

# Signering av ENDELIG Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis - Redegjørelse 2024 HOI.pdf

## Dette dokumentet er signert digitalt av:

|                        |            |                  |
|------------------------|------------|------------------|
| Per Gunnar Laugen      | 11.05.2025 | med Norsk BankID |
| Eva Roselind Nistad    | 08.05.2025 | med Norsk BankID |
| Kenneth Hamnes         | 26.05.2025 | med Norsk BankID |
| Jostein Bjørge         | 11.05.2025 | med Norsk BankID |
| Paal Otto Hennig-olsen | 04.06.2025 | med Norsk BankID |
| Patricia Da C G Medina | 14.05.2025 | med Norsk BankID |
| Inger Johanne Solhaug  | 26.05.2025 | med Norsk BankID |
| Per Gunnar Nyhaven     | 09.05.2025 | med Norsk BankID |





Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig  
forretningspraksis

# Redegjørelse rapporteringsåret 2024

for Hennig-Olsen Is AS

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Hennig-Olsen Is AS oppfyller våre krav til basisnivå. Les mer om basisnivå **her**.*



## Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5 graders mål.

Denne rapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men rapporten favner bredere med klima og miljø, sirkulærøkonomi og antikorrupsjon. Våre medlemmer er forpliktet til å jobbe med aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på arbeidet. Medlemmer i Etisk handel Norge som er på Basisnivå1 oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep Responsible Business Conduct er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. Den systematiske innsatsen virksomheter gjør for å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning, samt rette opp skade for mennesker, dyr, samfunn og miljø – kalles aktsomhetsvurderinger (due diligence). Virksomheter over en viss størrelse er gjennom åpenhetsloven pålagt å gjøre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter. Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger også på samfunn, miljø og dyr og etterleve FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner.

Etisk handel Norges prinsipper (vår Code of Conduct) for bærekraftig forretningspraksis dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Rapporten viser åpenhet om hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger i tråd med UNGP og OECDs retningslinjer. Alle medlemsrapportene gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk handel Norges hjemmesider.

**Heidi Furustøl**

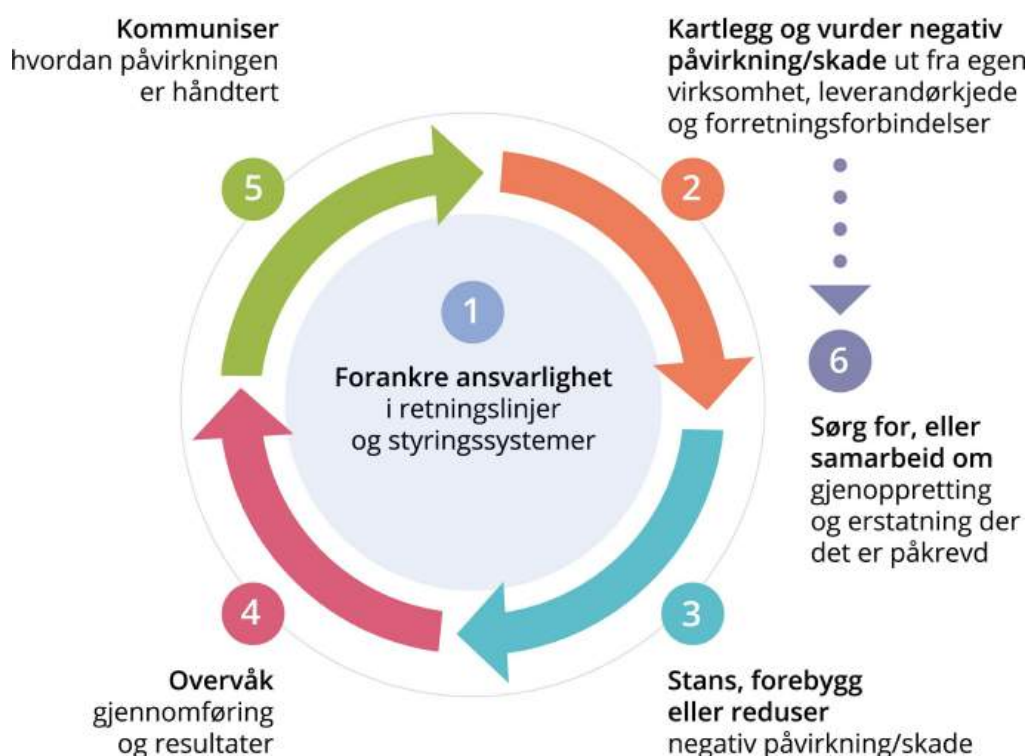
*Daglig leder*

Etisk handel Norge

# Aktsomhetsvurderinger

Denne rapporten er bygget rundt FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Modellen har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig og bærekraftig forretningspraksis. Å være god på aktsomhetsvurderinger betyr ikke at en virksomhet ikke har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, men heller at virksomheten er åpen og ærlig om utfordringer og håndterer dette på best mulig måte i samråd med sine interessenter. Denne rapporten er delt inn i kapitler basert på denne modellen.



# Forord av daglig leder

Siden 1924 har Hennig-Olsen Is levert Kremen av Iskrem til den norske befolkning. I dag er vi en av Norges største produsenter av iskrem. Som produsent er vi en del av utfordringen, men det betyr også at vi er en del av løsningen. Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Derfor jobber vi hver dag for å møte fremtidens muligheter og utfordringer på best mulig måte.

Tilbake i 2021 gjorde vi en omfattende kartlegging av klimaavtrykket vårt sammen med NORSUS (Norsk Institutt for Bærekraftforskning). Målet med arbeidet var å identifisere hvor vi hadde størst potensiale for fremtidig utslippsreduksjon. Med denne innsikten utarbeidet vi en ny bærekraftstrategi, målsettinger og tilhørende handlingsplan som har gitt retning for vårt videre arbeid, også i 2024.

