundeforhold til leverandøren eller samarbeidspartneren.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Vi har i 2019 jobbet med våre leverandører for å fase ut egg fra burhøns. Denne jobben kom vi i mål med i 2020.

6.B Tilgang til mekanismer for gjenoppretting

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

Vi har innlemmet dette som et krav i våre etiske retningslinjer for innkjøp (Se vedlegg KVA 1.12), hvor vi sier følgende:

"Våre leverandører skal videre ha et velfungerende system for håndtering av klager knyttet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og korrupsjon. Leverandøren skal sørge for at slike klager kan fremsettes av arbeidere og eksterne parter så som lokalsamfunn og sivilsamfunnsorganisasjoner."

Kontaktinformasjon:

Hennig-Olsen Is AS
Hanne Jørgensen
Hanne.Jorgensen@hennig-olsen.no