Det siste året har vi brukt betydelige ressurser på å redusere svinnet vårt. Dette arbeidet har vi lyktes godt med. I produksjonen reduserte vi svinnet med hele 25%. Ukurante varer som ikke egner seg for ordinært salg, har vi solgt til svært reduserte priser fra vårt fabrikkutsalg, som åpnet mai 2024. Det betyr at iskrem som tidligere har gått i søpla, nå kan glede både store og små.

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

**" Ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre noe. Derfor jobber vi hver dag for å møte fremtidens muligheter og utfordringer på best mulig måte. "**

Paal Hennig-Olsen  
*Adm. Dir.*

# Styrets signatur

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

# Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

## Nøkkelinformasjon om virksomheten

### Navn på virksomheten

Hennig-Olsen Is AS

### Adresse hovedkontor

Vesterveien 51, Hannevika, 4613 Kristiansand

### Viktigste merker, produkter og tjenester

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

### Beskrivelse av virksomhetens struktur

Hennig-Olsen Is AS (heretter Hennig-Olsen) produserer og selger iskrem og frosne desserter og er lokalisert i Kristiansand kommune. I tillegg har selskapet regionskontorer i Bergen, Haugesund, Tromsø, Oslo og Trondheim. Hennig-Olsen forvalter og utvikler et av Norges sterkeste merkenavn. Virksomheten består hovedsakelig av produktutvikling, merkevarebygging, produksjon, salg og markedsføring av iskremprodukter. Det arbeides kontinuerlig med nyskapning og kvalitetsforbedrende tiltak både når det gjelder produkter og i virksomheten ellers. All distribusjon skjer gjennom grossist.

Vi har et eget tverrfaglig Bærekraftsteam, sammensatt av funksjoner fra bedriftens ulike avdelinger.

### Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 241 000 000

### Antall ansatte

316

### Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

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

**Navn, tittel for kontaktperson for rapporten**

Ingrid Helmersen Muff, Leder Bærekraft

---

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

Ingrid.H.Muff@hennig-olsen.no

---



## Informasjon om leverandørkjeden

### Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

I Hennig-Olsen er innkjøpsfunksjonen en del av avdelingen Supply Chain, sammensatt av et dedikert team på fem personer. Vi har tre innkjøpere i teamet, som er ansvarlig for råvarer, emballasje og handelsvarer.

Vår produksjon av iskrem og frosne desserter er avhengig av et bredt spekter av råvarer og emballasje, hovedsakelig anskaffet fra produsenter i Norden og Europa. Handelen skjer både direkte mellom Hennig-Olsen og produsenter, og via agenter.

Vi jobber for å ha langsiktige og stabile relasjoner med våre leverandører. Dette anser vi som essensielt for å sikre kvalitet, pålitelige leveranser, forutsigbarhet, tillit og åpenhet i våre forretningsforbindelser.

---

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

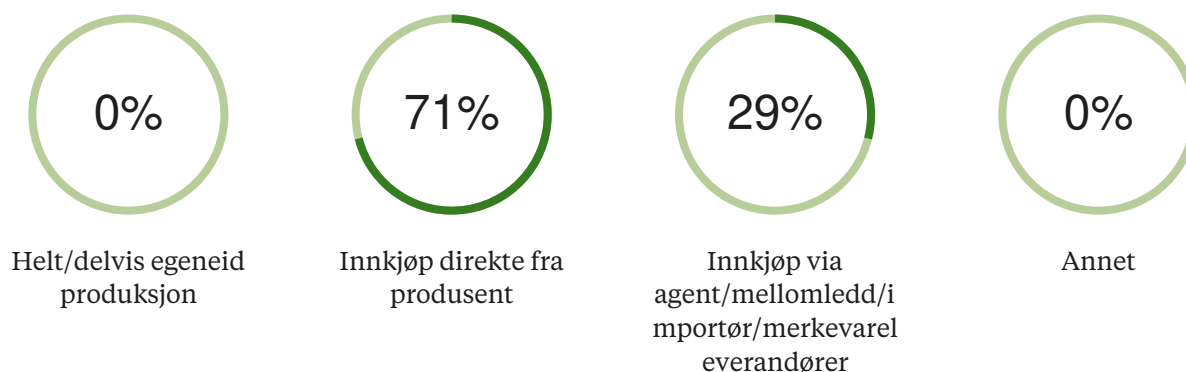
88

---

### Kommentar til antall leverandører

---

### Type innkjøp/ leverandørforhold



---

### Liste over førsteleddsprodusenter per land

|             |    |
|-------------|----|
| Norge :     | 34 |
| Danmark :   | 11 |
| Nederland : | 6  |
| Sverige :   | 8  |
| Tyskland :  | 5  |
| Italia :    | 5  |

---

### Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

---

#### Antall arbeidere

#### Kommentar til antall arbeidere

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

|                       |                  |
|-----------------------|------------------|
| <b>Melkeråvarer</b>   | Norge            |
| <b>Sukker</b>         |                  |
| <b>Vanilje</b>        | Madagaskar       |
| <b>Kakao</b>          |                  |
| <b>Fett</b>           |                  |
| <b>Pappemballasje</b> | Norge            |
| <b>Plast</b>          | Norge<br>Sverige |

#### Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

## Mål og fremdrift

### Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

**Mål:** Opplæring rundt bedriftens aktsomhetsvurderinger, gjennom vårt personal- og ledelsessystem

**Status:** Pågående arbeid. Foreløpig kun omfattet et mindre antall nøkkelressurser. Dette vil vi jobbe videre med også i 2025.

2

**Mål:** Redusere vannforbruket per liter iskrem produsert

**Status:** Vi har ikke lyktes å redusere vårt spesifikke vannforbruk per liter iskrem produsert i 2024. For helår 2024 ble dette 2,3 liter. Dette er tilsvarende nivå som i 2023.

3

**Mål:** Redusere svinn av råvarer og emballasje i forbindelse med produksjon av iskrem

**Status:** Vi har lyktes med å redusere vårt svinn i produksjonen betydelig i 2024. Vi hadde et mål om 20% svinnreduksjon. Resultatet ble 25% reduksjon.

4

**Mål:** Utarbeide innkjøpsstrategi for å sikre bærekraftig innkjøp

**Status:** Innkjøpsstrategi er utarbeidet.

## Prosessmål for kommende år

1

Opplæring av bedriftens ansatte med tanke på selskapets bærekraftstrategi og aktsomhetsvurderinger

2

Redusere matsvinnet per liter iskrem produsert

3

Skape verdi av matsvinnet (eksempelvis salg av ukurante varer fra vårt Fabrikkutsalg)

4

Redusere vannforbruket per liter iskrem produsert

5

Konkludere på løsning for nytt renseanlegg (utslipp til avløp)

6

Redusere energiforbruk per liter iskrem produsert

7

Redusere mengde plast (emballasje) per liter iskrem solgt

8

Redusere forbruk av fossilt drivstoff (liter)



# 1

## Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av ansvarlighet knyttet til bærekraftig forretningspraksis i virksomheten handler om å ha strategier, planer, relevante policyer og retningslinjer for aktsomhetsvurderinger som er vedtatt av ledelsen. Disse bør omfatte hele virksomheten, samt virksomhetens leverandørkjede og forretningsforbindelser. Effektive styringssystemer for implementering er en forutsetning for å lykkes, og arbeidet med aktsomhetsvurderinger bør være en integrert del av virksomhetens forretningsdrift. Tydelige forventninger fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar innad i virksomheten for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer de står overfor og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

## 1.A Policy for egen virksomhet

### 1.A.1 Lenke til offentlig tilgjengelig policy for egen virksomhet

<https://www.hennig-olsen.no/aktuelt/etiske-retningslinjer-code-of-conduct/>

---

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

I Hennig-Olsen er vi opptatt av vårt ansvar og forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø. Dette er forankret i alle deler av virksomheten, fra styret, til eiere og ansatte.

Vår ambisjon er å bidra til handel som fremmer bærekraftig utvikling og gode levekår gjennom hele verdikjeden. Vi kjøper betydelige mengder med råvarer og er bevisst på at vi som virksomhet har stor påvirkningskraft. Flere av råvarene vi benytter er risikoråvarer, som krever en tett oppfølging av leverandørene fra vår side. Vi forsøker å påvirke våre leverandører og samarbeidspartnere til å kombinere sunn forretningsdrift med et tydelig ansvar for mennesker, samfunn og miljø.

For å tydeliggjøre våre holdninger har Hennig-Olsen vedtatt etiske retningslinjer for innkjøp, som alle våre leverandører og samarbeidspartnere må forplikte seg til.

---

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

Våre etiske retningslinjer inneholder policy som er i tråd med Etisk Handel Norges prinsipperklæring. Disse stiller krav til både egen drift og leverandørkjede. Vi krever at alle leverandører forplikter seg til å følge våre etiske retningslinjer, eller tilsvarende strenge krav.

Våre etiske retningslinjer er tilgjengeliggjort og forankret i organisasjonen gjennom bedriftens kvalitetssystem, fra ledergruppe og ut til den enkelte medarbeider. I utviklingen av retningslinjene har vi involvert Hennig-Olsens Bærekraftsteam, internt nøkkelpersonell og ekspertkompetanse fra Etisk Handel Norge.

Vi sikrer at våre etiske retningslinjer er forankret hos våre leverandører gjennom regelmessige leverandørgodkjenningprosesser og leverandørrevisjoner.

---

## 1.B Organisering og internkommunikasjon

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

I Hennig-Olsen er arbeidet med aktsomhetsvurderinger beskrevet i "Prosedyre - Åpenhetsloven" og "Prosedyre - Aktsomhetsvurderinger". Prosedyrene eies internt av Supply Chain Direktør.

Aktsomhetsvurderinger involverer flere fagområder og avdelinger i selskapet. I prosedyren for Åpenhetsloven er ansvaret for ulike områder definert i henhold til oversikten beskrevet her:

- Ansvar for leverandørkjeden: Supply Chain Direktør
- Ansvar for forretningsforbindelser: Salgsdirektør
- Ansvar for bærekraft og samfunnsansvar: Direktør Forretningsutvikling
- Ansvar for anstendige arbeidsforhold: HR Direktør
- Ansvar for informasjon til allmenheten: Administrerende Direktør
- Ansvar for å sikre nettside tilgjengelig for henvendelser: Markedsdirektør

Funn fra aktsomhetsvurderinger blir rapportert til selskapets Bærekraftsteam og eventuelt Ledergruppe ved behov. Bærekraftsteamet har faste møtepunkter gjennom året, 1-2 ganger per måned. Tre ganger i året gjennomføres Ledelsens Gjennomgang for ISO14001, hvor Ledergruppen får en formell orientering om bærekraftsarbeidet i selskapet. Denne gjennomgangen forberedes og gjennomføres av Leder for Bærekraft, som også leder selskapets Bærekraftsteam.

---

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

Alle prosedyrer, policy, stillingsbeskrivelser o.l. er tilgjengeliggjort for den enkelt ansatte i vårt Ledelsessystem (TQM). Her gjennomføres også bedriftens avvikshåndtering, forbedringsforslag og risikohåndtering. Systemet gir også mulighet for å sikre at den enkelte bruker får tilsendt relevante prosedyrer, policy o.l. med tilhørende lesebekreftelse.

For ansatte som er involvert i arbeidet med aktsomhetsvurderinger er dette tydeliggjort gjennom stillingsbeskrivelser og/eller beskrivelse av roller og arbeidsoppgaver i team (eksempelvis Bærekraftsteamet).

---

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

For arbeidet med aktsomhetsvurderinger er det dedikert egne ressurser som følger opp og tilegner seg nødvendig kunnskap gjennom ulike nettverk, samarbeidsfora, webinarer m.m. Eksempelvis har vi fått flere kompetanseløft gjennom vårt medlemskap i Etisk Handel Norge. Leder for Bærekraft og Innkjøper for handelsvarer involverer relevante interne ressurser for diskusjon og revidering av prosedyrer, risikovurderinger og policyer knyttet til aktsomhetsvurderinger.

## 1.C. Planer og ressurser

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

Hennig-Olsen har vært en foregangsbedrift for bærekraft siden 1960, og har hatt en egen dedikert ressurs på bærekraft allerede siden 2012. Vi kan med trygghet si at bærekraft både har vært og er, en sentral del av vår virksomhet. I dag er "Bærekraftig selskap" ett av Hennig-Olsens 6 strategiområder, som påvirker alle deler av virksomheten.

Å kalle seg et bærekraftig selskap forplikter. For oss betyr dette å være en ansvarlig arbeidsgiver som jobber for å redusere vår påvirkning på klima, miljø og folkehelse. Vår bærekraftstrategi er derfor delt inn i tre hovedområder: 1) Klima og Miljø, 2) Helse, og 3) Menneske. Innenfor Klima og Miljø er vårt fokus på å redusere ressursbruk i fabrikken, utvikle mer klimavennlig iskrem og øke bruken av bærekraftige emballaseløsninger. Innenfor vårt andre hovedområde, Helse, fokuserer vi på å utvikle flere produkter med ekte frukt og bær, og redusert fett- og sukkerinnhold, samt å fjerne tilsetningsstoffet karragenan fra våre produkter. I tillegg bidrar vi til å gi livreddende medisiner og behandling, gjennom vår støtte til Leger Uten Grenser. Innenfor vårt tredje og siste hovedområde, Menneske, er vårt fokus eksternt på å sikre en bærekraftig verdikjede, som ivaretar arbeidstakers rettigheter. Internt fokuserer vi på å ha et likestilt og inkluderende arbeidsliv, uten noen form for diskriminering. I tillegg er vi en lærende bedrift med fokus på utvikling av våre ansatte.

Vår strategi og bærekraftsarbeid er spesielt rettet mot fem av FNs bærekraftsmål: 3. God helse og livskvalitet, 5. Likestilling mellom kjønnene, 8. Anstendig arbeid og økonomisk vekst, 12. Ansvarlig forbruk og produksjon, og 13. Stoppe klimaendringene.

Basert på selskapets bærekraftstrategi har vi utviklet konkrete målsetninger med tilhørende aktiviteter i en 3-årig handlingsplan. Dette er aktiviteter og prosjekter som vi jobber med å realisere i vårt daglige virke. I tillegg har vi langsiktige målsetninger (+5 år) som vi skal strekke oss etter, uten at vi har alle detaljer på plass enda.

Vi anerkjenner at fremtiden er uforutsigbar og forplikter oss til å regelmessig revidere våre mål og handlingsplaner. Slik at vi ikke bare holder på den opprinnelige kursen, men integrerer ny kunnskap og erfaringer i vårt arbeid mot å bli et enda mer bærekraftig selskap.

---

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

Bærekraftsteamet i Hennig-Olsen møtes 1-2 ganger per måned, for å sikre samhandling og gjennomføring av strategi og planer. Direktør for Forretningsutvikling deltar regelmessig på disse møtene, som representant fra Ledergruppen. Denne rollen sørger for at aktuelle saker, prosjekter eller henvendelser løftes opp til Ledergruppen i Hennig-Olsen ved behov.

Hver fjerde måned diskuteres fremgang og utfordringer i bærekraftsarbeidet med Ledergruppen gjennom Ledelsens Gjennomgang for ISO14001. Leder for Bærekraft rapporterer da på alle aspekter rundt bærekraftsarbeidet, inkludert strategi, handlingsplaner, prosjekter, risiko, måloppnåelse etc.

Bærekraftstrategien vår revideres årlig, i forbindelse med selskapets strategiprosess. I denne prosessen er Ledergruppen og Styret i Hennig-Olsen sentrale deltakere i utformingen av revidert strategi, mål og 3-års handlingsplaner.



## 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?

Gjennom leverandørgodkjenningprosessen, som foregår hvert tredje år for alle leverandører, kommuniserer vi våre etiske retningslinjer for innkjøp. Her stiller vi tydelige krav til våre leverandører.

Vi har utover dette, løpende dialog med våre leverandører, hvor ansvarlighet og bærekraft er sentrale tema vi stadig er innom.

Vi har ikke et belønningssystem for god forretningsskikk. Dette er en forutsetning for våre leverandørforhold. Godkjente leverandører blir belønnet med fortsatt samarbeid og langvarige kontrakter.

Våre etiske retningslinjer er tilgjengelige på [www.hennig-olsen.no/baerekraft](http://www.hennig-olsen.no/baerekraft).

### Indikator

#### Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Alle våre leverandører av råvarer og emballasje har enten akseptert våre Code of Conduct (CoC), eller vi har akseptert deres CoC der de har tilsvarende høye krav som oss.

## 1.E Erfaringer og endringer

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

Fokuset på bærekraft øker stadig, og med det øker også forventningene og kravene til oss som produsent. Gjennom 2024 har vi opplevd at både kunder og forbrukere i økende grad etterspør informasjon om bærekraftsarbeidet vårt og stiller krav til oss som virksomhet. Dette gjør at vi stadig må utvikle oss videre for å tilfredsstille deres og våre egne forventninger, for å være en bærekraftig virksomhet for fremtiden.



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

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

## 2.A Kartlegging og prioritering

### PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, DYR, SAMFUNN OG MILJØ

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

#### 2.A.1 List opp prioritert risiko for potensiell og/ eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

| Prioritert risiko       | Relatert tema                                     | Geografi                       |
|-------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------|
| Kakao                   | Barnearbeid<br>Helse, miljø og sikkerhet<br>Miljø |                                |
| Plastemballasje / folie | Miljø<br>Avfall                                   | Norge<br>Sverige               |
| Vanilje                 | Korrupsjon                                        | Madagaskar<br>Fransk Polynesia |
| Vannforbruk             | Miljø<br>Utslipp<br>Vann                          | Norge                          |



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

**2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den 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.**

Vi gjennomfører risikovurdering for potensiell og/eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø regelmessig i vår daglige drift. Disse registreres i risikomodulen i vårt ledelsessystem (TQM) og håndteres av aktuell eier etter ansvarsområde. Vi har per i dag identifisert og registrert 17 ulike risikoområder innenfor bærekraft som vi monitorerer og jobber aktivt med. I arbeidet med å identifisere disse områdene har vi vurdert hele virksomheten.

Tre ganger i året, i forbindelse med Ledelsens Gjennomgang av ISO14001, gjennomgår Leder for Bærekraft sammen med Ledergruppen eventuelle endringer i risikobildet. Vi gjennomfører en årlig risikovurdering, i forbindelse med rapportering til Etisk Handel Norge. Innkjøper for handelsvarer og Leder for Bærekraft er ansvarlig for gjennomføringen av dette. I gjennomgangen involveres relevante interne ressurser i og utenfor Bærekraftsteamet ved behov, for å belyse aktuelle risikoområder og oppdatere kartleggingen. Samarbeid med ulike bransjeorganer og fora vi er medlem av, er også sentrale arenaer for å kartlegge og identifisere risiko som er aktuelle for bransjen og markedene vi opererer i (eksempelvis Rainforest Alliance, Euroglace og NHO Mat og Drikke).

Identifiserte risikoområder har vært relativt uforandret de siste årene. Innenfor risikoområdet vanilje har det vært en økning i risiko seneste år i forbindelse med food fraud. Vi håndterer denne risikoen ved å benytte oss av etablerte leverandørforhold til store og velkjente aktører, som vi har tett dialog og oppfølging med. Når det gjelder kakao, plastemballasje/-folie og vann har de ikke vært endring i risikobildet siste år.

Vi har et kontinuerlig fokus nå og i fremtiden på å velge råvarer og emballasje fra leverandører som minimerer det aktuelle risikobildet.

I 2025 planlegger vi å gjennomføre en Dobbel Vesentlighetsanalyse som vil gi oss et bredere grunnlag mtp risikobildet for Hennig-Olsen og våre interessenter. Her vil vi sannsynligvis avdekke flere risikoområder som vi ikke har identifisert per i dag.

---

## 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 har ikke identifisert nye risikoområder i 2024.

## 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>Kakao</b>                                                                                                   |
| <b>Overordnet mål :</b>          | All kakao skal være sertifisert                                                                                |
| <b>Status :</b>                  | All kakao som brukes i produkter fra Hennig-Olsen er sertifisert gjennom Rainforest Alliance eller Cocoa Life. |
| <b>Mål i rapporteringsåret :</b> | Årlig revisjon og sertifisering av Rainforest Alliance.                                                        |

#### Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

All kakao vi kjøper er sertifisert. Vår vurdering er at dette tiltaket er dekkende og effektivt mtp å sikre en bærekraftig leverandørkjede, gitt Hennig-Olsens størrelse og kompetanse. Vi er avhengige av å støtte oss på seriøse sertifiseringsordninger, som vi vurderer Rainforest Alliance og Cocoa Life å være.

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

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

|                                  |                                                                                               |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  | <b>Plastemballasje / folie</b>                                                                |
| <b>Overordnet mål :</b>          | Redusere vårt forbruk av plast                                                                |
| <b>Status :</b>                  | Vi har redusert vårt forbruk av plast. Vi ligger nå på 0,023 kg plast per liter iskrem solgt. |
| <b>Mål i rapporteringsåret :</b> | Redusere mengde plast i vår emballasje (0,026 kg plast per liter iskrem solgt)                |

**Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :**

I forbindelse med relanseringen av Sørlandsis i 2024 kom vi med en ny og mer bærekraftig emballasje.

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

Med ny emballasje på Sørlandsis dessertis sparer vi 45 tonn plast i året.



|                                  |                                                                                                                                                     |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  | <b>Vanilje</b>                                                                                                                                      |
| <b>Overordnet mål :</b>          | Sikre leveranse av etisk forsvarlig vanilje med god kvalitet                                                                                        |
| <b>Status :</b>                  | Vi følger våre leverandører tett og handler kun fra godkjente leverandører.<br>Vi har ikke avdekket food fraud på vaniljen vi har kjøpt inn i 2024. |
| <b>Mål i rapporteringsåret :</b> | Sørge for at våre leverandører av vanilje møter våre etiske krav.                                                                                   |

**Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :**

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

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

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

|                                  |                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  | <b>Vannforbruk</b>                                                                                                                                                                                   |
| <b>Overordnet mål :</b>          | Vi skal redusere vannforbruket vårt per liter iskrem                                                                                                                                                 |
| <b>Status :</b>                  | Etter at vi fikk nytt mix-anlegg og CIP-anlegg har vaskeprosessen blitt endret og krever mer vann enn tidligere. Selv om vi har gjennomført flere tiltak har vannforbruket holdt seg stabilt i 2024. |
| <b>Mål i rapporteringsåret :</b> | Redusere vannforbruket per liter iskrem produsert (fra 2,3 liter til 1,9 liter).                                                                                                                     |

**Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :**

Vi har gjennomført flere ulike tiltak i produksjonen det siste året for å redusere vannforbruket vårt.

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

Vi har ikke fått de resultatene vi ønsket oss når vi har jobbet for å redusere vannforbruket. Vannforbruket holdt seg stabilt i 2024 på 2,3 liter vann pr liter iskrem produsert. Vi vil legge ytterligere fokus gjennom 2025 for å forsøke å redusere vannforbruket.

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

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

Gjennom vår leverandørgodkjenningssprosess stiller vi krav videre i verdikjeden, med den hensikt å redusere natur- og miljøpåvirkning. I våre etiske retningslinjer stiller vi blant annet følgende krav:

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

Hennig-Olsen er sertifisert i henhold til ISO 14001. Dette er den mest anerkjente internasjonale standarden for miljøledelsessystemer, som gir oss føringer for hvordan vi jobber med ytre miljø i vår virksomhet. Dette innebærer bl.a. 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 ledelsessystem hvor alle ansatte registrerer og følger opp avvik, forbedringsforslag og risikoer.

---

### 3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

På bakgrunn av livsløpsanalysen vi gjorde sammen med NORSUS i 2021 har vi god oversikt over klimagassutslippet i verdikjeden vår. 86% av utslippene våre oppstår allerede ved utvinning av råvarene vi bruker. Det betyr at noe av det viktigste vi kan gjøre på kort sikt er å redusere svinnet i verdikjeden vår. På lengre sikt handler det om å fremme og bidra til en mer klimavennlig råvareproduksjon i produsentleddet.

På fabrikkens vår er energiforbruket den største kilden til klimautslipp. Strømforbruket var 15,8 millioner kWh i 2024. En nedgang på 0,7 millioner kWh fra 2023. Dette skyldes bl.a. at vi installerte solceller og ammoniakk varmepumpe i 2023, som vi nå ser full effekt av, i tillegg til flere mindre tiltak utført i 2024. Denne reduksjonen i kWh tilsvarer omtrent 10 tonn CO<sub>2</sub>.

Gjennom 2024 har vi fokusert på å redusere svinnet i fabrikkens vår. Dette arbeidet har vært svært suksessfullt og resulterte i 25% reduksjon i svinn. Noe svinn vil vi likevel alltid ha, og det gjelder å gjøre mest mulig nytte av dette, slik at det ikke blir søppel og går til forbrenning. I mai 2024 åpnet vi derfor vårt eget fabrikkutsalg, hvor vi selger ukurante varer, som ikke egner seg for salg i ordinære kanaler. Et initiativ som har blitt svært godt tatt i mot av forbrukere lokalt på Sørlandet. Dette gjør at en hel del produkter som tidligere har blitt kategorisert som avfall og gått til forbrenning, nå kan glede både store og små.

---

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

Vi har fokus på langsiktige leverandøravtaler med en åpen og ærlig dialog, hvor vi deler innkjøpsbehov og prognoser så tidlig som mulig. Dette medfører høy forutsigbarhet for begge parter.

---

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

For å redusere vår negative påvirkning på klima og miljø har vi fokus på å utvikle og tilby mer klimavennlig iskrem. Vi har blant annet utviklet produkter som Nude, Idyll, ZERoh!, som alle leverer på dette. Som et ledd i arbeidet har vi klimamerket produktene våre som leverer innenfor Parisavtalens 1,5 gradersmål. Da kan forbrukerne enkelt ta et bevisst valg når de står ved isdisken.

Vi er bevisste på at våre produkter kan ha en negativ påvirkning på folkehelsen. Vi utvikler derfor flere produkter med ekte frukt og bær, og redusert fett- og sukkerinnhold, slik at forbrukerne har mulighet til å velge sunnere iskrem-alternativ. Utviklingen av produktene under merkevaren Nude er et godt eksempel på dette arbeidet.

Hennig-Olsen har en rekke sertifiseringer som bidrar til å sikre at vi er en mer bærekraftig virksomhet. Vi er blant annet sertifisert etter ISO14001, ISO9001, FSSC22000, Etisk Handel Basisnivå, Likestilt arbeidsliv og Rainforest Alliance. I tillegg til disse sertifiseringene er vi en del av ulike initiativer som gir oss retning og forplikter i det videre bærekraftsarbeidet vårt, eksempelvis Plastløftet og Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold.

---

### **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**

Vi støtter opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, samt andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Dette er tydelig beskrevet i våre etiske retningslinjer som må godkjennes og signeres av alle våre leverandører.

---

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

Vi er en lærende bedrift som kontinuerlig jobber for å utvikle våre ansatte. Vi har målsatt oss å løfte kompetansen og bevisstheten rundt bærekraft blant våre ansatte. I den anledning har vi løftet frem og presentert vår bærekraftstrategi og pågående bærekraftarbeid, som et fast agendapunkt på vårt årlige Kick-off for alle ansatte og samtlige town-hall møter gjennom året.

Vi er en kunde som utfordrer og stiller krav til våre leverandører gjennom vår code of conduct og løpende dialog.

---

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

Alle våre ansatte oppfordres til å varsle dersom de opplever eller observerer kritikkverdige forhold, slik at saken kan håndteres på korrekt vis og tiltak iverksettes. Våre interne kanaler og prosedyrer for varsling av kritikkverdige forhold ble utbedret i 2023.

I våre etiske retningslinjer presiseres det at alle former for bestikkelser, er uakseptabelt, slik som bruken av alternative kanaler for å sikre illegitime private eller arbeidsrelaterte fordeler til kunder, agenter, kontraktører, leverandører eller deres tilsatte samt offentlige tjenestemenn/-kvinner.

---

### **3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ påvirkning**



## 4

# Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om å måle effekten av systematikken og eget arbeid i hvert trinn i aktsomhetsvurderingene, og viser hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. Virksomheten må ha systematikk og rutiner på plass for å kunne fange opp og kritisk vurdere egne konklusjoner, prioriteringer og tiltak som er gjort som en del av aktsomhetsvurderinger. Eksempelvis: Er kartlegging og prioritering av mest negativ påvirkning gjort på en faglig god og troverdig måte, og som reflekterer de faktiske forholdene? Virker tiltakene for å stanse, forebygge og/eller redusere virksomhetens negative påvirkning/skade etter hensikten? Er skade gjenopprettet der det er relevant? Dette kan gjelde tiltak virksomheten gjør selv og som utføres av eller i samarbeid med andre. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

## 4.A Overvåkning og evaluering

### 4.A.1 Beskriv a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt og hvordan dette gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger, og hvordan dette gjennomføres i praksis

Vårt tverrfaglige bærekraftsteam er sentralt i oppfølging av tiltak, risikovurderinger og kommunikasjon internt. Teamet er ansvarlig for å gjennomføre og følge opp selskapets bærekraftstrategi, handlingsplaner og KPI-er. Leder for Bærekraft er ansvarlig for å lede og følge opp teamet. Dette arbeidet gjennomgås med Ledergruppa i Hennig-Olsen tre ganger i året, under Ledelsens Gjennomgang av miljøstyringssystemet ISO14001.

Vi har egne dedikerte innkjøpere for råvarer, emballasje og handelsvarer. Innkjøpsansvarlig for handelsvarer har, sammen med Leder for Bærekraft, ansvaret for å evaluere og implementere arbeidet med aktsomhetsvurderinger. Dette gjøres første kvartal hvert år, i forbindelse med rapportering til Etisk Handel Norge.

Utover dette er oppfølging av avvik og tilhørende tiltak sentrale tema i både eksterne og interne revisjoner.

---

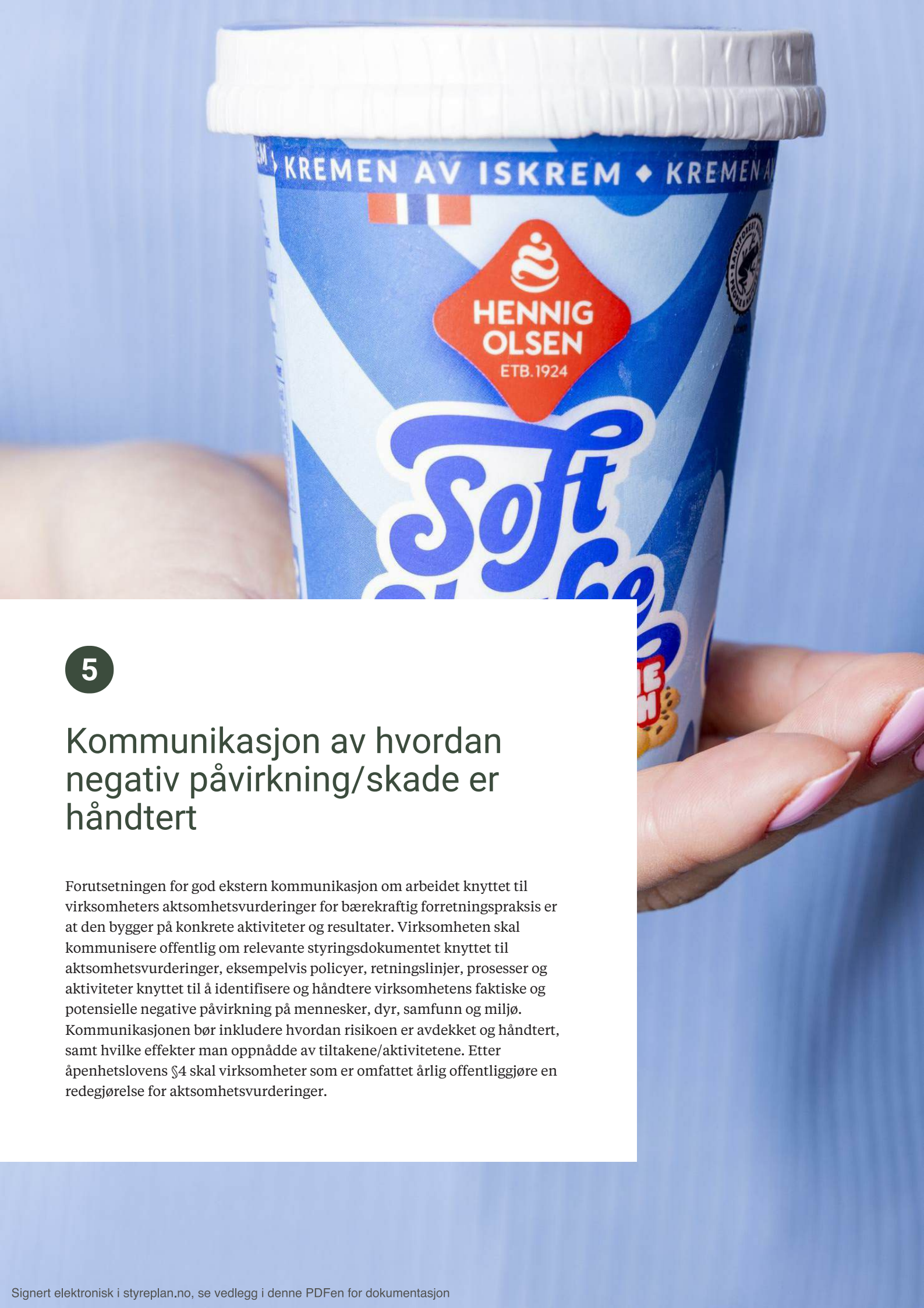
### 4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør og/ eller måler effekten av tiltak for å redusere risiko

Vi har i en årrekke hatt egne målsettinger og handlingsplaner knyttet til bærekraft, drevet frem av et dedikert Bærekraftsteam. Tett oppfølging og konkrete KPI-er som rapporteres på jevnlig, gjør at vi kanse effekten av våre tiltak og trender over tid. Vi har blant annet mål og KPI-er for vannforbruk, energiforbruk, plastforbruk, svinn i produksjonen og varslingsaker. Dette rapporteres på i Ledelsens Gjennomgang tre ganger i året.

Vi benytter vårt Ledelsessystem for å identifisere og håndtere risiko. Dette er også tema under Ledelsens Gjennomgang for ISO9001 og ISO14001. I tillegg har vi interne og eksterne revisjoner årlig på de nevnte ISO-standardene.

Gjennom tett og jevnlig dialog, sikrer våre innkjøpere at vi identifiserer mulig negativ påvirkning og kan iverksette tiltak sammen med våre leverandører ved behov.





## 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

Grad av omfang vil påvirke hvordan vi som virksomhet kommuniserer med berørte interessenter om håndtering av negativ påvirkning/skade.

For saker med svært begrenset omfang, er det nærmeste definerte kontaktpunkt i Hennig-Olsen som håndterer denne kommunikasjonen. Eksempelvis Innkjøper for leverandørforhold, KAM for kundeforhold etc. Leder for Bærekraft og Bærekraftsteamet fungerer som støttespillere og rådgivende organ for våre interne kontaktpunkter. For generelle håndteringer som ikke har et forhåndsdefinert kontaktpunkt i Hennig-Olsen, er det Leder for Bærekraft som håndterer denne kommunikasjonen. Ved kommunikasjon via media eller til større interessentgrupper, vil Markedsdirektør som ansvarlig for ekstern kommunikasjon involveres.

Saker med større omfang, eventuelt saker med begrenset omfang som eskalerer, løftes opp til Ledergruppen i Hennig-Olsen. Det gjøres da en vurdering av saken og ansvar delegeres i henhold til ansvarsområde. Kommunikasjon med berørte interessenter vil da som utgangspunkt håndteres av aktuell Direktør fra Ledergruppen, i samråd med Administrerende Direktør og/eller Markedsdirektør.

---

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

Vår årlige rapportering til Etisk Handel Norge belyser de største risikoer vi står ovenfor med tanke på negativ påvirkning/skade. Vi har som prinsipp at vi skal være åpne og ærlige, og deler både våre positive resultater og utfordringer. Dette gjør vi offentlig i vår årlige Bærekraftsrapport, som er tilgjengelig på våre hjemmesider. I tillegg deltar vi regelmessig i ulike offentlige fora og debatter, hvor vi deler erfaringer, utfordringer og resultater fra vårt arbeid.

Interesserte kan lese om vårt bærekraftsarbeid på <https://www.hennig-olsen.no/baerekraft/>

---

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

Alle interessenter kan kontakte oss enkelt via vår hjemmeside, telefon eller sosiale medier. Våre kundecontakter er kjent med kravene i Åpenhetsloven og har oversikt over hvilke kontaktpersoner som kan besvare ulike type henvendelser (ref. ansvarsmatrise i Prosedyre for Åpenhetsloven). Alle henvendelser skal besvares innen rimelig tid, ihht. krav i lovverket, og loggføres i vårt interne kvalitetssystem.

Link til kontaktinformasjon: <https://www.hennig-olsen.no/om-oss/kontakt/>



## 6

### Gjenoppretting der dette er påkrevd

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

## 6.A Gjenoppretting

### 6.A.1 Beskriv virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser

Vi tar ansvar og skal bidra til gjenoppretting, dersom vår virksomhet har forårsaket eller medvirket til skade.

Utsnitt fra våre etiske retningslinjer:

"Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning på mennesker, samfunn eller miljø skal vi søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting."

---

### Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke vært tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden.

---

## 6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

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

Vi har interne prosedyrer og kanaler for varsling av kritikkverdige forhold. Våre ansatte oppfordres til å varsle dersom de opplever eller observerer kritikkverdige forhold, slik at saken kan håndteres på korrekt vis og tiltak iverksettes.

Utsnitt fra våre etiske retningslinjer:

"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."

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

Informasjon for å kontakte Hennig-Olsen ligger enkelt tilgjengelig på våre hjemmesider: <https://www.hennig-olsen.no/om-oss/kontakt/>



### Kontaktinformasjon:

Hennig-Olsen Is AS  
Ingrid Helmersen Muff, Leder Bærekraft  
[Ingrid.H.Muff@hennig-olsen.no](mailto:Ingrid.H.Muff@hennig-olsen.no)

[etiskhandel.no](https://etiskhandel.no)